

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ШЕСТОГО СОЗЫВА

**ДЕПУТАТ**  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

16 февраля 2015 г.

№ 8/н

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 Федеральный закон "О рекламе".

Приложения:

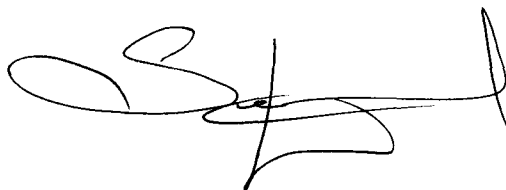
Текст законопроекта - на 2 листах;

Пояснительная записка - на 3 листах;

Финансово-экономическое обоснование - на 1 листе;

Перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона - на 1 листе.

Депутат Государственной Думы  
Федерального Собрания  
Российской Федерации



О.Л. Михеев



244447 734108

Государственная Дума ФС РФ  
Дата 16.02.2015 Время 11:07  
№722283-6; 1.1

Вносится депутатом  
Государственной Думы Федерального  
Собрания Российской Федерации  
шестого созыва:  
**Михеевым О.Л.**

Проект № 722283-6

## **ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**

### **О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе"**

#### **Статья 1**

Внести в Федеральный закон от 13.03.2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, 1232; № 52, ст. 5497; 2007, № 16, ст. 1828; 2011, № 27, ст. 3477; № 30, ст. 4566, 4600; 2013, № 30, ст. 4033; № 48, ст. 6165; № 52, ст. 6981; 2014, № 26, ст. 3396) следующие изменения:

1) в статье 5:

а) часть 5 дополнить пунктом 7 следующего содержания:

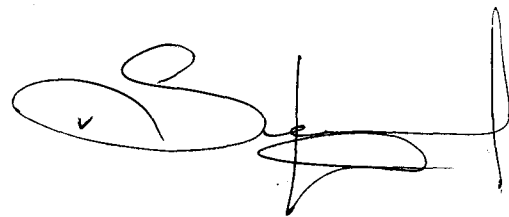
"7) создавать представление о преимуществах рекламируемого товара путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных

для введения в оборот соответствующего товара, а равно путем выделения потребительских свойств либо условий приобретения товара, которые в соответствии с требованиями действующего законодательства являются обязательным требованиями, предъявляемыми к соответствующему товару или условиям его приобретения.";

б) в пункте 6 части 5 после слов "медицинских изделий" символ "."  
заменить символом ";;";

2) в статье 24 пункт 4 части 1 признать утратившим силу.

Президент  
Российской Федерации



## **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

### **к проекту федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе"**

Законопроект направлен на защиту потребителей от введения их в заблуждение относительно потребительских свойств рекламируемого товара и условий его приобретения. В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Действующая редакция Федерального закона "О рекламе" предусматривает недопустимость введения потребителя в заблуждение при не указании существенной информации о товаре. В то же время введение в заблуждение потребителя может быть осуществлено и посредством предоставления ему достоверной информации о потребительских свойствах товара или условиях его приобретения. Так, выделение в рекламе свойств или условий приобретения товара как его преимуществ по отношению к иным товарам привлекает внимание потребителя к объекту рекламирования и влияет на выбор. В то же время указанные свойства или условия приобретения товара могут в действительности не являться преимуществами, а являться

обязательными требованиями к соответствующим товарам, работам, услугам.

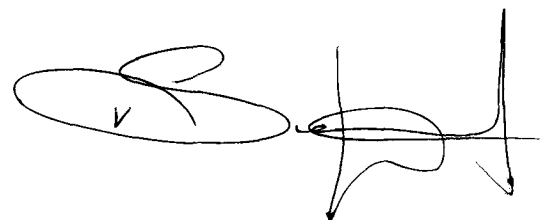
В рекламной индустрии неоднократно используется вышеуказанный прием, приводящий к искажению оценки товаров при их выборе. Например, в рекламе растительного масла в качестве его преимущества указывалось то, что оно не содержит холестерина. Однако ни одно растительное масло не содержит холестерина, поскольку он содержится в продуктах животного происхождения. Однако выделение данной характеристики как преимущества привело к тому, что большинство производителей начали использовать указание на отсутствие холестерина, т.к. в противном случае потребитель полагал, что в таком растительном масле есть холестерин.

Также часто используемым методом в рекламе является указание на соблюдение гарантированных прав потребителя как на преимущество. К сожалению, несмотря на рост уровня правовой грамотности населения, права, гарантированные Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей", известны далеко не всем, чем пользуются недобросовестные рекламодатели. Так, имело место распространение рекламы, в которой в качестве преимущества указывалось на то, что потребитель вправе обменять товар, если он ему не подошел по размеру или фасону. Однако данное право гарантировано

статьей 25 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей".

В результате потребители могут быть введены в заблуждение, оценка товаров будет искажена, что приведет к еще большему уменьшению самостоятельности потребителя в выборе товара.

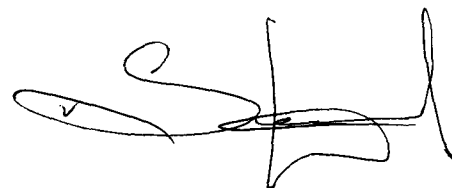
Также законопроектом предусматривается распространение на все товары требования о не допустимости выставления в качестве преимущества товара сведений о проведении исследований, если такие исследования являются обязательными для введения товара в оборот. В действующей редакции Федерального закона "О рекламе" данное ограничение действует только в отношении рекламы лекарственных средств. Вместе с тем, данное требование является актуальным и для иных товаров.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

## **ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**

**к проекту федерального закона "О внесении изменений в  
Федеральный закон "О рекламе"**

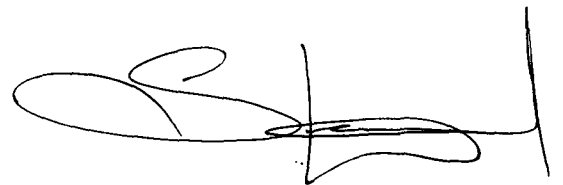
Принятие Федерального закона "О внесении изменений в  
Федеральный закон "О рекламе" не потребует дополнительного  
бюджетного финансирования.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom.

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

**федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу,  
приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием  
проекта федерального закона "О внесении изменений в Федеральный  
закон "О рекламе"**

Принятие Федерального закона "О внесении изменений в  
Федеральный закон "О рекламе" не предусматривает внесение изменений в  
другие законодательные акты.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.