

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОСЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ



Государственная Дума ФС РФ
Дата 27.03.2026 16:31
№ 1190009-8; 1.1.

27 03 2026 г.

№ _____

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации
В.В.ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации вносим в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации проект федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе".

Приложение:

1. текст законопроекта на 3 л.;
2. пояснительная записка к законопроекту на 2 л.;
3. финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1 л.;
4. перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием законопроекта на 1 л.;
5. копии документов на магнитном носителе.

С Уважением,

М.В. Дробот

А.В. Куринный

Н.И. Осадчий

В.П. Исаков

О.А. Михайлов

Н.А. Останина

Вносится депутатами Государственной Думы
М.В. Дробот, В.П. Исаковым, А.В. Куринным,
О.А. Михайловым, Н.И. Осадчим, Н.А. Останиной

Проект № 1190009-8

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе"

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2007, № 7, ст. 839; 2011, № 23, ст. 3255; № 30, ст. 4566, 4600; 2013, № 19, ст. 2325; № 30, ст. 4033; № 43, ст. 5444; № 48, ст. 6165; № 51, ст. 6695; 2016, № 27, ст. 4214; 2018, № 15, ст. 2032; № 53, ст. 8457; 2021, № 18, ст. 3068; № 24, ст. 4188; № 27, ст. 5175; 2024, № 12, ст. 1566; № 53, ст. 8489; 2025, № 15, ст. 1798; № 31, ст. 4686; № 40, ст. 5821; 2025, № 44, ст. 6498) следующие изменения:

1) дополнить статьей 25² следующего содержания:

"Статья 25². **Реклама сахаросодержащих напитков**

1. Реклама сахаросодержащих напитков не должна:

1) содержать утверждение о том, что употребление сахаросодержащих напитков способствует улучшению физического или эмоционального состояния;

2) содержать утверждение о том, что сахаросодержащие напитки безвредны или полезны для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в сахаросодержащих напитках биологически активных добавок, витаминов;

3) содержать упоминание о том, что употребление сахаросодержащих напитков является одним из способов утоления жажды;

4) обращаться к несовершеннолетним.

2. Реклама сахаросодержащих напитков в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде их чрезмерного потребления. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем семь процентов рекламной площади (пространства).

3. В целях настоящей статьи сахаросодержащими напитками признаются упакованные в потребительскую или транспортную упаковку,

изготовленные с использованием питьевой или минеральной воды напитки, в состав которых в качестве компонентов входят сахар (глюкоза, фруктоза, сахароза, декстроза, мальтоза, лактоза), и (или) сироп с сахаром, и (или) мед и количество углеводов в пищевой ценности которых составляет более 2 граммов на 100 мл напитка.";

2) в статье 38:

а) в части 6 слова "статьями 24-25¹" заменить словами "статьями 24-25²";

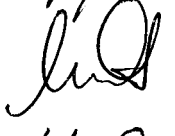
б) в части 7 слова "статьями 25 и 25¹" заменить словами "статьями 25-25²".

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 сентября 2026 года.

Президент
Российской Федерации





Иванов В. В.
И. А. Иванов /
И. А. Иванов.

Пояснительная записка
к проекту федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе"

Законопроект разработан в целях уточнения регулирования размещения рекламы сахаросодержащих напитков, а также предупреждения граждан о вреде чрезмерного употребления сахара.

С 1 июля 2023 года сахаросодержащие напитки признаются подакцизными товарами, однако, в настоящее время в отношении них отсутствуют дополнительные требования к их рекламе. В соответствии с налоговым законодательством, акциз взимается с напитков, количество углеводов в пищевой ценности которых составляет более 5 гр. на 100 мл. напитка.

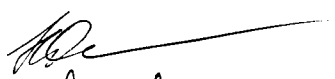
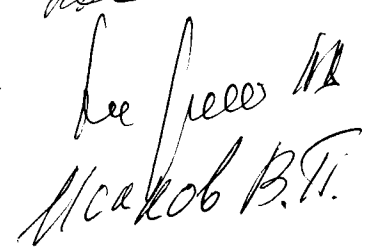
Стоит отметить, что многие производители сахаросодержащих напитков снизили содержание сахара в них ниже 5 гр. на 100 мл. напитка. Более того, согласно данным Всемирной организации здравоохранения, рекомендуется ограничивать долю свободных сахаров до 10% от общей калорийности рациона (порядка 50 гр. сахара в сутки).

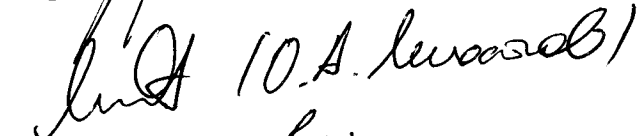
Учитывая тот факт, что сахаросодержащие напитки могут отпускаться в таре объемом 2 литра, для целей законопроекта сахаросодержащими напитками признаются напитки, содержащие более 2 гр. сахара на 100 мл. напитка.

Чрезмерное употребление сахара может привести к развитию диабета, ожирению и другим заболеваниям. Согласно данным открытых источников, смертность от сахарного диабета растет от года к году, а в настоящее время в России более 5 млн. человек страдает от данного заболевания.

Из материалов средств массовой информации следует, что Российская Федерация находится на 62-м месте по количеству потребляемого сахара на душу населения (30 кг. сахара в год). Согласно данным Министерства здравоохранения Российской Федерации, избыточный вес имеют более 64% граждан, а потери, связанные с факторами ожирения и избыточного веса, составляют порядка 4% ВВП Российской Федерации.

Стоит отметить, что с 1 марта 2026 года вступили в силу поправки, предусматривающие дополнительные ограничения для рекламы безалкогольных тонизирующих напитков. Представляется, что принятие настоящего законопроекта соответствует проводимой государственной политике по снижению потребления потенциально опасной пищевой продукции.

 
 
 Исаков В.П.

 10.А. Мухомов
 У. Сеит.

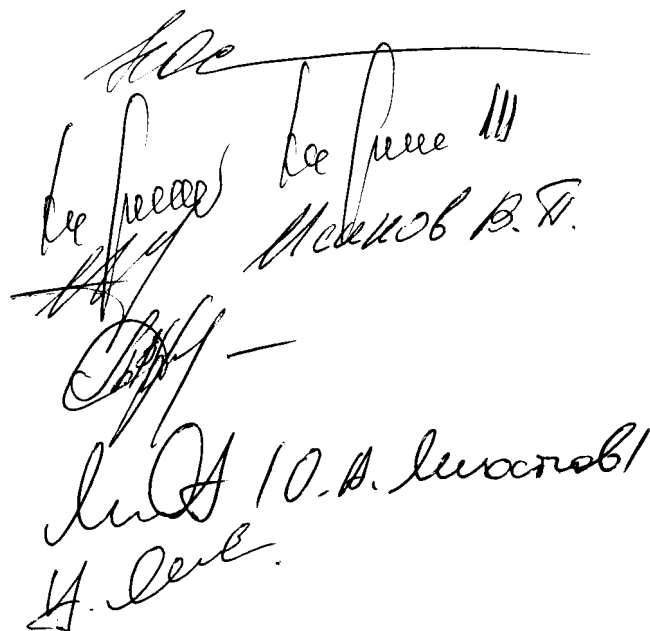
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона "О внесении изменений в Федеральный
закон "О рекламе"

Реализация Федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" не потребует выделения дополнительных бюджетных ассигнований из федерального бюджета, а также из других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации.

Mc
lee felle *lee felle* *11*
А *Михаил В. В.*
А
10.11.2011
А. В.

ПЕРЕЧЕНЬ
федеральных законов, подлежащих признанию
утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию
в связи с принятием федерального закона "О внесении изменений в
Федеральный закон "О рекламе"

Вступление в силу федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" не потребует принятия, изменения, приостановления или признания утратившими силу других актов федерального законодательства.


The bottom right of the page contains several handwritten signatures and stamps. At the top is a large, stylized signature. Below it, on the left, is another signature. To the right of this is a stamp that reads "Министр В. Н.". Below these, there is a signature that appears to be "И. А. Иванов" and another signature below it.