

# НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ АЛКОГОЛЯ

Венатовская Виктория,  
группа: 102

# СОДЕРЖАНИЕ

- Что считается алкогольной продукцией?
- Составляющие правового регулирования
- Содержание рекламы
- Где запрещено размещать рекламу алкоголя?
- Рекламные акции алкоголя
- Закон «под пиво». Почему вернули рекламу?

Новая  
Университетская  
Библиотека

С.Г. БОГАЦКАЯ

ПРАВОВОЕ  
РЕГУЛИРОВАНИЕ  
РЕКЛАМНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

## Глава 5

Специальные требования к рекламе  
отдельных товаров и услуг

### Раздел 5.1

Реклама алкогольной продукции

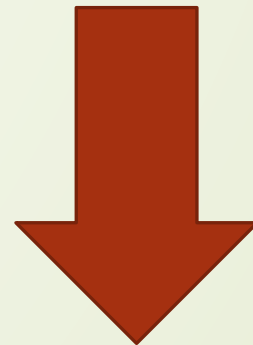
# ЧТО СЧИТАЕТСЯ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ?

Алкогальной считается пищевая продукция, которая произведена **с использованием этилового спирта**, полученного из пищевого сырья и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта **более 1,5 процента** объемом готовой продукции.

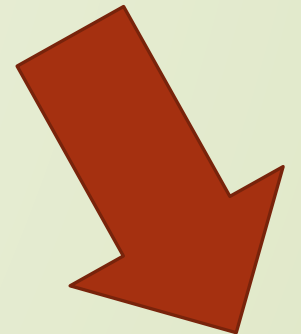
Согласно статье 2 Федерального закона от 22 ноября 1995 г. N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»



Питьевой этиловый  
спирт



Спиртные напитки  
(в том числе и водка)



Вино  
(в том числе  
натуральное)

# ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Включаются следующие составляющие:

- требования к содержанию рекламы
- требования к средствам распространения рекламы
- требования к рекламным акциям

Кроме того, рекламу алкоголя в каждом случае нужно сопровождать предупреждением о вреде Ее чрезмерного потребления, причём предупреждению должно быть отведено **не менее 10 процентов** рекламной площади.

# СОДЕРЖАНИЕ РЕКЛАМЫ



Подготовлена редакция документа с изменениями, не вступившими в силу

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.10.2019)



## Статья 21. Реклама алкогольной продукции



### 1. Реклама алкогольной продукции не должна:

1) содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния;

2) осуждать воздержание от употребления алкогольной продукции;

3) содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов;

(в ред. Федерального закона от 18.07.2011 N 218-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

4) содержать упоминание о том, что употребление алкогольной продукции является одним из способов утоления жажды;



5) обращаться к несовершеннолетним;



6) использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

(п. 6 в ред. Федерального закона от 18.07.2011 N 218-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

# ГДЕ ЗАПРЕЩЕНО РАЗМЕЩАТЬ РЕКЛАМУ АЛКОГОЛЯ?

- ❑ На первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов
- ❑ В предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио и видеопродукции;
- ❑ В теле и радиопрограммах, при кино и видео обслуживании
- ❑ На всех видах транспортных средств общего пользования и с их использованием, а также снаружи и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих функционирование транспортных средств общего пользования, за исключением мест, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции;
- ❑ С использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;
- ❑ В детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений;
- ❑ В физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений
- ❑ В информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".



# РЕКЛАМНЫЕ АКЦИИ АЛКОГОЛЯ

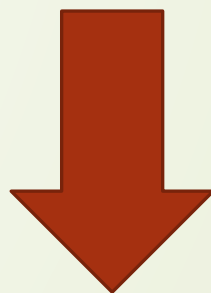
Допускается только в **организациях, осуществляющих розничную продажу** алкогольной продукции с соблюдением предусмотренных правил. И к такому участию запрещено привлекать несовершеннолетних и предлагать выпить.

# ЗАКОН «ПОД ПИВО». ПОЧЕМУ ВЕРНУЛИ РЕКЛАМУ?

Помните: Алкоголем считается то, что содержит в себе этиловый спирт **более 1,5 процента** объемом готовой продукции.

Именно по этой причине **безалкогольное** пиво присутствует на экранах, ведь под статью подобный сорт пива не попадает.

Тем не менее, определённые виды алкоголя в Российской Федерации имеют место быть на телеэкранах и радиопрограммах благодаря



### **Статья 21. Реклама алкогольной продукции (часть 8)**

Допускаются размещение, распространение рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, в телепрограммах и в радиопрограммах (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований) с 23 до 7 часов местного времени.

(часть 8 введена Федеральным законом от 31.12.2014 N 490-ФЗ)

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- ❑ Статья 2 Федерального закона от 22 ноября 1995 г. N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»
- ❑ Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.10.2019)
- ❑ Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. Пособие.
- ❑ КонсультантПлюс. Статья 21. Реклама алкогольной продукции. <http://www.consultant.ru/>