

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

27 февраля 2014 г.

№ Вн-КлВ-2/15



Государственная Дума ФС РФ
Дата 27.02.2014 Время 11:23
№461801-6; 1.1

Председателю
Государственной Думы
Федерального собрания
Российской Федерации

С.Е. НАРЫШКИНУ

Уважаемый Сергей Евгеньевич!

В соответствии с частью первой статьи 104 Конституции Российской Федерации вношу на рассмотрение Государственной Думы проект федерального закона «О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О рекламе».

Принятие федерального закона не потребует дополнительных расходов федерального бюджета.

Приложение: на 6 л. в 1 экз. + копии текста проекта федерального закона и материалов к нему на магнитном носителе.

С.В. Калашников

Вносится депутатом
Государственной Думы
С.В. Калашниковым

Проект

№ 461801-6

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О рекламе»


Статья 1

В части 8 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст.1232; 2013, № 30, ст. 4033, № 48, ст. 6165) слова «медицинских услуг, в том числе», «профилактики, диагностики», «и медицинской реабилитации» и «, для использования которых требуется специальная подготовка» исключить.

Статья 2

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

Президент
Российской Федерации



/С.В.КАЛАШНИКОВ/

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 24
Федерального закона «О рекламе»

После вступления в силу 1 января 2014 года изменений в статью 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» возникло правовое противоречие между частями 7 и 8 данной статьи в сфере рекламы медицинских услуг.

Часть 7 устанавливает требования к содержанию рекламы, которые включают в себя необходимость размещения в рекламе медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, за исключением случаев размещения такой рекламы в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, а также в случаях, если потребителями такой рекламы являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Вместе с тем, согласно части 8 реклама медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, может размещаться только в специализированных медицинских и фармацевтических средствах массовой информации.

Таким образом, возникли две правовых коллизии.

Во-первых, частью 7 установлены требования к рекламе медицинских услуг в неспециализированных изданиях, а в соответствии с частью 8 размещение рекламы медицинских услуг в неспециализированных средствах массовой информации запрещено.

Во-вторых, согласно части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» медицинская организация в неспециализированных СМИ в настоящее время не может указывать на медицинские услуги, которые она оказывает (УЗИ, МРТ, КТ, массаж лечебный, пломбирование зубов, и т.п.), что привело к серьезным ограничениям доступа потребителя к информации о предоставляемых клиниками медицинских услугах, к снижению его осведомленности и возможности выбора медицинской организации.

Указанные выше противоречия существенно ограничили возможности и смысл медицинским организациям размещать рекламу в неспециализированных средствах массовой информации, что негативно сказывается на доходах как рекламодателей, так и медорганизаций, являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства.

В целях корректировки сложившейся ситуации предлагается внести изменение в часть 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», исключив из сферы ее действия рекламу медицинских услуг, в том числе методов

профилактики, диагностики и медицинской реабилитации. Таким образом, в неспециализированных средствах массовой информации будет разрешено рекламировать медицинские услуги при условии соблюдения требований, установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в связи с возросшим потоком обращений граждан в Государственную Думу по проблеме засилья рекламы «чудодейственных» медицинских изделий в неспециализированных средствах массовой информации, а также значительного количества недобросовестной рекламы в данной сфере, законопроектом предлагается запретить рекламу медицинских изделий в неспециализированных местах и средствах массовой информации.



С.В. КАЛАШНИКОВ

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 24
Федерального закона «О рекламе»

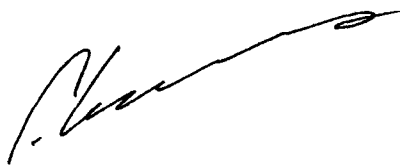
Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О рекламе» не повлечет дополнительных расходов за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета.


/С.В. КАЛАШНИКОВ/

П Е Р Е Ч Е Н Ь

федеральных законов, нормативных правовых актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием федерального закона «О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О рекламе»

Принятие данного федерального закона не потребует внесения изменений в федеральные законы, нормативные правовые акты Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти.



/С.В.КАРАНИКОВ/