



# РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

# ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

## О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»

Принят Государственной Думой

13 мая 2011 года

Одобен Советом Федерации

25 мая 2011 года

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) следующие изменения:

1) статью 1 после слов «достоверной рекламы,» дополнить словами «создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы,»;

2) в статье 10:

а) в части 4 слова «упоминания об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного



2 100004 58142 5

самоуправления, и о спонсорах» заменить словами «случаев, предусмотренных частью 5 настоящей статьи»;

б) дополнить частью 5 следующего содержания:

«5. Установленные частью 4 настоящей статьи ограничения не распространяются на упоминания об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о спонсорах, о социально ориентированных некоммерческих организациях, соответствующих требованиям, установленным настоящей статьей, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи. В социальной рекламе допускается упоминание о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.»;

в) дополнить частью 6 следующего содержания:

«6. В социальной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать три секунды, в социальной рекламе, распространяемой в телепрограммах, при

кино- и видеообслуживании, – три секунды и такому упоминанию должно быть отведено не более чем семь процентов площади кадра, а в социальной рекламе, распространяемой другими способами, – не более чем пять процентов рекламной площади (пространства). Эти ограничения не распространяются на упоминания в социальной рекламе об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи.»;

3) в части 6 статьи 38 слова «частью 4 статьи 10» заменить словами «частями 4 – 6 статьи 10».



Президент  
Российской Федерации Д.Медведев

Москва, Кремль  
3 июня 2011 года  
№ 115-ФЗ