

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ШЕСТОГО СОЗЫВА

**ДЕПУТАТ**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ**

24 06 2014 г.

№ \_\_\_\_\_

Председателю  
Государственной Думы  
Федерального Собрания  
Российской Федерации

**С.Е.НАРЫШКИНУ**

**Уважаемый Сергей Евгеньевич!**

На основании статьи 104 Конституции Российской Федерации на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в качестве законодательной инициативы вносится проект Федерального закона «О внесении изменений в статью 14 ФЗ «О рекламе».

Приложение:

1. Тексты законопроектов – на 2 листах.
2. Пояснительная записка – на 1 листах.
3. Финансово-экономическое обоснование – на 1 листах.
4. Перечень актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием федерального закона – на 1 листах.
5. Копии текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе.



И.Л. Зотов



339849 138101  
Государственная Дума ФС РФ  
Дата 24.06.2014 Время 17:32  
№553473-6; 1.1

Вносится депутатом  
Государственной Думы  
И.Л. Зотовым

*ПРОЕКТ  
№ 553473-6*

## ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

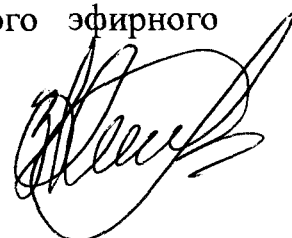
### **О внесении изменений в статью 14 Федерального закона "О рекламе"**

#### **Статья 1**

Внести в статью 14 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2009, № 52, ст. 6430; 2011, № 30, ст. 4566) следующие изменения:

1) дополнить частью 14<sup>1</sup> следующего содержания:

"14<sup>1</sup>. Не допускается распространение рекламы в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств. Не признаются телеканалами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, общероссийские обязательные общедоступные телеканалы, а равно телеканалы, распространяемые на территории Российской Федерации посредством наземного эфирного



вещания с использованием ограниченного радиочастотного ресурса в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.";

2) часть 15 изложить в следующей редакции:

"15. Ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров в телепрограммах, не распространяются на рекламу, размещенную в месте события, транслируемого в прямом эфире или в записи, за исключением специально созданных для трансляции постановок."

## **Статья 2**

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 января 2015 года.

Президент  
Российской Федерации



## **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

### **к проекту федерального закона "О внесении изменений в статью 14 Федерального закона "О рекламе"**

Проект федерального закона "О внесении изменений в статью 14 Федерального закона "О рекламе" разработан в целях выравнивания экономических условий деятельности вещателей бесплатных и платных телеканалов, а также соблюдения прав потребителей.

На рынке электронных средств массовой информации существуют две основные экономические модели монетизации - рекламная модель, при которой продукция электронных средств массовой информации распространяется на бесплатной основе для зрителей (слушателей, иных пользователей), и модель, основанная на взимании платы с абонентов за обеспечение технического доступа и (или) за предоставляемый пакет программ. На сегодняшний день в сфере телевизионного вещания сложилась ситуация, в которой телеканалы, распространяемые бесплатно для потребителей путем наземного эфирного вещания с использованием ограниченного частотного ресурса (за использование которого также приходится платить), оказываются в неравных условиях с телеканалами, распространение которых осуществляется на платной основе и за распространение рекламы на которых взимается абонентская плата с потребителей.

Проектом федерального закона "О внесении изменений в статью 14 Федерального закона "О рекламе" предлагается установить запрет на распространение рекламы в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств.

При этом не признаются телеканалами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, общероссийские обязательные общедоступные телеканалы, а равно телеканалы, распространяемые на территории Российской Федерации посредством наземного эфирного вещания с использованием ограниченного радиочастотного ресурса в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

## **ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**

**к проекту федерального закона  
к проекту федерального закона "О внесении изменений  
в статью 14 Федерального закона "О рекламе"**

Принятие федерального закона "О внесении изменений в статью 14 Федерального закона "О рекламе" не потребует дополнительных расходов из федерального бюджета.

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

**актов федерального законодательства, подлежащих  
признанию утратившими силу, приостановлению, изменению  
или принятию в связи с принятием федерального закона  
"О внесении изменений в статью 14 Федерального закона  
"О рекламе"**

Принятие федерального закона "О внесении изменений в статью 14  
Федерального закона "О рекламе" не потребует признания утратившими  
силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия других  
федеральных законов.