

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ШЕСТОГО СОЗЫВА

**ДЕПУТАТ**  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

*С.С. Нарышкин* 2014 г.

№ *5/11*



236843 410106

Государственная Дума ФС РФ  
Дата 28.01.2014 Время 11:34  
№438198-6; 1.1

**Председателю Государственной Думы  
Федерального Собрания  
Российской Федерации  
С.Е. Нарышкину**

**Уважаемый Сергей Евгеньевич!**

На основании статьи 104 Конституции Российской Федерации вношу на рассмотрение Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации проект федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе».

Законопроект не предусматривает дополнительных расходов, покрываемых за счет федерального бюджета.

Законопроект вносится по вопросам, являющимся предметом ведения Российской Федерации.

Приложения:

Текст законопроекта - на 3 листах;

Пояснительная записка - на 2 листах;

Финансово-экономическое обоснование - на 1 листе;

Перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе» - на 1 листе.

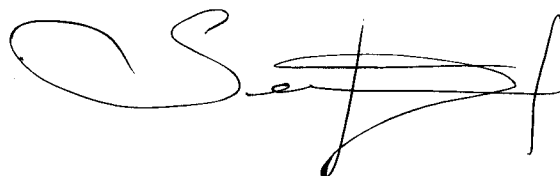
Перечень нормативных правовых актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов

исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе» - на 1 листе.

Депутат Государственной Думы

Федерального Собрания

Российской Федерации

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'S' followed by several horizontal and vertical strokes, ending in a sharp point.

О.Л. Михеев

Вносится депутатом

Государственной Думы Федерального  
Собрания Российской Федерации  
шестого созыва:

**Михеевым О.Л.**

Проект № 438198-6

## **ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**

### **О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе»**

#### **Статья 1**

Статью 18 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 20.03.2006, № 12, ст. 1232; 03.11.2008, № 44, ст. 4985) изложить в следующей редакции:

«Статья 18. Реклама, распространяемая по сетям связи

1. Распространение рекламы по сетям связи допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. Распространение рекламы посредством почтовой связи без предварительного согласия абонента или адресата на

получение рекламы допускается только в отношении социальной рекламы и рекламы, содержащейся в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

2. Не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

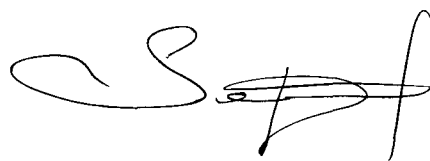
3. При справочном телефонном обслуживании (как платном, так и бесплатном), в том числе осуществляемом посредством подвижной радиотелефонной связи, реклама может предоставляться только после сообщения справки, запрашиваемой абонентом.

4. При предоставлении телефонных соединений на условиях повременной системы оплаты время, в течение которого распространяется реклама, не должно учитываться при определении стоимости такой услуги телефонной связи.».

## Статья 2

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

Президент  
Российской Федерации



## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе»

Предлагаемый законопроект направлен на борьбу с так называемым «спамом», который ежедневно попадает в почтовые ящики жителей России. Распространители листовок подчас даже не кидают рекламные листовки в почтовые ящики, а бросают их в подъезде, засоряя пространство подъездов и создавая угрозу пожарной безопасности жилого дома.

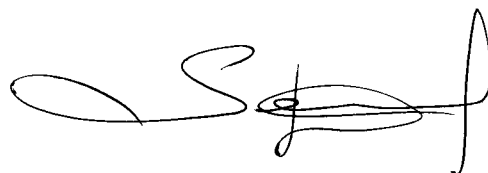
Учитывая то, что собрания граждан для решения тех или иных вопросов, связанных с управлением общим имуществом в многоквартирном доме, до сих пор чрезвычайно редки, регулирование некоторых вопросов данной тематики взяло на себя государство.

Так, до введения запрета на курение на лестничных клетках в подъездах введение такого запрета было возможно по решению общего собрания собственников в многоквартирном доме. Однако реализация данного права оказалась крайне сложна для жильцов домов, что привело к введению запрета на законодательном уровне.

Применяемая в законопроекте терминология соответствует положениям действующего законодательства. Так, вместо «сетей электросвязи» в законопроекте указывается на «сети связи». Согласно п.

24 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ «О связи» под сетью связи понимается технологическая система, включающая в себя средства и линии связи и предназначенная для электросвязи или почтовой связи. Таким образом, при включении почтовой связи в предмет правового регулирования статьей 18 Федерального закона «О рекламе» целесообразно было упростить формулировку до «Реклама, распространяемая по сетям связи» без потери смысла.

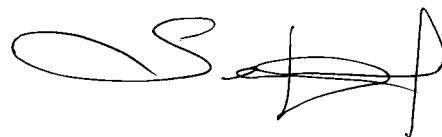
Предлагаемым законопроектом предлагается запретить «спам» в почтовые ящики», за исключением случаев, когда речь идет о социальной рекламе, а также о рекламе, содержащейся в периодических печатных изданиях. Установление таких исключений связано с тем, что для некоторых граждан бесплатная периодическая печатная продукция является единственным доступным средством получения информации по сетям связи. Лишение такой возможности противоречило бы положениям частей 4 и 5 статьи 29 Конституции Российской Федерации.



## **ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**

**к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 18  
Федерального закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительного бюджетного финансирования.

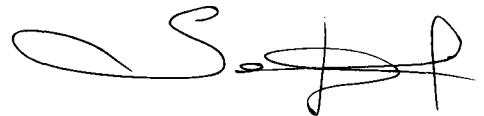
A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, located in the lower right quadrant of the page.



## **ПЕРЕЧЕНЬ**

**федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального закона «О рекламе» не предусматривает внесение изменений в другие законодательные акты.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'S' followed by several loops and a final vertical stroke.

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

**нормативных правовых актов Президента Российской Федерации,  
Правительства Российской Федерации и федеральных органов  
исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу,  
приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием  
Федерального закона «О внесении изменений в статью 18 Федерального  
закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в статью 18  
Федерального закона «О рекламе» не потребует внесения изменений в  
нормативные правовые акты Президента Российской Федерации,  
Правительства Российской Федерации и федеральных органов  
исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу,  
приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием  
Федерального закона.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'S' followed by a series of loops and a final vertical stroke.