

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

ДМ 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 21 ФЗ «О рекламе».

Приложение:

1. Тексты законопроектов – на 3 листах.
2. Пояснительная записка – на 2 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



339848 822100
Государственная Дума ФС РФ
Дата 24.06.2014 Время 17:29
№553461-6; 1.1

Вносится депутатом
Государственной Думы
И.Л. Зотовым

*Проект
№ 553461-6*

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 21 Федерального закона "О рекламе"

Статья 1

Внести в статью 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2011, № 30, ст. 4566; 2012, № 30, ст. 4170) следующие изменения:

1) в части 2:

пункт 1 дополнить словами ", за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива";

в пункте 3 слова "в теле- и" заменить словами "в телепрограммах, за исключением случаев, предусмотренных частью 7 настоящей статьи,";



пункт 7 дополнить словами ", за исключением случаев, предусмотренных частью 6 настоящей статьи";

2) дополнить частью 6 следующего содержания:

"6. В период проведения официальных спортивных мероприятий допускаются размещение, распространение рекламы средств индивидуализации юридического лица, являющегося производителем пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также средств индивидуализации производимых ими товаров в виде словесных обозначений, содержащих исключительно наименование производимой ими продукции или наименование юридического лица, если размещение, распространение данной рекламы осуществляются в местах проведения официальных спортивных мероприятий.";

3) дополнить частью 7 следующего содержания:

"7. Допускаются размещение, распространение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок), а также на телеканалах, специализирующихся на сообщениях и материалах спортивного характера.".



Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования и действует до 31 декабря 2018 года включительно.

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона "О внесении изменений в статью 21 Федерального закона "О рекламе"

Проект федерального закона "О внесении изменений в статью 21 Федерального закона "О рекламе" подготовлен с учетом имеющихся потребностей физкультурно-спортивных организаций в дополнительных источниках финансирования их деятельности и предусматривает создание условий для направления рекламных бюджетов пивоваренных компаний на поддержку и развитие спорта.

Проектом предусматривается снятие ограничений для рекламы средств индивидуализации производителей пива и напитков, изготавливаемых на его основе, а также средств индивидуализации производимых ими товаров в период проведения официальных спортивных мероприятий в случае ее размещения в местах проведения таких спортивных мероприятий.

Проект предусматривает снятие ограничений для рекламы пива и напитков, изготавливаемых на его основе, при трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок) по телеканалам, а также для рекламы пива и напитков, изготавливаемых на его основе, на телеканалах, специализирующихся на сообщениях и материалах спортивного характера, и в периодических печатных изданиях.

Практика спонсирования профессиональных спортивных мероприятий пивоваренными компаниями распространена во всем мире. Более того, все права на рекламу во время международных спортивных соревнований принадлежат не их местным организаторам, а международным федерациям по видам спорта. Независимо от места проведения очередного мероприятия федерации соблюдают взятые на себя перед своими рекламодателями обязательства. Например, реклама спонсоров МОК, ФИФА, УЕФА во время проведения всех спортивных соревнований и на всех аренах, так же как и во время телетрансляций, обязательна.

Имеется многолетний успешный опыт сотрудничества пивных брендов с международными спортивными ассоциациями: Лондонский организационный комитет Олимпийских и Паралимпийских игр назначил британское подразделение компании Heineken официальным спонсором Олимпийских игр 2012 года в Лондоне;

титულным спонсором Международного олимпийского комитета (МОК), ответственного за проведение всех Олимпийских игр, а также одним из ключевых партнеров чемпионата мира по футболу является марка Budweiser, принадлежащая американской компании Anheuser-Bush Inc.

Действующее российское законодательство о рекламе не предусматривает каких-либо изъятий из общего запрета на рекламу пива для таких случаев, что создает проблемы с проведением международных спортивных соревнований на территории Российской Федерации.

Также следует отметить, что для обеспечения выполнения обязательств, взятых на себя Российским Футбольным Союзом в рамках подготовки к проведению чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, был принят Федеральный закон от 7 июня 2013 № 108-ФЗ "О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации". Согласно этому Федеральному закону в период проведения спортивных соревнований, а также в период с наступления даты за два дня перед датой предварительной или окончательной жеребьевки до наступления даты, следующей после даты окончания соответствующей жеребьевки, на основании договора, заключенного с FIFA или уполномоченным лицом FIFA, допускаются размещение, распространение рекламы средств индивидуализации производителей вина, пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также рекламы средств индивидуализации производимых ими товаров в виде словесных обозначений, содержащих исключительно наименование производимой ими продукции или наименование производителя (юридического лица), если указанные производители являются коммерческими партнерами FIFA, контрагентами FIFA и размещение, распространение данной рекламы осуществляются в местах осуществления мероприятий.

В соответствии со статьей 2 законопроекта изменения, внесенные в статью 21 Федерального закона "О рекламе", будут действовать до 31 декабря 2018 г. включительно.

ПЕРЕЧЕНЬ

**актов федерального законодательства, подлежащих
признанию утратившими силу, приостановлению, изменению
или принятию в связи с принятием федерального закона
"О внесении изменений в статью 21
Федерального закона "О рекламе"**

Принятие федерального закона "О внесении изменений в статью 21
Федерального закона "О рекламе" не потребует признания утратившими
силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия других
федеральных законов.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

**к проекту федерального закона
"О внесении изменений
в статью 21 Федерального закона "О рекламе"**

Принятие федерального закона "О внесении изменений в статью 21 Федерального закона "О рекламе" не потребует дополнительных расходов из федерального бюджета.