

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

12 11 2015 г.

№ _____

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 некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции».

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

Приложения:

Текст законопроекта - на 7 листах;

Пояснительная записка - на 6 листах;

Финансово-экономическое обоснование - на 1 листе;



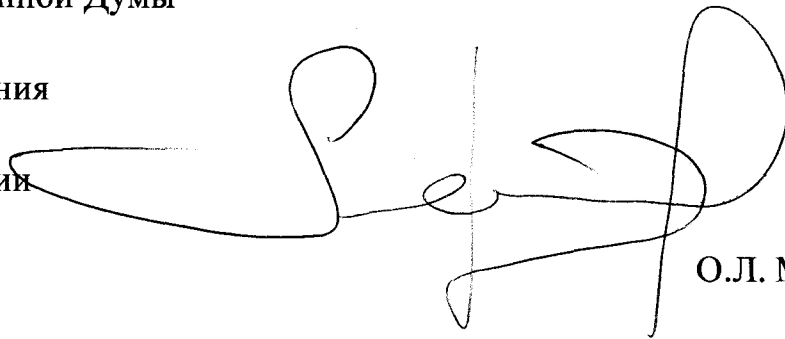
Государственная Дума ФС РФ
Дата 12.11.2015 Время 10:50
№927400-6; 1.1

Перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции» - на 1 листе.

Депутат Государственной Думы

Федерального Собрания

Российской Федерации

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned over the text of the official title.

О.Л. Михеев

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

Проект № 927400-6

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 48, ст. 4553) следующие изменения:

1) в статье 2 дополнить пунктами 16.1 и 16.2 следующего содержания:

«16.1) стимулирование продажи алкогольной продукции – любой вид передачи коммерческой информации, рекомендации или действия с целью,

результатом или вероятным результатом продажи алкогольной продукции или потребления алкогольной продукции, прямо или косвенно;

16.2) спонсорство алкогольной продукции – любой вид вклада в любые событие, мероприятие или отдельное лицо, целью, результатам или вероятным результатом которого является стимулирование продажи алкогольной продукции или употребление алкогольной продукции прямо или косвенно.»;

2) дополнить статьей 16.1 следующего содержания:

«Статья 16.1 Запрет стимулирования продажи алкогольной продукции, спонсорства алкогольной продукции.

1. В целях сокращения спроса на алкогольную продукцию запрещаются:

1) стимулирование (за исключением рекламы, осуществляемой в соответствии с требованиями Федерального закона "О рекламе") продажи алкогольной продукции и (или) потребления алкогольной продукции, в том числе:

распространение алкогольной продукции среди населения бесплатно, в том числе в виде подарков, за исключением организации дегустации алкогольной продукции на выставках;

применение скидок с цены алкогольной продукции любыми способами, в том числе посредством издания купонов и талонов;

использование товарного знака, служащего для индивидуализации алкогольной продукции, на других видах товаров, не являющихся алкогольной продукцией, при производстве таких товаров, а также оптовая и розничная торговля

алкогольной продукции, вещатель или организатор демонстрации должен обеспечить трансляцию социальной рекламы о вреде потребления алкогольной продукции непосредственно перед началом или во время демонстрации такого произведения, такой программы.

3. Реклама алкогольной продукции осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.».

Статья 2

В Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 октября 2001 года № 195-ФЗ (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1, ст. 1; № 18, ст. 1721; 2003, № 27, ст. 2700; № 27, ст. 2717; № 50, ст. 4847; 2004, № 31, ст. 3229; 2005, № 13, ст. 1077; № 30, ст. 3131; № 50, ст. 5247; 2006, № 31, ст. 3420; 2007, № 31, ст. 4007; 2008, № 52, ст. 6227; 2009, № 23, ст. 2776; 2010, № 1, ст. 1; № 30, ст. 4006, ст. 4007; № 31, ст. 4208; № 32, ст. 4298; 2011, № 1, ст. 10; № 7, ст. 901; № 17, ст. 2310; № 27, ст. 3881; № 29, ст. 4298; № 30, ст. 4600, ст. 4601; № 46, ст. 6406; 2012, № 6, ст. 621; № 10, ст. 1166; № 19, ст. 2281; № 29, ст. 3996; № 31, ст. 4320, 4322; № 53, ст. 7577; 2013, № 14, ст. 1651; № 19, ст. 2325; № 30, ст. 4029, ст. 4030, ст. 4040; № 43, ст. 5444; № 44, ст. 5643; № 51, ст. 6685, ст. 6696; 2014, № 19, ст. 2302; № 30, ст. 4228; № 42, ст. 5615; 2015, № 1, ст. 67) внести следующие изменения:

1) дополнить статьей 14.3.2 следующего содержания:

распространение алкогольной продукции среди населения бесплатно, в том числе в виде подарков)»;

б) в пункте 1 части второй после слов «(в части привлечения к административной ответственности за распространение табачной продукции или табачных изделий среди населения бесплатно, в том числе в виде подарков)» дополнить словами ", частью 1 статьи 14.3.2 (в части привлечения к административной ответственности за распространение алкогольной продукции среди населения бесплатно, в том числе в виде подарков)»;

3) в статье 23.44:

а) в части 1 после слов «частями 2, 3 и 5 статьи 14.3.1» дополнить словами «, частью 2 статьи 14.3.2»;

4) в статье 23.49:

а) в части 1 после слов «частью 1 статьи 14.3.1» дополнить словами «, частью 1 статьи 14.3.2».

Статья 3

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации 2006, № 12, ст. 1232; 2011, № 30, ст. 4566) следующее изменение:

1) часть 4 статьи 21 изложить в следующей редакции:

«4. Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов алкогольной продукции, не допускается, за исключением организации дегустации

алкогольной продукции на выставках. При этом запрещается привлекать к участию в раздаче образцов алкогольной продукции несовершеннолетних и предлагать им данные образцы.»;

2) в части 5 статьи 21 слова «, за исключением специализированных стимулирующих мероприятий, проводимых в целях реализации алкогольной продукции» исключить.

Статья 4

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

2. Положения абзаца седьмого подпункта 1 пункта 1, подпункта 2 пункта 1 статьи 16.1 Федерального закона от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (в редакции настоящего Федерального закона) применяются с 1 января 2019 года.

Президент
Российской Федерации



Пояснительная записка

к проекту федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции»

Законопроект направлен на снижение уровня потребления алкогольной продукции. В законопроекте были учтены рекомендации Комитета Государственной Думы по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству, Комитета Государственной Думы по конституционному законодательству и государственному строительству, данные на проект федерального закона № 661864-6 «О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции».

Настоящий законопроект принят в целях реализации положений Концепции реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации (одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2009 года № 2128-р) (далее – Концепция).

В Концепции приводится ряд неутешительных данных. Так, в Российской Федерации с 1992 года в связи со злоупотреблением алкогольной продукцией происходят снижение продолжительности жизни и рост преждевременной смерти, которые являются существенными факторами ухудшения демографической

ситуации в стране. Достижение необходимых показателей демографического роста, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 9 октября 2007 года № 1351 невозможно без принятия государством эффективных мер по противодействию злоупотреблению алкогольной продукцией.

При этом запреты и ограничения на продажу алкогольной продукции приводят к потреблению недоброкачественного алкоголя и массовым отравлениям. Ввиду изложенного законопроект направлен не на установление запретов продажи алкоголя, а на запрет стимулирования его потребления. Аналогичные меры были приняты в отношении табачной продукции.

В Российской Федерации не развита так называемая «культура питья», а в потребление алкоголя включаются несовершеннолетние, несмотря на установленные запреты. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года (утверждена Указом Президента Российской Федерации от 12 мая 2009 года № 537) относит алкоголизм к одной из главных угроз национальной безопасности в сфере здравоохранения.

Одной из задач Концепции названо обеспечение информационной поддержки проведения реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации. Однако обеспечение информационной поддержки, запуск социальной рекламы не могут быть полноценно реализованы без информационного противодействия популяризации потребления алкогольной продукции.

В таких условиях необходимо уменьшение информационного потока, популяризирующего алкогольную продукцию, ее потребление, исключить возможность ее получения в виде подарков, призов за участие в конкурсах или играх, запретить использовать алкогольную продукцию в рекламных акциях.

В настоящее время распространена продажа алкоголя, дарение алкоголя в рамках рекламных акций. Заведения общественного питания при приобретении алкогольной продукции предлагают «еще один бокал бесплатно». Таким образом, даже несмотря на ограничения в рекламе алкоголя, имеются широкие возможности привлечения потребителей (в том числе детей) к употреблению алкоголя.

Отметим, что в соответствии с Концепцией к мерам по реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией относятся:

- ограничение (вплоть до полного запрета) скрытой рекламы алкогольной продукции, привлекающей общественное внимание, особенно детей и молодежи;
- ограничение проведения нацеленных на содействие потреблению алкогольной продукции мероприятий, в том числе винных, пивных фестивалей и конкурсов.

Именно на реализацию указанных выше целей направлен законопроект.

Законопроект дает определение понятию «спонсорство алкогольной продукции». В целях соблюдения единообразия в толковании понятий, определение указанному понятию по своей конструкции основано на положениях пункта «g» статьи 1 Конвенции Всемирной Организации Здравоохранения по борьбе против

табака. Тем более, что соответствующие дефиниции использовались в разработке соответствующих понятий в Федеральном законе «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака».

При этом учитывается, что под спонсором согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» понимается лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности.

Кроме того, законопроектом вводится определение понятия «стимулирование продажи алкогольной продукции», которое также основано на определении понятия «реклама и стимулирование продажи табака», данном в Конвенции Всемирной Организации Здравоохранения по борьбе против табака. При этом определение было внесено с учетом положений Федерального закона «О рекламе», статьей 3 которого предусматривается, что под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Из соотношения определения понятия «реклама», данного в Федеральном законе «О рекламе», и понятия «реклама и стимулирование продажи табака» следует, что реклама представляет собой форму стимулирования продажи. Таким образом, понятие «реклама» входит в объем понятия

«стимулирование продажи», что и было отражено в определении «стимулирование продажи алкогольной продукции» в предлагаемом законопроекте. Также это очевидно из содержания запретов и исключений, предусматриваемых законопроектом.

Также законопроектом предусматривается комплекс запретов в части стимулирования продажи алкогольной продукции. При этом были учтены рекомендации Комитета Государственной Думы по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству на законопроект № 661864-6 о необходимости соотнесения предлагаемых ограничений с положениями Федерального закона «О рекламе».

Учитывая направленность законопроекта на минимизацию вовлечения граждан в потребление алкогольной продукции, законопроектом предлагается, помимо прочего, установить запрет на распространение алкогольной продукции среди населения бесплатно. Однако предлагается исключение – бесплатное распространение алкогольной продукции возможно в рамках организации дегустации, но только на выставках. Бесплатную раздачу алкогольной продукции во время дегустации в стационарных торговых объектах вне выставки предлагается запретить, поскольку в противном случае цели законопроекта не будут достигнуты.

Законопроектом устанавливается административная ответственность за нарушение установленного законом запрета на спонсорство алкогольной продукции, стимулирование продажи алкогольной продукции и (или) потребления алкогольной продукции. Такая формулировка позволит увязать использование соответствующей

статьи Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях со сроками вступления в силу отдельных положений законопроекта. При этом были учтены рекомендации Комитета Государственной Думы по конституционному законодательству и государственному строительству по законопроекту № 661864-6.

Учитывая, ряд ограничений в сфере рекламы алкогольной продукции планируется ввести в действие с 1 января 2019 года в связи с необходимостью обеспечения ряда мероприятий, настоящим законопроектом также предлагается ввести в действие ряд норм с указанной даты.



Финансово-экономическое обоснование

к проекту федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции»

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции» не потребует дополнительного бюджетного финансирования.

Перечень

федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции»

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты в целях запрета стимулирования продажи и потребления алкогольной продукции» не предусматривает внесение изменений в другие законодательные акты.