



PROFESSIONAL
LEGAL
ALLIANCE

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
ПРАВОВОЙ
АЛЬЯНС

**Обзор изменений законодательства
в части
введения рекламного сбора
Федеральный закон
от 26.12.2024 № 479-ФЗ**



www.mos-arbitr.com



8 495 925 95 54



info@mos-arbitr.com



Москва, Николаямская ул., д. 48, стр. 2

26.12.2024 внесены изменения в Федеральный закон «О рекламе» в части введения «рекламного сбора», уточнения порядка распространения , маркировки социальной рекламы и внесения изменений в порядок распространения рекламы потребительских кредитов.

**Управляющий партнер PLA
Андрей Токарев**

подготовил обзорную статью новаций правового регулирования рекламной деятельности в части введения категории “рекламного сбора”



Информация, представленная в настоящем документе, не может рассматриваться в качестве профессиональных рекомендаций или услуг в области права и не является консультацией по конкретной ситуации. Данная информация предназначена для общего ознакомления пользователей с вопросами, которые могут представлять для них интерес. ООО “Профессиональный Правовой Альянс” не несет каких-либо обязательств или ответственности за неполноту информации.

Рекламный сбор

Согласно новым требованиям, **вступающим в силу 01.03.2025**, субъекты, осуществляющие распространение рекламы в Интернете, обязаны осуществлять отчисления в размере **3 % от суммы дохода, полученного от соответствующей рекламной деятельности**.

Плательщиками указанных отчислений являются^[1]:

- рекламораспространители;
- операторы рекламных систем (включенные в Реестр Роскомнадзора);
- посредники, осуществляющие распространение рекламы по поручению и за счет рекламодателя и (или) рекламораспространителя;

Российский рекламодатель, заключивший договор на распространение рекламы в интернете с иностранной организацией, иностранным гражданином или лицом без гражданства, также признается лицом, на которое возложены обязанности по **исчислению и удержанию рекламного сбора из денежных средств, выплачиваемых такому иностранному субъекту**.

[1] ч. 1, 10 ст. 18.2 Закона о Рекламе

База для расчета и размер отчислений

Базой для расчета обязательных отчислений является **доход, полученный в течение одного квартала** от реализации услуг по распространению в интернете рекламы, направленной на российских потребителей рекламы. Для посредников базой признается **посредническое вознаграждение, полученное за квартал**.

Размер отчислений равен **3 % от базы для расчета**.

Полномочиями по контролю за своевременной уплатой отчислений наделен **Роскомнадзор**. Ведомство будет производить расчет суммы на основе информации, которую рекламодатели и распространители передают в Единый реестр интернет-рекламы.

Особенности исчисления и уплаты обязательных отчислений, а также порядок мониторинга полноты и своевременности их уплаты будут отдельно установлены Правительством РФ. Кроме того, Правительство РФ в ближайшей перспективе определит критерии отнесения к рекламе информации, распространяемой на отдельных информационных ресурсах в сети «Интернет».

Ответственность за полноту и своевременность уплаты рекламного сбора

Рекламораспространители, операторы рекламных систем, рекламодатели несут в соответствии с законодательством ответственность за полноту и своевременность уплаты обязательных отчислений в федеральный бюджет.[1].

На настоящий момент специальных положений об ответственности за неуплату рекламного сбора законодательством не предусмотрено.

В связи с этим, по состоянию на дату подготовки настоящего обзора, лица, ненадлежащим образом исполняющие обязанности плательщика рекламного сбора, могут быть привлечены к **административной ответственности, предусмотренной ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.**

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 17 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса -

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

[1] ч. 13 ст. 18.2. Закона о Рекламе

Выводы и рекомендации

В связи с рассмотренными изменениями, рекомендуем субъектам, осуществляющим деятельность по распространению рекламы интернете, а также оказывающим рекламные услуги либо услуги посреднического характера в области рекламы:

- а. произвести анализ соглашений о рекламе на предмет четкого и однозначного определения стоимости реализации услуг по ее распространению. В случае заключения соглашений смешанного характера, включающих оказание каких-либо дополнительных услуг, рекомендуем выделить в общей цене договора стоимость услуг по распространению рекламы (в целях корректного формирования базы для расчета рекламного сбора);
- б. проверить взаимодействие с оператором рекламной системы на предмет корректной передачи сведений в Единый реестр интернет-рекламы, в том числе сведений о стоимости реализации услуг по распространению рекламы в интернете;
- с. отслеживать принятие Правительством РФ соответствующего постановления по вопросам исчисления и уплаты рекламного сбора, а также мониторинга полноты и своевременности такой уплаты;



PROFESSIONAL
LEGAL
ALLIANCE

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
ПРАВОВОЙ
АЛЬЯНС

Контакты для получения дополнительной информации по рассмотренному вопросу



Токарев Андрей Андреевич
Управляющий партнер
Профессиональный Правовой Альянс
a.tokarev@mos-arbitr.com



www.mos-arbitr.com



8 495 925 95 54



info@mos-arbitr.com



Москва, Николаямская ул., д. 48, стр. 2