

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) в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, рекламы вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;
- 2) в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции;
- 3) в телепрограммах и радиопрограммах (за исключением случаев, предусмотренных частями 7 и 8 настоящей статьи), при кино- и видеообслуживании;
- 4) 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;
- 5) с использованием рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, за исключением случаев, предусмотренных частью 10 настоящей статьи;
- 6) 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;
- 7) в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений, за исключением случаев, предусмотренных частью 6 настоящей статьи;
- 8) в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". (Дополнение пунктом - Федеральный закон от 20.07.2012 № 119-ФЗ)

2¹. Реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания, а также на специализированных ярмарках

винодельческой продукции (специализированный раздел ярмарки пищевой промышленности и сопутствующих товаров). Реклама винодельческих хозяйств, виноградо-винодельческих зон, виноградо-винодельческих районов, виноградо-винодельческих терруаров, расположенных на территории Российской Федерации, допускается с соблюдением требований, предусмотренных частями 10 и 11 настоящей статьи. (Дополнение частью - Федеральный закон от 18.07.2011 № 218-ФЗ)

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).

4. Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов алкогольной продукции, допускается с соблюдением требований, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, только в стационарных торговых объектах (за исключением рекламных акций, осуществляемых в местах проведения специализированных ярмарок винодельческой продукции (специализированных разделов ярмарок пищевой промышленности и сопутствующих товаров), в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. При этом запрещается привлекать к участию в раздаче образцов алкогольной продукции несовершеннолетних и предлагать им данные образцы.

5. Не допускается реклама о проведении стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является приобретение алкогольной продукции, за исключением специализированных стимулирующих мероприятий, проводимых в целях реализации алкогольной продукции. (Дополнение частью - Федеральный закон от 18.07.2011 № 218-ФЗ)

6. В период проведения официальных спортивных мероприятий допускаются размещение, распространение рекламы средств индивидуализации юридического лица, являющегося производителем пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, средств индивидуализации производимых им товаров в виде словесных обозначений, содержащих исключительно наименование производимой им продукции или наименование производителя - юридического лица, если размещение, распространение данной рекламы осуществляются в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений. (Дополнение частью - Федеральный закон от 21.07.2014 № 235-ФЗ)

7. Допускаются размещение, распространение рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок), за исключением детско-юношеских спортивных соревнований, а также на телеканалах и радиоканалах, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера. (Дополнение частью - Федеральный закон от 21.07.2014 № 235-ФЗ)

8. Допускаются размещение, распространение рекламы вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, в телепрограммах и радиопрограммах (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований) с 23 до 7 часов местного времени. (Дополнение частью - Федеральный закон от 31.12.2014 № 490-ФЗ)

9. Положения частей 1 - 5 и 8 настоящей статьи в отношении рекламы вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, применяются также в отношении рекламы вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в государствах - членах Евразийского экономического союза из выращенного на территориях соответствующих государств - членов Евразийского экономического союза винограда, при условии подтверждения места произрастания такого винограда в порядке, установленном правом Евразийского экономического союза. (Дополнение частью - Федеральный закон от 31.07.2020 № 296-ФЗ)

10. Допускается размещение рекламы винодельческих хозяйств, виноградо-винодельческих зон, виноградо-винодельческих районов, виноградо-винодельческих терруаров на территории субъекта Российской Федерации, в границах которого они расположены, вдоль автомобильных дорог общего пользования с использованием рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

(Дополнение частью - Федеральный закон от 26.07.2026 № 272-ФЗ)

11. Реклама винодельческих хозяйств, виноградо-винодельческих зон, виноградо-винодельческих районов, виноградо-винодельческих терруаров, указанная в части 10 настоящей статьи, может содержать информацию о видах винодельческой продукции (винах, крепленых винах, об игристых винах, которые производятся в винодельческих хозяйствах, виноградо-винодельческих зонах, виноградо-винодельческих районах, виноградо-винодельческих терруарах) и об их классификации, о винограде, использованном при производстве такой винодельческой продукции. В случае размещения в рекламе винодельческих хозяйств, виноградо-винодельческих зон, виноградо-винодельческих районов, виноградо-винодельческих терруаров информации о видах винодельческой продукции (винах, крепленых винах, об игристых винах, которые производятся в винодельческих хозяйствах, виноградо-винодельческих зонах, виноградо-винодельческих районах, виноградо-винодельческих терруарах) и об их классификации на такую рекламу также распространяются требования части 1, пунктов 6 и 7 части 2 и части 3 настоящей статьи. Не допускается размещение в рекламе, указанной в части 10 настоящей статьи, наименований вин, крепленых вин, игристых вин, которые производятся в винодельческих хозяйствах, виноградо-винодельческих зонах, виноградо-винодельческих районах, виноградо-винодельческих терруарах, товарных знаков, служащих для индивидуализации такой винодельческой продукции, фотографий и иных изображений образцов потребительской тары (упаковки) алкогольной продукции. (Дополнение частью - Федеральный закон от 26.07.2026 № 272-ФЗ)