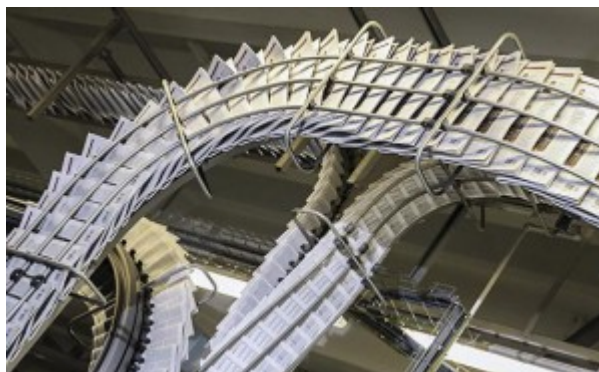


# ФАС против рекламы табака и алкоголя на ТВ

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) направила в правительство очередное заключение по поводу возможного смягчения закона «О рекламе», сообщил РБК заместитель руководителя ведомства Андрей Кашеваров.



В феврале главные редакторы федеральных СМИ на встрече с президентом Владимиром Путиным передали ему письмо с предложением либерализовать рекламное законодательство. Тогда же Минкомсвязь озвучило свой антикризисный план по поддержке медиаотрасли в кризис. В своем письме редакторы, по сути, повторили наработки министерства: частично компенсировать медиакомпаниям падение рекламных доходов можно было бы, разрешив, в частности, рекламу алкоголя, табачных изделий, рецептурных лекарств.

Президент поручил правительству проработать предложения, изложенные в письме главных редакторов. В апреле ФАС отправила в правительство свое первое заключение. Из всех инициатив служба поддержала только одну: отказаться от действующего сейчас ограничения на допустимый объем рекламы в прессе. Сейчас он не может превышать 40% от общего объема одного номера периодического издания. Либо СМИ может зарегистрироваться как рекламно-информационное, но тогда оно лишается льготы по НДС.

С другими ключевыми предложениями – вернуть рекламу алкоголя и табачных изделий, а также разрешить продвижение рецептурных лекарств во всех СМИ, а не только в специализированных медицинских – ФАС не согласилась. Источник в правительстве

месяц назад не исключал, что по вопросу антикризисной либерализации рекламного законодательства придется проводить согласительное совещание.

В мае из аппарата первого вице-преьера Игоря Шувалова в ФАС поступило поручение еще раз проработать данный вопрос, говорил две недели назад Кашеваров. Заместитель министра связи Алексей Волин тогда же рассказывал, что Минкомсвязь предложило ФАС подумать уже над временной либерализацией рекламного законодательства.

Прецедент есть: в прошлом году в закон «О рекламе» были внесены поправки, которые до января 2019 года разрешили рекламу пива в прессе и спортивных телетрансляциях. Точно также временно – до 2019 года – можно было бы разрешить и рекламу других товаров, чье продвижение сейчас ограничено, объяснял Волин.

Позиция ФАС в его новом заключении не изменилась, сообщил РБК Кашеваров. Из всех предложений служба по-прежнему выступает только за отмену 40-процентного ограничения на допустимый объем рекламы в прессе. Все другие инициативы ФАС поддержать не готова, пусть даже и в качестве временной меры. Частные изменения закона лишают рынок стабильности, отмечал ранее Кашеваров.

Представитель Игоря Шувалова отказался от комментариев. Позиция Минкомсвязи остается неизменной, либерализация рекламного законодательства необходима, заявил РБК, в свою очередь, Алексей Волин. По его словам, поправки в каком-либо другом варианте, чем тот, который был изложен в антикризисном плане, министерство вряд ли согласует.

Источник в администрации президента ранее рассказывал РБК, что предложения по смягчению рекламного законодательства не встретили поддержки депутатов Госдумы и вряд ли будут приняты.

«Когда речь идет про возвращение рекламы табака и алкоголя, действительно маловероятно, что депутаты поддержат такой шаг.

По мнению большинства из них, это если и поможет отрасли, но ухудшит здоровье населения», – сообщил РБК председатель думского комитета по информационной политике Леонид Левин. По его мнению, необходимо искать другие решения и экономические послабления для СМИ. «Мы готовы содействовать отрасли, но считаем, что наши действия должны соотноситься и с мнением администрации президента, и с позицией правительства. Мы не будем сами вносить никаких законопроектов, не понимая позицию профильных ведомств по каждому конкретному предложению», – сказал Левин.

Подробнее:

[http://top.rbc.ru/technology\\_and\\_media/25/05/2015/556331489a79472a80f85a6b](http://top.rbc.ru/technology_and_media/25/05/2015/556331489a79472a80f85a6b)