

Статья 16. Особенности рекламы отдельных видов товаров

1. Реклама алкогольных напитков, табака и табачных изделий, распространяемая любыми способами, не должна:

- содержать демонстрацию процессов курения и потребления алкогольных напитков, а также не должна создавать впечатление, что употребление алкоголя или курение имеет важное значение для достижения общественного, спортивного или личного успеха либо для улучшения физического или психического состояния;
- дискредитировать воздержание от употребления алкоголя или от курения, содержать информацию о положительных терапевтических свойствах алкоголя, табака и табачных изделий и представлять их высокое содержание в продукте как достоинство;
- обращаться непосредственно к несовершеннолетним, а также использовать образы физических лиц в возрасте до 35 лет, высказывания или участие лиц, пользующихся популярностью у несовершеннолетних и лиц в возрасте до 21 года;
- распространяться в радио- и телепрограммах с 7 до 22 часов местного времени;
- распространяться в любой форме в радио- и телепередачах, при кино- и видеообслуживании, в печатных изданиях для несовершеннолетних;
- распространяться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;
- распространяться в детских, учебных, медицинских, спортивных, культурных организациях, а также ближе 100 метров от них.

Распространение рекламы табака и табачных изделий во всех случаях должно сопровождаться предупреждением о вреде курения, причем в радио- и телепрограммах данному предупреждению должно быть отведено не менее чем три секунды эфирного времени, при распространении рекламы другими способами - не менее пяти процентов рекламной площади (пространства).

1-1. Распространяемая любыми способами реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна:

- содержать информацию о том, что их употребление имеет важное значение для достижения общественного, спортивного или личного успеха либо для улучшения физического или психического состояния;
- содержать информацию о том, что их употребление является одним из способов утоления жажды;
- содержать информацию об их безвредности и (или) положительных терапевтических свойствах;
- использовать образы людей и животных;
- распространяться в любой форме в радио- и телепередачах, при кино- и видеообслуживании, в печатных изданиях для несовершеннолетних;
- распространяться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, спортивных организациях,

организациях культуры, а также ближе 100 метров от них;
распространяться в радио- и телепрограммах с 7 до 22 часов
местного времени;
оформляться в виде мультипликационных (анимационных) фильмов;
дискредитировать воздержание от их употребления;
распространяться на первой и последней полосах газет, а также
на первой и последней страницах и обложках журналов;
распространяться в средствах массовой информации,
зарегистрированных в качестве специализирующихся на вопросах
экологии, образования, охраны здоровья.

Во всех случаях распространение рекламы пива и напитков,
изготавливаемых на его основе, должно сопровождаться
предупреждением о возможном вреде их употребления, причем в радио-
и телепрограммах данному предупреждению должно быть отведено не
менее десяти процентов эфирного времени трансляции каждой такой
рекламы, при распространении такой рекламы другими способами - не
менее десяти процентов рекламной площади (пространства).

(Пункт дополнен - Федеральный закон от 20.08.2004 г. N 115-ФЗ)

2. Реклама медикаментов, изделий медицинского назначения,
медицинской техники при отсутствии разрешения на их производство и
(или) реализацию, а также реклама методов лечения, профилактики,
диагностики, реабилитации при отсутствии разрешения на оказание
таких услуг, выдаваемого федеральным органом исполнительной власти
в области здравоохранения, не допускается, в том числе и в случаях
получения патентов на изобретения в указанной области.

Реклама лекарственных средств, отпускаемых по рецепту врача, а
также реклама изделий медицинского назначения и медицинской
техники, использование которых требует специальной подготовки,
допускается с учетом требований, предусмотренных абзацем первым
настоящего пункта, только в печатных изданиях, предназначенных для
медицинских и фармацевтических работников.

3. Не допускается реклама всех видов оружия, вооружения и
военной техники, за исключением рекламы боевого и служебного
оружия, вооружения и военной техники, внесенных в перечень
продукции военного назначения, экспорт и импорт которой в
Российской Федерации осуществляются по лицензиям, а также
разрешенного гражданского оружия, в том числе охотничьего и
спортивного.

Не допускается реклама разрешенного гражданского оружия,
вооружения и военной техники, внесенных в перечень продукции
военного назначения, экспорт и импорт которой в Российской
Федерации осуществляются по лицензиям, если указанная реклама прямо
или косвенно раскрывает технологию производства, способы боевого и
специального применения оружия, вооружения и военной техники.

Распространение рекламы разрешенного гражданского оружия, в
том числе охотничьего и спортивного, допускается только в
периодических печатных изданиях, специализирующихся на
распространении рекламы, а также в иных периодических печатных

изданиях, предназначенных для пользователей разрешенного гражданского оружия, и в местах применения охотничьего и спортивного оружия.

Распространение рекламы разрешенного гражданского оружия в электронных средствах массовой информации допускается только после 22 часов местного времени.

Реклама боевого и служебного оружия, а также вооружения и военной техники, внесенных в перечень продукции военного назначения, экспорт и импорт которой в Российской Федерации осуществляются по лицензиям, допускается только в изданиях, указанных в Законе Российской Федерации "Об оружии", а также на специализированных выставках или на ярмарках-продажах, проводимых в порядке, устанавливаемом Правительством Российской Федерации.