

Устранение неравных условий размещения в средствах массовой информации Российской Федерации рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда

Федеральным законом от 31 декабря 2014 года № 490-ФЗ внесены изменения в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон) вступившие в силу с 1 января 2015 года и предусматривающие исключения из общего запрета на рекламу алкогольной продукции для вина и игристого вина (шампанского), произведенного в Российской Федерации из выращенного на её территории винограда следующего содержания:

- реклама в телепрограммах и в радиопрограммах с 23 до 7 часов местного времени;
- реклама в периодических печатных изданиях;
- реклама на выставках пищевой продукции.

Внесенные в Закон изменения создали неравные условия для участников рынка из государств – членов Евразийского экономического союза (далее соответственно – государства-члены, Союз) и противоречат положениям Договора о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года (далее – Договор).

В рамках мониторинга исполнения Договора и в связи с поступившим обращением Министерства национальной экономики Республики Казахстан (письмо от 14.03.2015 № 26-2/217-и) в Евразийскую экономическую комиссию (далее – Комиссия), в Правительство Российской Федерации (письмо от 15.04.2015 № ТС-913/10) направлено обращение Комиссии о необходимости проведения анализа Закона на соответствие положениям Договора и устранении выявленных противоречий, в том числе путем распространения Закона равным образом на вино и игристое вино (шампанское), произведенные во всех государствах-членах Союза.

В ходе проработки данного вопроса Комиссия неоднократно обращалась с просьбой привести положения статьи 21 Закона в соответствие с Договором в Правительство Российской Федерации и уполномоченный орган в сфере регулирования деятельности в области рекламы (письма от 09.12.2016 № 10-286, от 13.12.2016 № ТС-3096/10), а также проводила консультации по данному вопросу в рамках деятельности рабочей группы по подготовке плана либерализации по сектору услуг в области рекламы.

По поручению Правительства Российской Федерации указанное обращение рассмотрено соответствующими уполномоченными органами, которыми подтверждена необходимость и целесообразность внесения в Закон изменений, устраняющих выявленные противоречия с Договором и предусматривающих возможность рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в иных государствах-членах (письмо от 26.06.2015 № АД/32099-ПР-15).

В результате Правительством Российской Федерации одобрен проект закона, исключаящий запрет на рекламу в периодических печатных изданиях, в теле- и радиопрограммах вина и игристого вина (шампанского), произведенных в государствах – членах Союза.