

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕДЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ



Государственная Дума ФС РФ
Дата 25.01.2018
№372739-7; 1.1

25 января 2018 г.

№ Б/н

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

В.В. ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

На основании части 1 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 24 Федерального закона «О рекламе».

- Приложение:
1. Текст законопроекта (на 1 листе);
 2. Пояснительная записка (на 1 листе);
 3. Финансово-экономическое обоснование (на 1 листе);
 4. Перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием данного федерального закона (на 1 листе);
 5. Копия текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе (1 шт.).

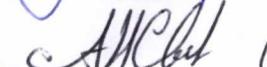
Депутаты Государственной Думы


В.В.Жириновский


Я.Е.Нилов


А.Н.Диденко


Е.В.Строкова


В.Е.Денюшин


Свинув С.И

Вносится депутатами
Государственной Думы
В.В.Жириновским,
Я.Е.Ниловым,
А.Н.Диденко,
Е.В.Строковой,
~~В.Е.Дензигиным,~~
А.Н.Свинцовым

Проект

№ 372 739-7

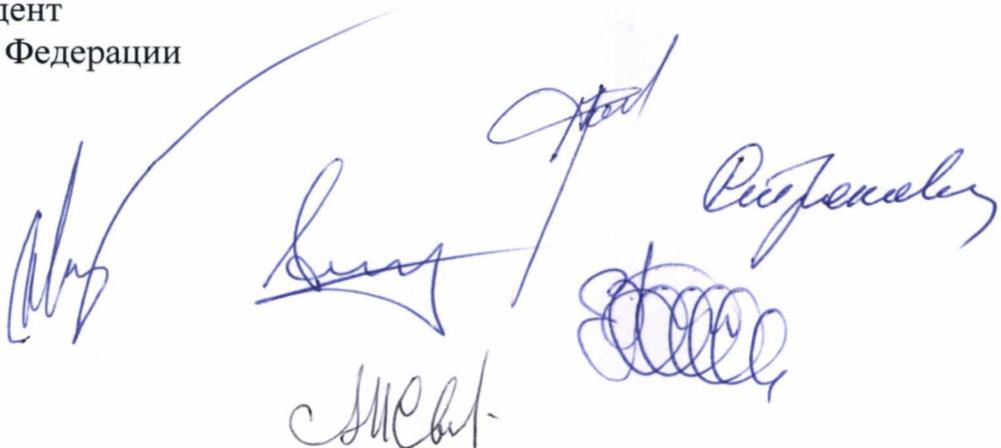
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

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

Внести в статью 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2009, № 51, ст. 6157; 2011, № 29, ст. 4293; 2013, № 48, ст. 6165, № 30, ст. 4033; 2014, № 26, ст. 3396) изменение, дополнив ее частью 1¹ следующего содержания:

«1¹. Реклама лекарственных средств в теле- и радиопрограммах не допускается.».

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона «О внесении изменения в статью 24 Федерального закона «О рекламе»

Опросы показывают, что только 13-20% россиян посещают врача в случае болезни, а 60% предпочитают самолечение. Во многом это обусловлено навязчивой рекламой лекарственных средств, распространяемой в теле- и радиопрограммах. Через каждые 15 минут реклама предлагает чудодейственные лекарства от боли, простуды, аллергии, стресса, для улучшения пищеварения, защиты печени и др. Мало кто обращает внимание на фразу о том, что у лекарства имеются противопоказания и нужна консультация у специалиста. Под воздействием рекламы человек идет и покупает в аптеке «чудодейственный» препарат, игнорируя необходимость обращения к врачу. Самая главная опасность самолечения заключается в том, что болезнь не диагностируется врачом в начальной стадии, когда человека можно вылечить, а приобретает необратимый характер.

По оценкам специалистов, более 60 тыс. россиян ежегодно умирает из-за самолечения, бесконтрольно принимая рекламируемые таблетки.

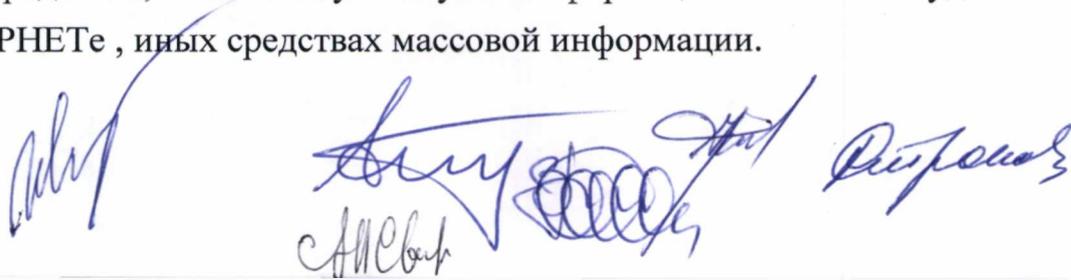
По данным Всемирной организации здравоохранения, самолечение занимает пятое место по смертности, уступая травмам, заболеваниям системы кровообращения, онкологическим и пульмонологическим болезням.

Для разрешения этой ситуации в странах Евросоюза и США были приняты решительные меры по ужесточению рекламного законодательства лекарственных препаратов.

Во всех странах ЕС запрещена какая-либо реклама безрецептурных лекарственных препаратов. В Швейцарии запрещена любая прямая реклама лекарственных препаратов. В Канаде введен запрет рекламы лекарственных препаратов по ТВ и радио.

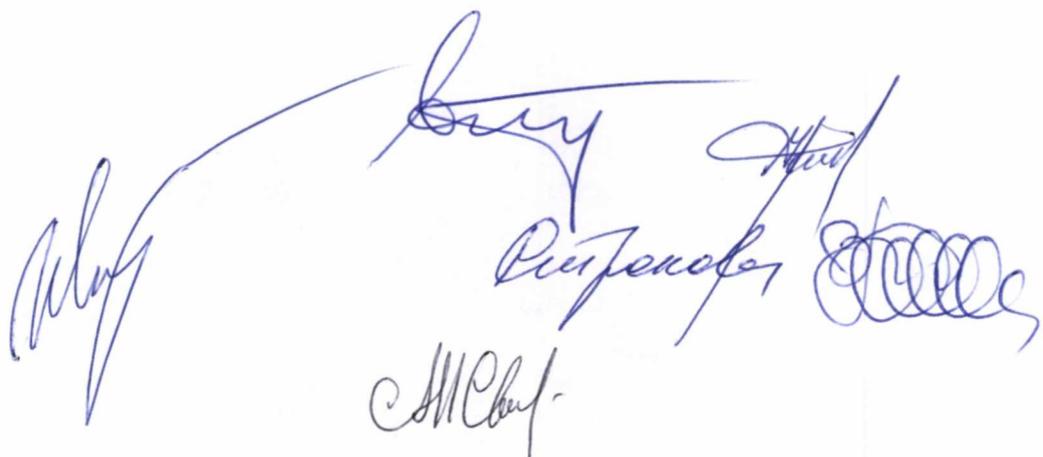
В целях защиты жизни и здоровья россиян законопроектом предлагается запретить рекламу лекарственных средств в теле- и радиопрограммах.

Предлагаемый запрет на рекламу лекарственных средств не ограничит права потребителей на получение информации о представленных на рынке лекарственных средствах, поскольку такую информацию можно будет получить в ИНТЕРНЕТе, иных средствах массовой информации.



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

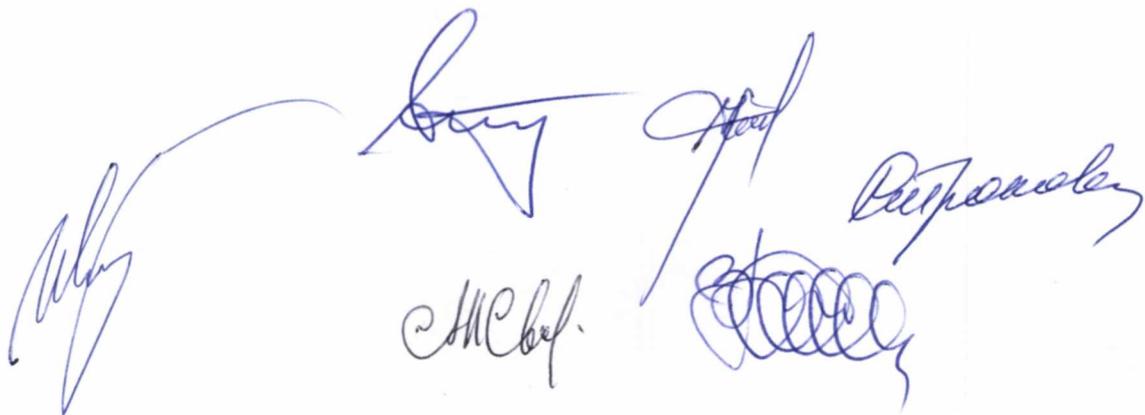
Принятие проекта федерального закона «О внесении изменения в статью 24 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительных расходов, покрываемых за счет средств федерального бюджета.



Handwritten signatures in blue ink, including a large signature on the left, a signature in the center, and several smaller signatures on the right.

ПЕРЕЧЕНЬ
федеральных законов, подлежащих признанию
утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или
принятию в связи с принятием проекта федерального закона
«О внесении изменения в статью 24 Федерального закона
«О рекламе»

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О рекламе» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия иных федеральных законов.



М.С.Б. В.С.П.