



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

Принят Государственной Думой

3 июля 2013 года

Одобен Советом Федерации

10 июля 2013 года

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; № 52, ст. 5497; 2007, № 7, ст. 839; № 16, ст. 1828; 2009, № 51, ст. 6157; 2011, № 23, ст. 3255; № 29, ст. 4293; № 30, ст. 4566, 4600; 2013, № 19, ст. 2325) следующие изменения:

1) в пункте 6 части 5 статьи 5 слова «изделий медицинского назначения и медицинской техники» заменить словами «медицинских изделий»;



2) в статье 24:

а) наименование изложить в следующей редакции:

**«Статья 24. Реклама лекарственных средств,
медицинских изделий и медицинских услуг,
в том числе методов лечения»;**

б) в части 2 слова «лекарственных средств» заменить словами «лекарственных препаратов»;

в) в части 4 слова «медицинской техники» заменить словами «медицинских изделий»;

г) в части 6 слова «лекарственных средств и медицинской техники» заменить словами «лекарственных препаратов и медицинских изделий»;

д) в части 7 слова «лекарственных средств» заменить словами «лекарственных препаратов», слова «медицинской техники» заменить словами «медицинских изделий»;

е) в части 8 слова «лекарственных средств в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам врачей,» заменить словами «лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты,», слова «изделий медицинского назначения и медицинской техники» заменить словами «медицинских изделий»;

3) статью 25 дополнить частью 1¹ следующего содержания:

«1¹. Реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной 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 десять процентов рекламной площади (пространства).»;

4) в статье 38:

а) в части 6 слова «статьями 28 – 30» заменить словами «статьями 28 – 30¹»;

б) часть 7 изложить в следующей редакции:

«7. Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 4, пунктом 6 части 5, частями 9, 10, 10¹ и 10² статьи 5, статьями 7 – 9, 12, 14 – 18, частями 2 – 4 и 9 статьи 19, частями 2 – 6 статьи 20, частями 2 – 5 статьи 21, частями 2 – 4 статьи 23, частями 7 – 9 и 11 статьи 24, статьей 25, частями 1 – 5 статьи 26,

частями 2 и 5 статьи 27, частями 1, 4, 7, 8 и 11 статьи 28, частями 1, 3, 4, 6 и 8 статьи 29, частями 1 и 2 статьи 30¹ настоящего Федерального закона.».

Статья 2

Внести в статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1, ст. 1; 2005, № 30, ст. 3124; 2007, № 26, ст. 3089; № 31, ст. 4007; 2010, № 1, ст. 1) следующие изменения:

1) в абзаце первом части 1 слова «частями 2 – 4» заменить словами «частями 2 – 5»;

2) дополнить частью 5 следующего содержания:

«5. Нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок –

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.».

Статья 3

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении девяноста дней после дня его официального опубликования.



Президент
Российской Федерации В.Путин

Москва, Кремль
23 июля 2013 года
№ 200-ФЗ