

# ЧЛЕН СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ул. Б.Дмитровка, д. 26, Москва, 103426

« 9 » апреля 2019 г.

№ 49-02.12/АР

Председателю  
Государственной Думы  
Федерального Собрания  
Российской Федерации

**В.В. ВОЛОДИНУ**

**Уважаемый Вячеслав Викторович!**

На основании статьи 104 Конституции Российской Федерации вношу на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в качестве законодательной инициативы проект федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" в части рекламы продуктов детского питания".


- Приложения:
1. Текст законопроекта на 3 л. в 1 экз.
  2. Пояснительная записка на 2 л. в 1 экз.
  3. Перечень законов Российской Федерации и законов РСФСР, федеральных конституционных законов, федеральных законов и иных нормативных правовых актов РСФСР и Российской Федерации, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с проектом федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" в части рекламы продуктов детского питания" на 1 л. в 1 экз.
  4. Финансово-экономическое обоснование на 1 л. в 1 экз.




143528 075208  
Государственная Дума ФС РФ  
Дата 10.04.2019 08:23  
№685240-7; 1.1

5. Перечень нормативных правовых актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию связи с проектом федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" в части рекламы продуктов детского питания" на 1 л. в 1 экз.
6. Копии текста законопроекта и материалов к нему на электронном носителе.


 Г.Н. Карелова

 В.В. Рязанский


 И.Н. Каграманян


 Е.В. Бибилова

 А.Г. Варфоломеев

 Т.А. Кусайко

 Ю.В. Архаров

 С.Д. Леонов

 В.И. Круглый

Вносится членами Совета Федерации  
Г.Н. Кареловой, В.В. Рязанским,  
И.Н. Каграманяном, А.Г. Варфоломеевым  
Е.В. Бибиковой, Т.А. Кусайко,  
Ю.В. Архаровым, С.Д. Леоновым,  
В.И. Круглым

Проект

*№ 685240-7*

## **ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**

### **«О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания»**

#### **Статья 1**

Внести в статью 25 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2010, № 31, ст. 4163; 2013, № 30, ст. 4033; Официальный интернет-портал правовой информации, 28 декабря 2018 года, № 0001201812280013) следующие изменения:

часть 2 изложить в следующей редакции:

«2. Реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей. Реклама пищевых продуктов, предназначенных для организации питания детей первого года

жизни, должна содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.»;

дополнить частями 2<sup>1</sup> и 2<sup>2</sup> следующего содержания:

«2<sup>1</sup>. Запрещается реклама детских молочных смесей (заменителей женского молока), предназначенных для вскармливания детей в возрасте от 0 до 12 месяцев жизни, включая продвижение продукции в местах продаж, в том числе с помощью использования специальной выкладки товара, купонов на скидку, бонусных товаров, распродаж, продаж по сниженным ценам, продаж ниже себестоимости и в виде нагрузки при покупке иных товаров, а также путем раздачи образцов или иных средств продвижения товаров непосредственно потребителю.

2<sup>2</sup>. Требование части 2<sup>1</sup> настоящей статьи не распространяется на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских работников специализированных печатных изданиях и на иную рекламу, потребителями которой являются медицинские работники.».

## **Статья 2**

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 января 2020 года.

2. Положения настоящего Федерального закона не распространяются на правоотношения, возникшие из договоров на производство, размещение и распространение рекламы, заключенных до дня вступления в силу указанного Федерального закона.

Президент  
Российской Федерации

Handwritten signatures of the President and members of the Presidential Administration of the Russian Federation. The signatures are in cursive and include the name of the President and several other individuals.

## **Пояснительная записка к проекту федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания»**

Современные научные исследования подтверждают, что естественное вскармливание младенцев материнским молоком остается идеальным видом питания, способным обеспечить оптимальное развитие ребенка и адекватное состояние его здоровья. По данным ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии» раннее прикладывание к груди среди практически здоровых детей имеет место лишь в 51,6% случаях. Особую озабоченность вызывает тот факт, что 49,3% практически здоровых детей в родильном доме получали докорм смесями, а 3,7% детей с рождения находились на искусственном вскармливании.

Немаловажным фактором, побуждающим матерей отказываться от грудного вскармливания в пользу искусственного вскармливания, является реклама заменителей грудного молока, а также сопутствующие ей маркетинговые активности, проводимые некоторыми производителями и предприятиями розничной торговли.

Международным сводом правил по сбыту заменителей грудного молока Всемирной организации здравоохранения (далее – Свод правил ВОЗ) предписывается прямой запрет подобных действий в отношении смесей, предназначенных для самой чувствительной аудитории – малышей в возрасте от 0 до 6 мес., с рекомендацией государствам-членам организации принять для этого соответствующие меры на национальном уровне. Во многих странах запреты на рекламы распространяются на смеси для возраста от 0 до 12 мес.

Исходя из положений Свода правил ВОЗ, передовой международной практики, а также очевидной необходимости принятия мер для защиты и продвижения грудного вскармливания в Российской Федерации считаем необходимым внесение изменений в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания, предусматривающих ограничение рекламы и других мероприятий по продвижению заменителей грудного молока.

Данная законодательная инициатива позволит оградить потребителей от недобросовестных маркетинговых практик, и сократит вероятность принятия необоснованных решений об отказе от грудного вскармливания и раннего введения продуктов прикорма.

Инициатива поддержана Медицинским сообществом, Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Общественной палатой Российской Федерации, ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии».

Ильин В. В.

Ильин

Александр  
Крылов  
Александр  
Александр

## ПЕРЕЧЕНЬ

**законов Российской Федерации и законов РСФСР, федеральных конституционных законов, федеральных законов и иных нормативных правовых актов РСФСР и Российской Федерации, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с проектом федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания»**

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия других актов федерального законодательства.

Шуш. В. Переселов.

Александр  
Иванов  
Александр



## ПЕРЕЧЕНЬ

**нормативных правовых актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию связи с проектом федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания»**

Реализация проекта федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания» не потребует принятия, изменения, приостановления или признания утратившими силу нормативных правовых актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти.

*Ильин В. В. (подпись)*

*Ильин*

*Шаров*  
*Курочкин*  
*Варшавский*  
*Ильин*

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**  
**к проекту федерального закона «О внесении изменений в**  
**Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского**  
**питания»**

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменения в  
Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы продуктов детского питания»  
не повлечет дополнительных расходов из федерального бюджета.

*Л. В. Рязанский*

*Л. В. Рязанский*

*М. В. Рязанский*  
*К. В. Рязанский*  
*А. В. Рязанский*  
*И. В. Рязанский*