

ЧЛЕН СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ул. Б.Дмитровка, д. 26, Москва, 103426

«03» марта 2017 г.

№ 12-02.34/СД

Председателю Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации
В.В. ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

На основании статьи 104 Конституции Российской Федерации вносим на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в качестве законодательной инициативы проект федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе".

- Приложение:
1. Проект федерального закона на 2 л., в 1 экз.
 2. Пояснительная записка к проекту федерального закона на 2 л., в 1 экз.
 3. Финансово-экономическое обоснование к проекту федерального закона на 1 л., в 1 экз.
 4. Перечень актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию в связи с принятием данного федерального закона на 1 л., в 1 экз.
 5. Копии текста проекта федерального закона и материалов к нему на магнитном носителе.



Государственная Дума ФС РФ
Дата 03.03.2017 Время 20:03
№115095-7; 1.1

С уважением,
Член Совета Федерации

С.П. Цеков

Член Совета Федерации

О.Ф. Ковитиди

Вносится членами
Совета Федерации
Федерального Собрания
Российской Федерации
С.П. Цековым, О.Ф. Ковитиди

Проект № 115095-7

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе"

Статья 1

Внести в пункт 6 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 52 (1 ч.), ст. 5497; 2007, № 7, ст. 839; 2007, № 16, ст. 1828; 2007, № 30, ст. 3807; 2007, № 49, ст. 6071; 2008, № 20, ст. 2255; 2008, № 44, ст. 4985; 2009, № 19, ст. 2279; 2009, № 39, ст. 4542; 2009, № 51, ст. 6157; 2010, № 21, ст. 2525; 2010, № 31, ст. 4163; 2010, № 40, ст. 4969; 2011, № 15, ст. 2029; 2011, № 23, ст. 3255; 2011, № 27, ст. 3880; 2011, № 30 (ч. 1), ст. 4566; 2011, № 30 (ч. 1), ст. 4590; 2011, № 30 (ч. 1), ст. 4600; 2011, № 48, ст. 6728; 2012, № 30, ст. 4170; 2012, № 31, ст. 4322; 2013, № 19, ст. 2325; 2013, № 23, ст. 2866; 2013, № 27, ст. 3477; 2013, № 30 (Часть I), ст. 4033; 2013, № 30 (Часть I), ст. 4084; 2013, № 43, ст. 5444; 2013, № 48, ст. 6165; 2013, № 51, ст. 6695; 2013, № 52 (часть I), ст. 6961; 2013, № 52 (часть I), ст. 6981; 2014, № 23, ст. 2928; 2014, № 26 (часть I), ст. 3396; 2014, № 30 (Часть I), ст. 4219; 2014, № 30 (Часть I), ст. 4236; 2014, № 30 (Часть I), ст. 4265; 2014, № 30 (Часть I), ст. 4271; 2014, № 45, ст. 6148; 2015, № 1 (часть I), ст. 13; 2015, № 1 (часть I), ст. 38; 2015, № 1 (часть I), ст. 43; 2015, № 6, ст. 883; 2015, № 10, ст. 1420; 2016, № 27 (часть II), ст. 4237; 2016, № 50, ст. 6976; 2016, № 27 (Часть I), ст. 4214) изменение, дополнив его после слов



"народов Российской Федерации," словами "искаженных топографических данных (географическая карта Российской Федерации)",

Статья 2

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

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к проекту федерального закона "О внесении изменения в статью 5
Федерального закона "О рекламе"

Законопроектом предлагается установить запрет на использование в рекламе искажённых топографических данных (географических карт Российской Федерации).

Указанные изменения вызваны необходимостью законодательного урегулирования производства и реализации в торговых сетях печатной продукции, учебной литературы, карт Российской Федерации, наглядных пособий, которые по своему содержанию могут квалифицироваться как пропаганда нарушения территориальной целостности Российской Федерации.

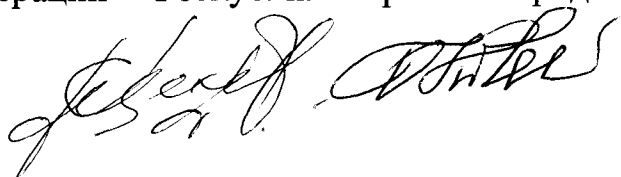
Отмечается, что в ряде указанных изданий отсутствует изображение и наименование субъектов Российской Федерации – Республики Крым и города федерального значения Севастополя.

В рекламной деятельности по производству и продаже алкогольной продукции, используются искаженные топографические данные о Российской Федерации (географическая карта Российской Федерации), в частности в рекламе пива "Сибирская Корона", в качестве торговой марки используется географическая карта России без Республики Крым и города федерального значения Севастополя.

Аналогичные нарушения отмечались в рекламе по производству безалкогольной продукции компаний Coca-Cola и PepsiCo.

В туристической деятельности компания TripAdvisor обозначала Крым как субъект Украины, ссылаясь на подобную классификацию в структурах ООН. Подобные нарушения также могут квалифицироваться, как пропаганда нарушения территориальной целостности Российской Федерации.

Производители алкоголя мотивируют размещение российской символики (географической карты страны) в рекламе своей продукции пропагандой патриотизма, однако отсутствие на карте России двух субъектов Российской Федерации – Республики Крым и города федерального значения Севастополя



противоречит их заявлениям и фактически не соответствует положениям Конституции Российской Федерации.

Подобная методика использования искажённых топографических данных (географических карт Российской Федерации) в рекламных целях по продвижению товаров или услуг носит характер пропаганды нарушения территориальной целостности Российской Федерации.

Внесение указанных изменений в статью 5 Федерального Закона "О рекламе" позволит обеспечить соблюдение правовых и этических норм в рекламной деятельности в сфере торговли, туризма, а также производстве печатной продукции.

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized name, possibly "L. S. ...".

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона "О внесении изменения в статью 5
Федерального закона "О рекламе"

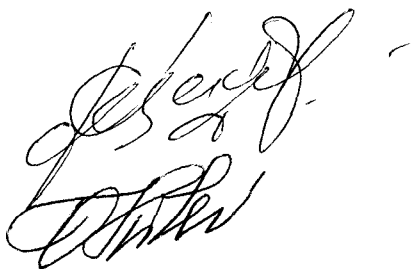
Принятие проекта федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе" не потребует дополнительного бюджетного финансирования.

A handwritten signature in black ink, consisting of several stylized, overlapping loops and curves, located in the bottom left corner of the page.

ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию в связи с принятием Федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе"

Принятие проекта федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе" не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия других актов федерального законодательства.

A handwritten signature in black ink, consisting of several stylized, overlapping loops and lines, located in the bottom left corner of the page.