

## **Требования к содержанию и оформлению рекламы алкогольной продукции в журналах**

В соответствии с поправками в ст. 21 ФЗ «О рекламе» (в части рекламы пива — с 22.07.2014 г., в части рекламы игристых вин (шампанского) — с 01.01.2015 г.), согласно которым **разрешена** реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), **которые производятся в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда**, с нижеследующими требованиями к размещению:

### 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;

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).

#### **2. Реклама алкогольной продукции не должна размещаться:**

1) ... на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;

**3. Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).**