Вносится депутатом

Государственной Думы

Федерального Собрания

Российской Федерации

Б.А.Чернышовым

Проект

**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**

**О внесении изменений в отдельные законодательные акты**

**Российской Федерации**

**Статья 1**

В часть 1 статьи 18 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 124-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006,   
N 12, ст. 1232; 2010, N 21, ст. 2525; 2013, N 43, ст. 5444; N 48, ст. 6165; 2018,

N 31, ст. 4851; N 45, ст. 6838; 2019, N 18, ст. 2213; 2020, N 31,   
ст. 5062; 2021, N 27, ст. 5175) после слов «допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы» дополнить словами «предварительное согласие абонента или адресата   
на получение рекламы может быть отозвано абонентом или адресатом в форме устного сообщения рекламораспространителю об отзыве предварительного согласия в процессе распространения рекламы.».

**Статья 2**

В статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002,   
N 1, ст. 1; 2007, N 26, ст. 3089; 2008, N 20, ст. 2259; N 52, ст. 6235, 6236; 2009,   
N 29, ст. 3597; 2010, N 1, ст. 1; N 19, ст. 2291; N 30, ст. 4007; N 31, ст. 4193; 2011, N 1, ст. 23; N 19, ст. 2714; N 46, ст. 6406; N 47, ст. 6602; N 50, ст. 7362; 2012,   
N 24, ст. 3082; N 31, ст. 4320; N 47, ст. 6403, 6404, 6405; N 53, ст. 7602; 2013,   
N 14, ст. 1666; N 19, ст. 2323; N 26, ст. 3207, 3208, 3209; N 27, ст. 3469, 3477;   
N 30, ст. 4025, 4029, 4031, 4033, 4040; N 31, ст. 4191; N 43, ст. 5444; N 44,   
ст. 5624, 5643; N 48, ст. 6163; N 49, ст. 6343; N 51, ст. 6683, 6696; N 52, ст. 6961; 2014, N 6, ст. 557, 566; N 11, ст. 1096; N 19, ст. 2302, 2317, 2335; N 26, ст. 3366;   
N 30, ст. 4211, 4214, 4218, 4256, 4259, 4264; N 42, ст. 5615; N 43, ст. 5799; N 48, ст. 6636, 6638, 6643, 6651; N 52, ст. 7548; 2015, N 1, ст. 35, 83, 84, 85; N 10,   
ст. 1405, 1416; N 21, ст. 2981; N 27, ст. 3950, 3966; N 29, ст. 4354, 4374, 4391;   
N 45, ст. 6208; N 48, ст. 6710, 6716; N 51, ст. 7249; 2016, N 1, ст. 59, 63, 84; N 10, ст. 1323; N 11, ст. 1481, 1490; N 26, ст. 3871, 3877; N 27, ст. 4164, 4206, 4223, 4259; N 50, ст. 6975; 2017, N 1, ст. 12, 31; N 11, ст. 1535; N 17, ст. 2456; N 18,   
ст. 2664; N 23, ст. 3227; N 31, ст. 4814, 4816; N 47, ст. 6851; N 52, ст. 7937; 2018, N 1, ст. 21, 30, 35; N 7, ст. 973; N 27, ст. 3938; N 31, ст. 4825, 4826, 4828; N 41,   
ст. 6187; N 45, ст. 6832; N 47, ст. 7128; N 53, ст. 8447; 2019, N 12, ст. 1216, 1217, 1218, 1219; N 16, ст. 1820; N 18, ст. 2220; N 22, ст. 2670; N 25, ст. 3161; N 27,   
ст. 3536; N 29, ст. 3847; N 30, ст. 4119, 4120, 4121; N 44, ст. 6178; N 49, ст. 6964; N 51, ст. 7494, 7495; N 52, ст. 7811, 7819; 2020, N 14, ст. 2019, 2029; N 30,   
ст. 4744; N 31, ст. 5037; N 42, ст. 6526; N 50, ст. 8065; 2021, N 1, ст. 50, 51, 52, 55; N 9, ст. 1461, 1466, 1471; N 11, ст. 1701, 1702; N 13, ст. 2141; N 15, ст. 2425, 2431; N 18, ст. 3046; N 24, ст. 4218, 4221, 4223, 4224; N 27, ст. 5060, 5111; N 52,   
ст. 8978; 2022, N 1, ст. 49; N 5, ст. 676; N 8, ст. 1032; N 10, ст. 1399; N 16,   
ст. 2595; N 22, ст. 3534; N 29, ст. 5224, 5226, 5254; N 43, ст. 7273; N 48, ст. 8331; N 50, ст. 8773; N 52, ст. 9348, 9364; 2023, N 1, ст. 69, 72) внести следующие изменения:

1) дополнить частью 15 следующего содержания:

«15. Неисполнение рекламораспространителем или оператором рекламной системы требования в форме устного сообщения абонента   
или адресата об отзыве предварительного согласия и дальнейшее распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием, -

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере   
от двух тысяч рублей до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до ста пятидесяти тысяч рублей.»;

2) дополнить частью 15.1. следующего содержания:

«15.1. повторное совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 15 настоящей статьи, -

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере   
от тридцати тысяч рублей до ста тысяч рублей; на должностных лиц - от ста тысяч до двухсот тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч   
до одного миллиона рублей.».

**Статья 3**

Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

Президент

Российской Федерации

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**к проекту федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»**

Настоящий проект федерального закона «О внесении изменений   
в отдельные законодательные акты Российской Федерации»   
(далее – законопроект) разработан в целях защиты граждан от навязчивого маркетинга организаций, выраженного в злоупотреблении доверием граждан, в том числе из-за отсутствия комплексного правового механизма, гарантирующего оперативное пресечение распространения навязчивой рекламы и предоставления гражданам права отзыва предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы в форме устного сообщения.

В настоящее время актуальной проблемой является навязчивое распространение рекламы, около 60% россиян сталкиваются с рекламными звонками регулярно – от нескольких раз в день до нескольких раз в месяц, следует из данных исследования сервиса сквозной аналитики «Calltouch».   
По результатам ВЦИОМ большинство россиян (63%) испытывают раздражение от спам-звонков, так, треть россиян ежедневно получают назойливые рекламные сообщения, а каждый четвертый россиянин получает спам один или несколько раз в неделю.

На практике организации и иные рекламораспространители   
при заключении договора с гражданином включают скрытое условие   
о согласии на распространение рекламы, на которое граждане вынуждены соглашаться для подписания договора или в силу незнания дальнейших последствий предоставления такого согласия. В договоре не указывается порядок и сроки распространения рекламы, что приводит к «агрессивному маркетингу» со стороны таких рекомламораспространителей. Такие действия свидетельствует о нарушении принципа свободы договора, и являются явным введением граждан в заблуждение при заключении договора. Действующим законодательством предусматривается возможность аннулировать такое согласие на распространения рекламы, но оно не позволяет оперативно пресечь такое распространение рекламы и обременяет гражданина соблюдением порядка отзыва такого согласия на распространение рекламы, выраженного в составление заявления, его отправки и длительного срока рассмотрения.

Настоящим Законопроектом предлагается внести изменение   
в ФЗ «О рекламе», а именно приравнять устное требование о прекращении распространении рекламы к отзыву согласия на получения такой рекламы   
и дополнить статью 14.3 Кодекса Российской Федерации   
об административных правонарушениях частью 15, в которой предлагается закрепить ответственность за неисполнение требования о прекращении распространения рекламы и за дальнейшее продолжение распространение рекламы после отзыва согласия абонентом.

Данные изменения освободят граждан от формальных обременений   
при отзыве согласия на распространение рекламы, обеспечат слабую сторону договора правом на устный отзыв согласия на распространение рекламы   
и создадут комплексный механизм пресечения «агрессивного маркетинга».