**Где разрешена реклама алкоголя?**

Напомним, что Федеральным законом от 31.12.2014 № 490-ФЗ изменены специальные требования к рекламе алкогольной продукции.

В частности, подробно разъясняется, где не должна содержаться реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, реклама вина и шампанского, произведенного в России из выращенного на ее территории винограда, и реклама иной алкогольной продукции, не входящей в указанные категории алкогольной продукции.

Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в России из выращенного на ее территории винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта 5 и более процентов объема готовой продукции допускается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. В иных местах распространение рекламы такой продукции не допускается.

Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 10 процентов рекламной площади. Данное требование применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

В случае распространения в телепрограммах, телепередачах рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, вина и игристого вина, произведенных в России из выращенного на ее территории винограда, данное требование может быть соблюдено путем сопровождения указанным предупреждением размером не менее 10 процентов от площади экрана в течение всего рекламного ролика, или путем демонстрации предупреждения без информации об объекте рекламирования размером во весь экран не менее 10 процентов времени трансляции рекламного ролика.

В случае распространения в радиопрограммах, радиопередачах рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, вина и игристого вина (шампанского), произведенных в России из выращенного на ее территории винограда, предупреждение должно занимать не менее 10 процентов времени трансляции рекламного ролика.

Данное предупреждение должно быть выполнено таким образом и длиться такое время, чтобы потребители могли его воспринять. В противном случае реклама признается распространенной без соответствующего предупреждения.

Cтатью подготовил старший помощник прокурора района Стрельникова Г.А.