

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ШЕСТОГО СОЗЫВА

**ДЕПУТАТ**  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

19 января 2015 г.

№ *о/р*



Государственная Дума ФС РФ  
Дата 19.01.2015 Время 10:29  
№701496-6: 1.1

Председателю  
Государственной Думы  
Федерального Собрания  
Российской Федерации

**С.Е. НАРЫШКИНУ**

**Уважаемый Сергей Евгеньевич!**

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации вносим в Государственную Думу проект федерального закона «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части восстановления запрета рекламы отдельных видов алкогольной продукции».

- Приложение:
1. Проект федерального закона на 3 л.
  2. Пояснительная записка к законопроекту на 2 л.
  3. Финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1 л.
  4. Перечень актов федерального законодательства, на 1 л.
  5. Копии текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе.

С уважением,

*[Signature]*  
/С.Е. Нарышкин/

*[Signature]*  
/А.Н. Сванидзе/

*[Signature]*  
/В.В. Нариновский/

*[Signature]*  
/А.Н. Фадеев/

*[Signature]*  
/М.В. Зельтерев/

Вносится депутатами  
Государственной Думы  
В.В. Жириновским,  
Я.Е. Ниловым,  
А.Н. Диденко,  
М.В. Дегтяревым,  
А.Н. Свинцовым

Проект № 701496-6

## **ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**

**О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части восстановления запрета рекламы отдельных видов алкогольной продукции**

### **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; 2014, № 30, ст. 4236; Российская газета, 2015, 12 января, № 1) следующие изменения:

1) в части 2:

а) в пункте 1 исключить слова «а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда,» ;

б) в пункте 3 слова «частями 7 и 8» заменить словами «частью 7»;

2) в части 2<sup>1</sup> исключить второе предложение;

3) часть 8 признать утратившей силу.

## **Статья 2**

Внести в Федеральный закон от 31 декабря 2014 года № 490-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (Российская газета, 2015, 12 января, № 1) следующие изменения:

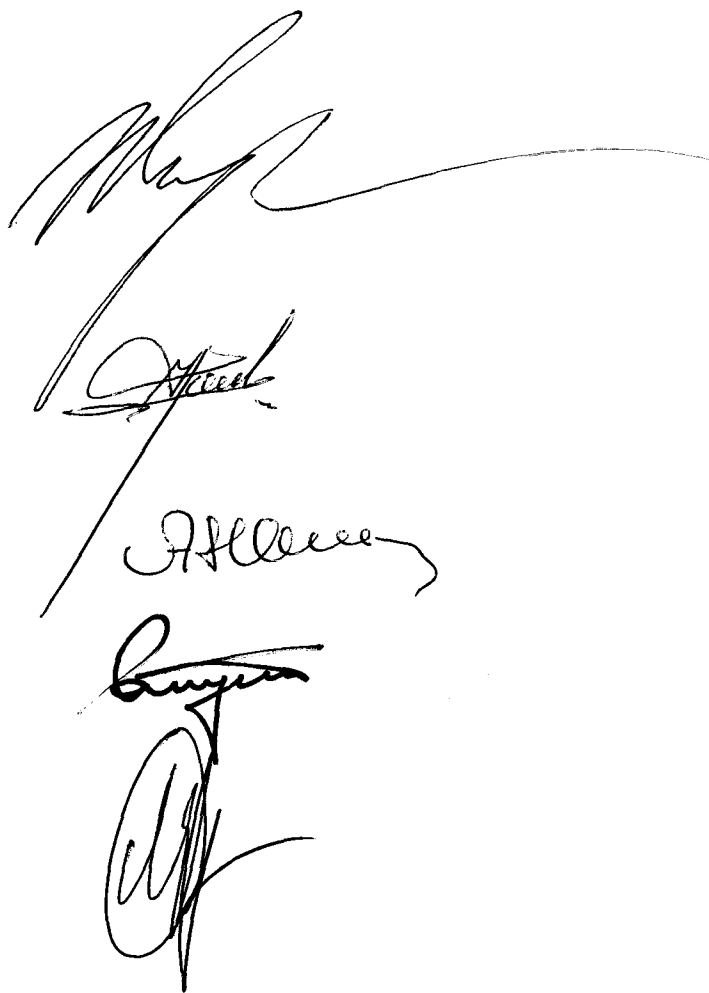
1) часть 3 статьи 4 признать утратившей силу;

2) в части 2 статьи 5 слова «части 1 и 2» заменить словами «часть 1».

**Статья 3**

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

Президент  
Российской Федерации



The image shows four distinct handwritten signatures in black ink, arranged vertically on the left side of the page. The signatures are stylized and cursive, typical of official documents. The top signature is the largest and most prominent, followed by three smaller ones below it.

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**  
к проекту федерального закона  
**«О внесении изменений в статью 21 Федерального закона  
«О рекламе» и в Федеральный закон «О внесении изменений в  
Федеральный закон «О государственном регулировании производства и  
оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и  
об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и  
внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской  
Федерации» в части восстановления запрета рекламы отдельных видов  
алкогольной продукции»**

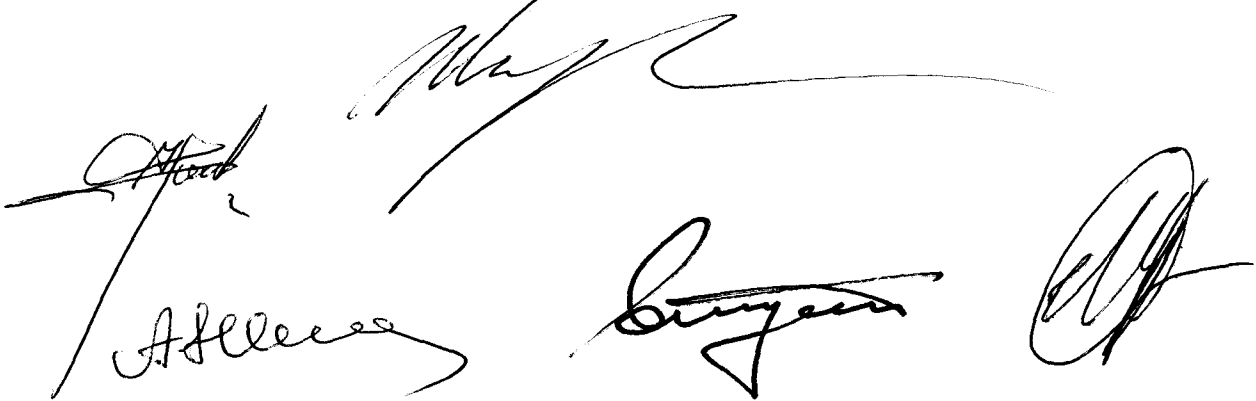
Предлагаемые изменения в статью 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» подготовлены в связи с принятием Государственной Думой на пленарном заседании 23 декабря 2014 года во втором и третьем чтении проекта федерального закона № 345276-6 без обстоятельного обсуждения поправок, разрешающих рекламу отдельных видов алкогольной продукции - вина и вина игристого (шампанского). В подготовленном законопроекте предложены изменения, восстанавливающие ранее действовавший запрет рекламы этих видов алкогольной продукции.

Федеральный закон от 31 декабря 2014 года № 490-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (законопроект № 345276-6) был одобрен Советом Федерации, подписан Президентом Российской Федерации 31 декабря 2014 года и вступил в силу. В целом концептуальные положения законопроекта № 345276-6, принятого Государственной Думой в первом чтении, не встречают возражений. Однако ко второму чтению в законопроект были внесены поправки, противоречащие концепции законопроекта, принятого в первом чтении. В частности, внесены положения, разрешающие рекламу отдельных видов алкогольной продукции. Таблицы поправок к законопроекту № 345276-6,

принятому в первом чтении, и тексты законопроекта ко второму и третьему чтению были размещены в Автоматизированной системе обеспечения законодательной деятельности (АСОЗД) в нарушение требований Регламента Государственной Думы, что не позволило провести комплексный анализ предложенных поправок.

Поправки о рекламе отдельных видов вин были предложены Правительством Российской Федерации и приняты Государственной Думой в редакции, подготовленной депутатами Государственной Думы Карповым А.Е., Звагельским В.Ф., Гаджиевым М.С., Аскендеровым З.А. Указанные поправки существенно расширили допустимые пределы рекламы по сравнению с теми, которые содержались в Официальном отзыве Правительства Российской Федерации на законопроект. Правительством Российской Федерации было предложено разрешить рекламу только вин с защищенным географическим указанием и с защищенным наименованием места происхождения и только в местах проведения винных выставок и в отраслевых специализированных печатных изданиях.

Очевидно, что законодательное расширение условий рекламы алкоголя недопустимо без обстоятельного и всестороннего анализа негативных последствий для здоровья нации. Поэтому в законопроекте предложено восстановить ограничения и запреты рекламы алкоголя, существовавшие до принятия Государственной Думой Федерального закона.



## **ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**

**к проекту федерального закона**

**«О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части восстановления запрета рекламы отдельных видов алкогольной продукции»**

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части восстановления запрета рекламы отдельных видов алкогольной продукции» не потребует дополнительного финансирования 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 21 Федерального закона «О рекламе» и в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части восстановления запрета рекламы отдельных видов алкогольной продукции»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в части восстановления запрета рекламы отдельных видов алкогольной продукции» не потребует признания утратившими силу, приостановления или принятия иных актов федерального законодательства, а также внесения в них изменений или дополнений.

