

Вносят сенаторы Российской Федерации
Г.Н. Карелова, В.В. Рязанский,
А.Г. Варфоломеев, И.Н. Каграманян (в
период исполнения полномочий)
Е.В. Бибикова, Т.А. Кусайко, Ю.В. Архаров,
С.Д. Леонов, В.И. Круглый.
Депутаты Государственной Думой
С.В. Чижов, Б.Д. Менделевич, И.М. Гусева,
А.А. Гетта.

Проект

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:

а) второе предложение части 2 изложить в следующей редакции:

«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.»;

б) дополнить частями 2¹ и 2² следующего содержания:

«2¹. Запрещается распространение информации об адаптивных молочных смесях (предлагаемых в качестве заменителей женского молока, предназначенных для вскармливания детей в возрасте от 0 до 12 месяцев жизни) любым способом, в любой форме, в том числе с использованием демонстрации товара, продаж ниже себестоимости и в виде нагрузки при покупке иных товаров, с использованием бонусных товаров, а также путем раздачи образцов и иных способов продвижения объекта рекламирования, адресованное неопределенному кругу лиц, направленное на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса, продвижение на рынке адаптивных молочных смесей без консультации с врачом.

2². Требование части 2¹ настоящей статьи не распространяется на информацию, 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

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

Президент

Российской Федерации