



ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
СЕДЬМОГО СОЗЫВА

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ**

**О проекте федерального закона № 1042419-7  
«О внесении изменения в статью 19 Федерального закона  
«О рекламе»**

Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации **п о с т а н о в л я е т**:

1. Принять в первом чтении проект федерального закона № 1042419-7 «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе», внесенный Думой Астраханской области.

2. Направить указанный законопроект Президенту Российской Федерации, в Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, комитеты и комиссии Государственной Думы, во фракции в Государственной Думе, в Правительство Российской Федерации, законодательные (представительные) органы государственной власти

субъектов Российской Федерации.

Установить, что поправки к указанному законопроекту направляются в Комитет Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству в тридцатидневный срок со дня принятия настоящего Постановления.

3. Комитету Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству доработать указанный законопроект с учетом поступивших поправок и внести его на рассмотрение Государственной Думы во втором чтении.

4. Настоящее Постановление вступает в силу со дня его принятия.

Председатель Государственной  
Федерального Собрания  
Российской Федерации



В.В.Володин

Москва

16 марта 2021 года

№ 9938-7 ГД

Вносит  
Дума Астраханской области

Проект

№ 1042419-7

## ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

### О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе»

#### Статья 1

Внести в часть 5 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 23.07.2007, № 30, ст. 3807; 28.09.2009, № 39, ст. 454; 13.05.2013, № 19, ст. 2325) изменение, дополнив ее абзацем следующего содержания:

«Распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтированного и расположенного на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, не допускается.».

#### Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении 60 дней после дня его официального опубликования.

Президент  
Российской Федерации

В.В. Путин

## **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**к проекту федерального закона «О внесении изменения в статью 19**

**Федерального закона «О рекламе»**

Настоящий проект федерального закона подготовлен в связи с обращениями граждан Астраханской области, поступающими в Думу Астраханской области, с просьбой о введении ограничений распространения звуковой рекламы в жилых домах.

В настоящее время в целях охвата наибольшей аудитории потенциальных потребителей рекламораспространители зачастую используют звукоусиливающую аппаратуру в непрерывном режиме, когда рекламный звуковой ролик после окончания вновь воспроизводится, и так непрерывно в течение всего дня.

Отсутствие регламентации порядка распространения звуковой рекламы приводит к злоупотреблениям со стороны рекламораспространителей и связанным с ними негативным последствиям для граждан. Фактически звуковая реклама становится навязчивой и отрицательно влияющей на условия работы и досуг граждан. В связи с этим растет социальная напряженность, так как жители домов, расположенных на территориях, прилегающих к торговым площадкам, вынуждены в течение всего дня прослушивать одну и ту же рекламную информацию непрерывно.

Правоотношения, затрагиваемые законопроектом, находятся в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения как одного из основных условий реализации предусмотренных Конституцией Российской Федерации прав граждан на охрану здоровья и благоприятную окружающую среду. Вместе с тем отношения, возникающие в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, регулируются Федеральным законом от 30 марта 1999 года № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» (статья 4). В соответствии с указанным Федеральным законом (статья 24) при эксплуатации производственных, общественных помещений, зданий, сооружений, оборудования и транспорта должны обеспечиваться безопасные для человека условия труда, быта и

отдыха в соответствии с санитарными правилами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Санитарными нормами СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки» (утверждены постановлением Госкомсанэпиднадзора России от 31.10.1996 № 36), санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами СанПиН 2.2.4.3359-16 «Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах» (утверждены постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 21.06. 2016 № 81) установлены классификация шумов, нормируемые параметры (показатели) и предельно допустимые уровни шума на рабочих местах, допустимые уровни шума в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки.

При этом уровень шума, создаваемый звуковой рекламой, не нарушает действующие санитарные нормы, однако непрерывное звуковое повторение информации в течение всего дня, по сведениям жителей, негативно влияет на их жизнедеятельность.

Несмотря на то, что реклама стимулирует потребителей совершать покупки, заказывать услуги и ограничение на ее распространение может негативно повлиять на прибыль хозяйствующих субъектов, настоящий проект федерального закона определяет приоритет защиты права граждан на благоприятную среду перед экономической выгодой и предлагает установить запрет на распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования в жилых домах.

Установление такого запрета послужит достижению поставленной цели, поскольку в обращениях граждан, поступающих в органы государственной власти, содержатся жалобы именно на рекламу, расположенную в жилых домах.

Приложение  
к проекту федерального закона  
«О внесении изменения в статью 19  
Федерального закона «О рекламе»

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**  
**к проекту федерального закона**  
**«О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительных расходов из федерального бюджета.

Приложение  
к проекту федерального закона  
«О внесении изменения в статью 19  
Федерального закона «О рекламе»

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

**законов Российской Федерации и законов РСФСР, федеральных конституционных законов, федеральных законов и иных нормативных правовых актов РСФСР и Российской Федерации, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием федерального закона «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О рекламе» не потребует принятия, изменения, приостановления или признания утратившими силу федеральных законов и иных нормативных правовых актов федерального законодательства.