



АПАРАТ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ

Головне науково-експертне управління

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.: 255-40-25, 255-45-01; факс: 255-41-86

№ 16/3-289/8215(91449)

"02" 05 2018 р.

ВИСНОВОК

**на проект Закону України «Про внесення змін до Закону України
«Про рекламу» (щодо посилення законодавчих вимог до реклами
алкогольних напоїв та тютюнових виробів)»**
(реєстр. № 8215 від 30.03.2018 р.)

У законопроекті пропонується ввести додаткові заборони і обмеження на рекламу алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби. Передбачається, зокрема, встановити, що реклама зазначених вище товарів і виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, «не може формувати думку, що паління або вживання алкоголю сприяє кращій самореалізації, прояву фізичних чи особистісних якостей, зникненню комплексів».

У Пояснювальній записці доцільність цих змін обґрунтовується потребою у зменшенні впливу реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів на громадян. У ній, зокрема, зазначається, що «реклама окремих алкогольних напоїв та тютюнових виробів (їхніх торгових марок) продовжує нав'язувати українцям думку, що вживання зазначеного дозволяє почуватись впевненіше, краще проявляти себе та свої особистісні якості (особливо чоловічі), стати більш схожими на славетних українців (козаків, гетьманів)».

За результатами розгляду законопроекту Головне науково-експертне управління вважає за доцільне висловити щодо нього такі зауваження і пропозиції.

1. Насамперед необхідно зауважити, що чинним законодавством України встановлено чимало заборон та обмежень на рекламу алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, а також на їх продаж та вживання. Однак, як засвідчує практика, вони повною мірою не виконуються. Тому більш актуальним є неухильне дотримання вже встановлених законодавством обмежень і заборон, а не запровадження нових, які також не дотримуватимуться у повній мірі.

2. Окремим термінам і формулюванням, які використані у законопроекті, бракує належної юридичної визначеності (наприклад:

«історичні особи» «історичні події та символи, з якими асоціюється Україна» (п. 2 розд. I проекту), що допускає їх довільне тлумачення, що, у свою чергу, може негативно позначитися на ефективності правового регулювання у зазначеній сфері суспільних відносин, а також призвести до виникнення певних проблем під час застосування відповідних приписів.

3. У законопроекті частково не дотримані вимоги законодавчої техніки.

Так, у разі внесення змін до закону, викладеного в новій редакції, зміни вносяться до його оновленої редакції з посиланням на джерело його оприлюднення. При цьому посилання на всі попередні редакції закону не здійснюється. Натомість у законопроекті здійснюється посилання на джерело оприлюднення Закону України «Про рекламу» в редакції від 3 липня 1996 року, тоді як 11 липня 2003 року цей Закон був прийнятий у новій редакції.

Крім того, відповідно до правил законодавчої техніки при внесенні зміни до однієї або двох статей одного закону у назві закону про внесення змін зазначаються ці статті, що дає можливість за назвою відрізнити цей закон від інших законів про внесення змін. За таких обставин викладати у назві закону зміст таких змін немає необхідності. У зв'язку з наведеним, вважаємо за доцільне, зазначити в назві законопроекту номер статті 22 Закону України «Про рекламу» до якої саме вносяться зміни, натомість виключити із назви викладення його змісту.

4. На думку Головного управління, реалізація передбачених у законопроекті обмежень і заборон потребує перехідного періоду, протягом якого виробники реклами мають вжити необхідних дій для приведення реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, у відповідність до вимог, інакше до них можуть застосовуватись відповідні штрафні санкції. Тому слід переглянути строк набрання чинності цим законом – «з дня, наступного за днем його опублікування».

Узагальнюючий висновок: за результатами розгляду в першому читанні законопроект може бути взятий за основу з урахуванням висловлених зауважень.

**Заступник керівника
Головного управління**



І.В. Зуб

Вик.: В. Грицак, К. Вербицький