ФАС против возврата рекламы алкоголя и БАДов в СМИ

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) России выступает против возврата рекламы алкоголя и безрецептурных лекарственных средств в средства массовой информации, однако поддерживает необходимость отмены порога наполнения рекламой в печатных СМИ, заявил на пресс-конференции замглавы ФАС Андрей Кашеваров.
В 2011 году была запрещена реклама пива на телевидении, радио, в кино, на первой и последней полосах газет и на первой и последней страницах и обложках журналов, в любом месте в изданиях для несовершеннолетних, на рекламных конструкциях, в учреждениях образования, здравоохранения и культуры, в военных организациях, на стадионах и на расстоянии ближе 100 метров от них.
В 2013 году реклама пива была целиком запрещена в печатных СМИ и интернете.
В феврале 2015 года председатель Союза журналистов Москвы Павел Гусев передал президенту РФ обращение главных редакторов федеральных СМИ о господдержке. В своем письме журналисты предложили вернуть рекламу алкоголя, снять определенные ограничения на рекламу БАДов и зафиксировать цену на бумагу, напоминает РИА Новости.
Пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков сообщил, что прорабатывать этот вопрос будет правительство. При этом он отметил, что на вопрос о возвращении рекламы табака и алкоголя существуют разные точки зрения, и чтобы она опять появилась в СМИ, необходимо найти "золотую середину".
Замглавы Минкомсвязи Алексей Волин заявил о том, что министерство прорабатывает с ФАС возможность разрешения в СМИ до 2018 года рекламы алкоголя, безрецептурных лекарств и увеличения рекламного времени. Соответствующее письмо, по словам Кашеварова, ФАС получила в среду.
"Однако чтобы правительство приняло решение об изменении законодательства, необходимо консолидированное решение всех министерств и ведомств. У этой идеи есть оппоненты. По части вопросов был не согласен ФАС, по части — Минэк, по части — Минздрав", — заявил Волин, также принимавший участие в пресс-конференции.
При этом Волин не стал называть пункты, против которых выступают Минэкономразвития и Минздрав. ФАС же выступает больше за стабильность рынка рекламы и СМИ в контексте того, что частые изменения ведут к нестабильности и неуверенности предпринимательского сообщества.
"Сегмент, который предлагает Минкомсвязи относительно отмены запрета рекламы на алкоголь и безрецептурные лекарственные препараты, очевидно, привлечет более бюджетных рекламодателей из игроков рынка", — признал Кашеваров.

"Но здесь мы это соотносим с тем, что можем сдвинуть определенный сложившийся баланс как между обществом и предпринимательской средой в целом, так и в определенной степени в среде самих предпринимателей, поскольку частое изменение правил игры всегда приводит к определенной чехарде на рынке. Это всегда не добавляет стабильности", — указал замглавы ФАС.
"Здесь еще требуется дополнительная оценка с этой точки зрения — как сам рынок отреагирует. Потому что сейчас пока сказали только о сегменте СМИ, а второй сигнал от рынка мы еще не получили. Должны понять, насколько это интересно производителям алкогольной продукции, табака, лекарственных средств и так далее", — добавил он.
Единственный пункт, с которым пока в ФАС согласились и поддержали — это отмена 40%-ного порога наполнения рекламой, в первую очередь, в печатных СМИ. "И, соответственно, исключение 45%-ного налога на прибыль, если эта планка в 40% перешагивается. Мы считаем, что это одна из возможных форм поддержки, которая позволит легче жить", — пояснил Кашеваров

Между тем, еще в середине 2014 года для рекламы пива уже сделали исключение: Госдума разрешила ее использование на стадионах и в рамках спортивных трансляций в соответствии с требованиями FIFA — поскольку в 2018 году в РФ пройдет чемпионат мира по футболу. Пояснялось, что средства от такой рекламы станут дополнительным источником финансирования соревнований. 1 января 2019 года запрет вернется.
"Закон о проведении чемпионата мира по футболу в России в 2018 году вводит мораторий на некоторые нормы, которые действуют в законе о рекламе. И то, что предлагает Минкомсвязи, укладывается в эту логику", — заметил Кашеваров.
"Если мы поймем, что риски выше, нежели чем поддержка отрасли за счет притока дополнительного бюджета, то скорее всего не поддержим (эти послабления — ред.)", — сказал замглавы ФАС.
"Если же поймем, что баланс нигде не сдвинется и не нарушится, наверное, можно говорить о поддержке. Но на данный момент у нас никакого окончательного решения нет и мы находимся в контексте того письма, которое направляли ранее с неподдержкой этой инициативы", — заявил он, добавив, что данная инициатива может быть временной к чемпионату мира и для поддержки отрасли в текущей ситуации.
"Но эта временная мера как раз явится экспериментом, потому что мы как раз посмотрим, как она скажется, какие будут последствия", — указал Волин.
"Содержится предложение, в случае принятие этих предложений, во второй половине 2018 года комплексно изучить ситуацию на рекламном рынке и уже выйти с новым подходом на новый длительный период. Потому что как раз к 2018 году экономическая ситуация должна будет "устаканиться" и плюс возникнет новый политический цикл", — пояснил замглавы Минкомсвязи.