

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
СЕДЬМОГО СОЗЫВА

**ДЕПУТАТ**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ**



Государственная Дума ФС РФ  
Дата 03.02.2025 18:07  
№831965-8; 1 1

3 февраля 2025 г.

№ \_\_\_\_\_

Председателю  
Государственной Думы  
Федерального Собрания  
Российской Федерации

**В.В. ВОЛОДИНУ**

**Уважаемый Вячеслав Викторович!**

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации направляем проект федерального закона «О внесении изменения в статью 7 Федерального закона «О рекламе», вносимый в Государственную Думу в порядке реализации права законодательной инициативы.

Приложения:

проект федерального закона на 1 л.;

пояснительная записка к проекту федерального закона на 1 л.;

перечень актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию в связи с принятием федерального закона на 1 л.;

финансово-экономическое обоснование к проекту федерального закона на 1 л.;

копии текста законопроекта и сопроводительных документов на магнитном носителе.

С.М. Миронов



О.А. Нилов



Н.В. Новичков



Ф.С. Тумусов



М.Г. Делягин



А.А. Кузнецов

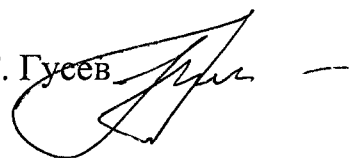
А.В. Терентьев



Я.В. Лантратова



Д.Г. Гусев



Вносится депутатами  
Государственной Думы  
С.М. Мироновым  
О.А. Ниловым  
Я.В. Лантратовой  
А.А. Кузнецовым  
Н.В. Новичковым  
М.Г. Делягиным  
Д.Г. Гусевым  
А.В. Терентьевым  
Ф.С. Тумусовым

Проект № 831965-8

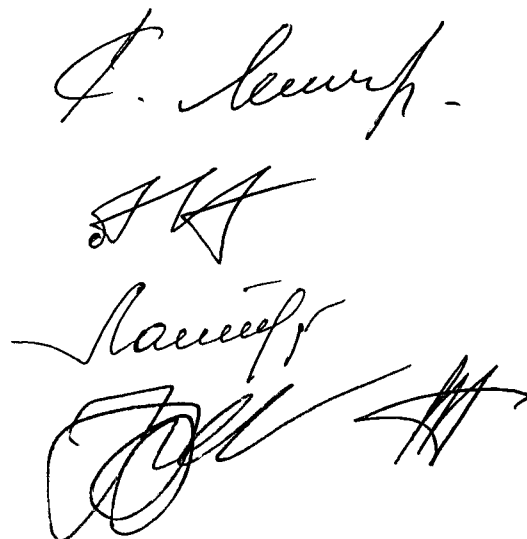
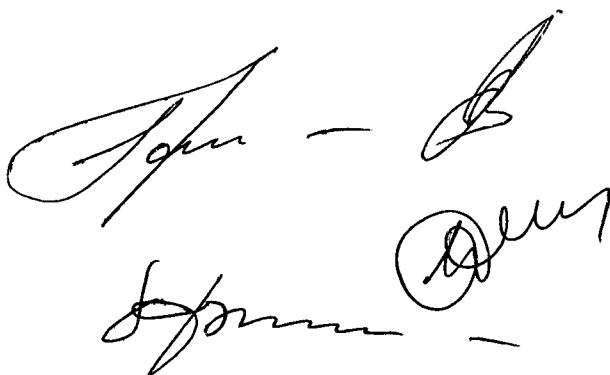
## ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

### О внесении изменения в статью 7 Федерального закона «О рекламе»

Внести в статью 7 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2018, N 31, ст. 4851; № 45, ст. 6838; 2019, № 18, ст. 2213; 2020, № 31, ст. 5062; 2021, № 27, ст. 5175) изменение, дополнив её пунктом 15 следующего содержания:

«15) безалкогольного пива.».

Президент  
Российской Федерации



## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### к проекту федерального закона «О внесении изменения в статью 7 Федерального закона «О рекламе»

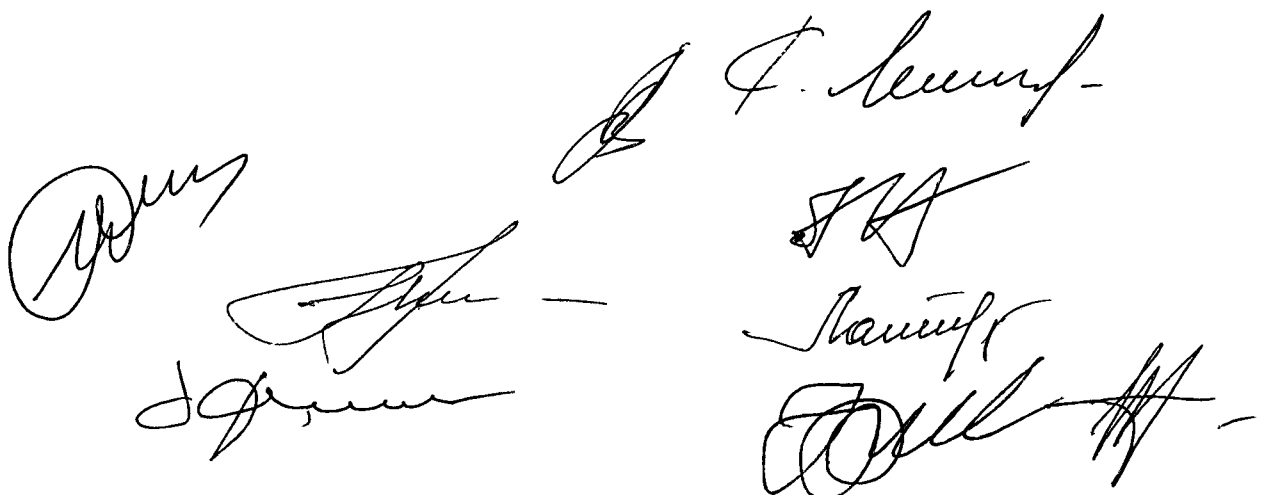
В настоящее время значительно увеличилось количество скрытой рекламы пива. В связи с запретом на прямую рекламу пива, многие компании продвигают его в рамках иных категорий товаров, например безалкогольного пива.

Реклама безалкогольного пива активно используется производителями пива для продвижения своей алкогольной продукции. Такая реклама содержит символику и визуализацию, идентичные алкогольным напиткам до степени смешения. Это создает предпосылки для распространения алкогольных брендов среди несовершеннолетних, формируя у них положительное восприятие потребления пива. Несмотря на отсутствие этилового спирта в составе безалкогольного пива, его маркетинг часто направлен на ту же целевую аудиторию, что и реклама традиционного алкоголя. Более того, многочисленные исследования подтверждают, что реклама безалкогольного пива повышает уровень потребления алкогольной продукции в обществе, особенно среди молодежи.

Так, несмотря на массированную рекламу безалкогольного пива в 2022 году продажи безалкогольного пива в Российской Федерации снизились на 2, 4 %. При этом уже в 2023 году продажи традиционного пива выросли практически на ту же величину – на 2, 1 %. Можно предположить, что этому способствовала скрытая реклама пива под видом безалкогольного.

В связи с этим возникает необходимость законодательного регулирования рекламы безалкогольного пива с целью предотвращения скрытой пропаганды алкогольных напитков. Федеральный закон направлен на ограничение влияния рекламы безалкогольного пива, которая способствует популяризации алкогольных брендов и формирует у несовершеннолетних ассоциации с употреблением спиртных напитков.

Необходимо исключить возможность использования логотипов, торговых марок и фирменного стиля алкогольных брендов при продвижении безалкогольной продукции, создать дополнительные барьеры для маркетинга алкогольной продукции путем ограничения рекламных стратегий, направленных на обход существующих ограничений.

The bottom of the document features several handwritten signatures in black ink. There are approximately seven distinct signatures, some appearing to be initials or short names, and others being more elaborate. They are arranged in a loose, overlapping manner across the bottom half of the page.

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**  
**к проекту федерального закона «О внесении изменения в статью 7**  
**Федерального закона «О рекламе»**

Принятие проекта федерального закона не повлечет дополнительных расходов из средств федерального бюджета.

  -  
 -   
  
  
 -   
 -

## ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства и иных нормативных правовых актов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона «О внесении изменения в статью 7 Федерального закона «О рекламе»

Принятие проекта федерального закона не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия актов федерального законодательства.

*Г. Мещеряков*

*В. Мещеряков*

*С.А.*

*С.А. Мещеряков*

*В. Мещеряков*

*В. Мещеряков*

*В. Мещеряков*

*В. Мещеряков*