

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

29 января 2015 г.

№ *8/н*



44107189108

Государственная Дума ФС РФ
Дата 29.01.2015 Время 12:17
№711270-6; 1.1

**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 изменения в статью 2 Федерального закона "О рекламе" (в части распространения требований Федерального закона "О рекламе" на рекламу, размещенную на товаре или упаковке).

Приложения:

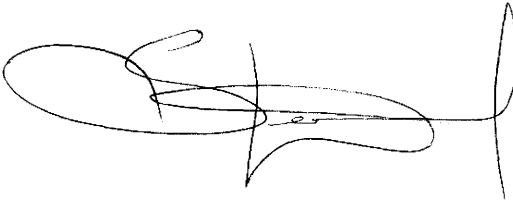
Текст законопроекта - на 2 листах;

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

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

Проект № 711270-6

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменения в статью 2 Федерального закона "О рекламе"

(в части распространения требований Федерального закона "О рекламе"
на рекламу, размещенную на товаре или упаковке)

Статья 1

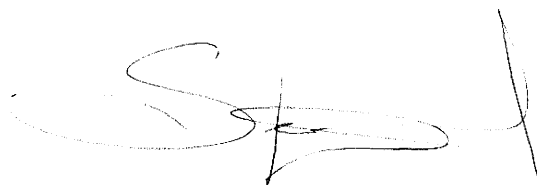
Внести в статью 2 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, 1232) следующее изменение:

1) в части 2 пункт 8 изложить в следующей редакции:

"8) элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не содержащие сведений рекламного характера, а равно на используемые в качестве элемента оформления товара средства

индивидуализации, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;".

Президент
Российской Федерации

A handwritten signature in black ink, consisting of several stylized, overlapping loops and lines, positioned in the lower right quadrant of the page.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

**к проекту федерального закона "О внесении изменения в статью 2
Федерального закона "О рекламе" (в части распространения
требований Федерального закона "О рекламе" на рекламу, размещенную
на товаре или упаковке)**

Действующая редакция пункта 8 части 2 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" (далее – "Закон о рекламе") предусматривает, что Закон о рекламе не распространяется на любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару.

Таким образом, фактически, допускается размещение на товаре или на упаковке информации, содержащей откровенно рекламный характер. При этом соблюдение требований Закона о рекламе не обязательно. Учитывая тот факт, что одним из основным способов выбора товара является визуальный осмотр, внешние свойства товара или упаковки имеют существенное значение при выборе товара.

Таким образом, для лиц, в задачи которых входит организация привлечения внимания к товару, получают еще одно поле для распространения информации, но уже без соблюдения требований, установленных Законом о рекламе.

Концепция законопроекта предполагает, что на информацию рекламного характера, размещенную на товаре или на упаковке, должен распространяться Закон о рекламе, в то время как на иную информацию, размещенную на указанных объектах – Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей", Федеральный закон "О качестве и безопасности пищевых продуктов", Технические регламенты в отношении той или иной продукции.

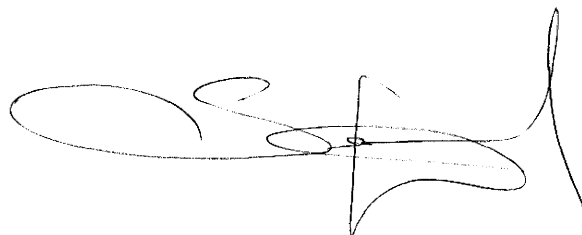
Кроме того, подход, используемый в настоящее время, допускает размещать на упаковке товара элементы мозаики – при размещении товаров в определенном порядке из элементов их упаковки складывается рисунок. Например, соки "Rich", боковые части упаковки которых содержали изображения букв, из которых можно было сложить слово. Такой подход допускает возможность составления различных слов и выражений, изображений посредством сложения мозаики упаковки товара. При этом итоговое изображение может нарушать требования закона о рекламе (например, указание на то, что товар является лучшим, первым, самым дешевым, с "низкой ценой" и прочее - вплоть до нецензурных слов и выражений). Учитывая определенность требований Закона о рекламе, в таких случаях наиболее актуальным является применения положений именно этого закона.

В законопроекте учитывается многофункциональность средств индивидуализации, которые могут выступать и в качестве объекта

рекламирования, и в качестве средства рекламирования, а также в качестве элемента упаковки в соответствии с требованиями к маркировке продукции и обычаями делового оборота.

В связи с этим, законопроектом из-под требований Закона о рекламе выводится любое использование средств индивидуализации в качестве элемента оформления товара. Однако такое средство индивидуализации должно относиться к товару, на котором или на упаковке которого оно размещено. В противном случае размещение средства индивидуализации будет признано рекламой.

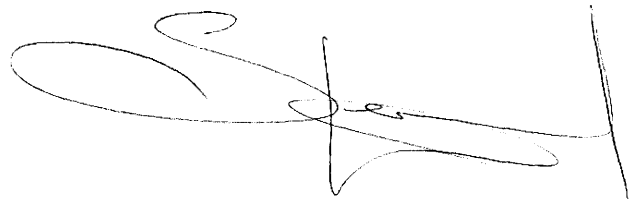
Законопроектом установлено, что требования Закона о рекламе не будут распространяться на оформление товара, не содержащее сведений рекламного характера. Таким образом, не имеет значения, к какому товару такая информация относится – в связи с отсутствием признаков рекламы она не будет относиться к рекламе другого товара.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned in the lower right area of the page.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

**к проекту федерального закона "О внесении изменения в статью 2
Федерального закона "О рекламе" (в части распространения
требований Федерального закона "О рекламе" на рекламу, размещенную
на товаре или упаковке)**

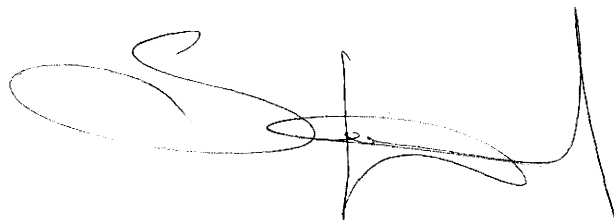
Принятие Федерального закона "О внесении изменения в статью 2
Федерального закона "О рекламе" (в части распространения требований
Федерального закона "О рекламе" на рекламу, размещенную на товаре
или упаковке) не потребует дополнительного бюджетного
финансирования.

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

ПЕРЕЧЕНЬ

федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона "О внесении изменения в статью 2 Федерального закона "О рекламе" (в части распространения требований Федерального закона "О рекламе" на рекламу, размещенную на товаре или упаковке)

Принятие Федерального закона "О внесении изменения в статью 2 Федерального закона "О рекламе" (в части распространения требований Федерального закона "О рекламе" на рекламу, размещенную на товаре или упаковке) не предусматривает внесение изменений в другие законодательные акты.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, located in the bottom right corner of the page.