



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

**О внесении изменений в Федеральный закон
«О рекламе»**

Принят Государственной Думой

17 июня 2021 года

Одобен Советом Федерации

23 июня 2021 года

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; № 52, ст. 5497; 2007, № 7, ст. 839; № 16, ст. 1828; 2009, № 52, ст. 6430; 2010, № 21, ст. 2525; 2011, № 23, ст. 3255; № 30, ст. 4566, 4600; 2013, № 19, ст. 2325; № 27, ст. 3477; № 30, ст. 4033; № 43, ст. 5444; № 48, ст. 6165; № 51, ст. 6695; № 52, ст. 6981; 2014, № 30, ст. 4265; 2016, № 27, ст. 4214; 2018, № 15, ст. 2032; № 31, ст. 4851; № 45, ст. 6838; № 53, ст. 8457; 2019, № 18, ст. 2213, 2217; 2020, № 31, ст. 5062; № 50, ст. 8060; 2021, № 18, ст. 3068; **Официальный интернет-портал правовой**



информации (www.pravo.gov.ru), 2021, 11 июня, № 0001202106110081)

следующие изменения:

1) статью 5 дополнить частью 10⁴ следующего содержания:

«10⁴. Не допускается распространение рекламы, направленной на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории Российской Федерации, на информационном ресурсе иностранного лица в случае принятия федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, решения о запрете на распространение рекламы на таком информационном ресурсе и включения информации о таком решении в перечень иностранных лиц, осуществляющих деятельность в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации, в соответствии с Федеральным законом «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации»»;

2) в статье 7:

а) наименование изложить в следующей редакции:

«Статья 7. Объекты рекламирования, реклама которых не допускается»;

б) дополнить пунктом 11 следующего содержания:

«11) иностранных лиц, осуществляющих деятельность в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории

Российской Федерации, и (или) их информационных ресурсов в качестве объектов рекламирования, направленная на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, в случае принятия федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, решения о запрете на распространение такой рекламы и включения информации о таком решении в перечень иностранных лиц, осуществляющих деятельность в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации, в соответствии с Федеральным законом «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации».»;

3) дополнить статьей 18¹ следующего содержания:

«Статья 18¹. Реклама в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. В целях обеспечения прослеживаемости рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, осуществляет учет, хранение и обработку информации о распространенной в информационно-

телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, в том числе сведений о рекламодателях и рекламораспространителях такой рекламы, операторах рекламных систем. Состав информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, определяется Правительством Российской Федерации.

2. Организационные и технические меры, необходимые для реализации федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, полномочий по учету, хранению и обработке информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, осуществляет радиочастотная служба, деятельность которой осуществляется в соответствии со статьей 22¹ Федерального закона от 7 июля 2003 года № 126-ФЗ «О связи».

3. Рекламодатели, рекламораспространители, операторы рекламных систем, разместившие в информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет» рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, и соответствующие критериям, определенным Правительством Российской Федерации, обязаны предоставлять информацию о такой рекламе в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи.

4. Обязанность, предусмотренная частью 3 настоящей статьи, не распространяется на оператора социальной рекламы.

5. Лица, указанные в части 3 настоящей статьи, вправе предоставить информацию о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, самостоятельно или через владельцев программ для электронных вычислительных машин, предназначенных для установления факта распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», уполномоченных указанным федеральным органом исполнительной власти осуществлять учет рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и предоставлять информацию в

такой федеральный орган исполнительной власти (далее - оператор рекламных данных).

6. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, устанавливает требования к программам для электронных вычислительных машин, используемым операторами рекламных данных для учета рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и предоставления информации в указанный федеральный орган исполнительной власти.

7. Для отбора оператора рекламных данных федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, создается комиссия. Порядок создания и деятельности данной комиссии, ее состав, а также условия отбора оператора рекламных данных устанавливаются Правительством Российской Федерации. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, ведет реестр операторов рекламных данных в порядке, определенном указанным федеральным органом исполнительной власти.

8. Оператор рекламных данных обязан передать в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, информацию, которую лица, указанные в части 3 настоящей статьи, предоставили оператору рекламных данных в соответствии с частью 5 настоящей статьи.

9. Порядок взаимодействия федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, с операторами рекламных данных и лицами, указанными в части 3 настоящей статьи, включая порядок, сроки и формат предоставления в указанный федеральный орган исполнительной власти информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, устанавливается Правительством Российской Федерации.

10. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, посредством обработки и анализа информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, предоставленной в указанный федеральный орган исполнительной власти

в соответствии с частью 5 настоящей статьи, осуществляет сверку такой информации, направленной операторами рекламных данных и лицами, указанными в части 3 настоящей статьи.

11. Операторы рекламных данных и лица, указанные в части 3 настоящей статьи, несут ответственность за полноту, достоверность, актуальность и своевременность предоставления информации в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи.

12. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, при необходимости осуществляет взаимодействие с антимонопольным органом по вопросам отнесения к рекламе информации, распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

13. Информация о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, предоставленная в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в соответствии с частью 5 настоящей статьи, подлежит хранению указанным федеральным

органом исполнительной власти не менее пяти лет со дня ее получения указанным федеральным органом исполнительной власти.

14. Рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламных систем, оператор рекламных данных, оператор социальной рекламы вправе получить доступ к имеющейся у федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, непосредственно касающейся их прав и обязанностей информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе в составе и порядке, которые определяются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи.

15. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, предоставляет доступ к имеющейся у него информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе антимонопольному органу, федеральному органу исполнительной власти,

уполномоченному по контролю и надзору в области налогов и сборов, иным органам и лицам, определенным Правительством Российской Федерации, если иное не предусмотрено частью 14 настоящей статьи.

16. Реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.»;

4) часть 9 статьи 36 дополнить предложением следующего содержания: «В отношении дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с нарушением части 10⁴ статьи 5 и (или) пункта 11 статьи 7 настоящего Федерального закона, Правительством Российской Федерации могут устанавливаться особенности рассмотрения таких дел в части подведомственности дел, порядка рассмотрения заявлений, обращений и представлений о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждения, рассмотрения дела и принятия по нему решений.»;

5) в статье 38:

а) в части 6 слова «частями 2 - 8, 12 статьи 5» заменить словами «частями 2 - 8, 10⁴ и 12 статьи 5»;

б) часть 7 после цифр «14 - 18,» дополнить словами «частью 16 статьи 18¹,».

Статья 2

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования, за исключением пункта 3 статьи 1 настоящего Федерального закона.

2. Пункт 3 статьи 1 настоящего Федерального закона вступает в силу с 1 сентября 2022 года.



Президент
Российской Федерации В.Путин

Москва, Кремль
2 июля 2021 года
№ 347-ФЗ