

# Предложены изменения в закон о рекламе

Временное разрешение на рекламу пива в СМИ предложено сделать постоянным – соответствующий законопроект внесен в Госдуму. Сейчас пивовары обеспечивают лишь 1% рекламных доходов телеканалов, раньше эта цифра была в четыре раза выше.



Депутат от фракции «Единой России» Антон Горелкин внес в среду, 12 декабря, в Госдуму законопроект «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в части изменений требований к распространению рекламы алкогольной продукции». В документе речь идет о продлении послаблений для рекламы пива.

С июля 2014 года рекламу пива после принятого в 2012 году полного запрета стало можно вновь размещать в прессе, показывать в спортивных телетрансляциях (в прямом эфире и записи), а также на спортивных тематических телеканалах и радиостанциях. Но это послабление действует только до 1 января 2019 года.

При существующих ограничениях для рекламы пива его производители сейчас могут свободно – в любое время, с использованием образов людей животных и т.п. – продвигать в СМИ свои безалкогольные марки, даже если их названия полностью совпадают с известными алкогольными брендами. Тут Федеральная антимонопольная служба исходит из того, что пиво с содержанием этилового спирта менее 0,5% объема готовой продукции не является алкоголем.

Четыре года назад реклама пива была частично разрешена,

поскольку в 2018-м Россия принимала чемпионат мира по футболу, одним из официальных партнеров которого являлась пивоваренная компания Anheuser-Busch InBev.

Горелкин предложил разрешить и после декабря 2018 года рекламу пива в прессе, спортивных телетрансляциях, на спортивных теле- и радиоканалах. В пояснительной записке автор законопроекта объясняет это тем, что и после ЧМ-2018 России придется принимать у себя крупные международные спортивные турниры. Депутат напоминает, в частности, про один из этапов «Формулы-1» (пройдет в сентябре 2019 года), спонсором которой является Heineken.

Но Горелкин предложил не просто сделать временное послабление постоянным – он выступил за еще большую либерализацию для рекламы этой товарной категории. В частности, депутат предлагает разрешить рекламу пива на всем ТВ и всех радиостанциях в ночное время – с 23 до 7 часов утра по местному времени (там можно было продвигать пиво с 2004 по 2012 год).

Кроме того, депутат предлагает пересмотреть запрет на использование образов людей и животных в рекламе всей алкогольной продукции. Горелкин называет в пояснительной записке такое ограничение избыточным и предлагает оставить это ограничение лишь на использование в такой рекламе образов несовершеннолетних.

