



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»

Принят Государственной Думой

4 июля 2014 года

Одобен Советом Федерации

9 июля 2014 года

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2007, № 30, ст. 3807; 2009, № 39, ст. 4542; № 52, ст. 6430; 2011, № 27, ст. 3880; № 30, ст. 4566, 4590; 2012, № 31, ст. 4322; 2013, № 19, ст. 2325; 2014, № 23, ст. 2928) следующие изменения:

- 1) части 3¹ – 3³ статьи 14 признать утратившими силу;
- 2) в статье 19:
 - а) части 5² – 5⁵ признать утратившими силу;
 - б) часть 5⁷ изложить в следующей редакции:



«5⁷. В случае, если к участию в аукционе или конкурсе допущен один участник, аукцион или конкурс признается не состоявшимся и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона или конкурса.»;

в) часть 5⁸ дополнить предложением следующего содержания: «Для целей настоящей статьи под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.»;

г) в части 6 слова «частями 5¹ – 5⁵» заменить словами «частью 5¹»;

д) в части 9 слова «частях 5 – 7» заменить словами «частях 5, 6, 7»;

е) часть 9¹ признать утратившей силу;

ж) в части 9² слова «частей 5¹, 5², 5⁵ – 5⁷ и 9¹» заменить словами «частей 5¹, 5⁶, 5⁷»;

з) в пункте 2 части 11 слова «частях 5 – 7» заменить словами «частях 5, 6, 7»;

и) в пункте 6 части 15 слова «частями 5¹ – 5⁷ и 9¹» заменить словами «частями 5¹, 5⁶, 5⁷»;

к) часть 17 дополнить предложением следующего содержания: «Для целей настоящей статьи под временными рекламными конструкциями понимаются рекламные конструкции, срок размещения которых

обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и подобных мест, аналогичные технические средства) и составляет не более чем двенадцать месяцев.»;

л) в части 18:

в пункте 5 слова «частями 5¹ – 5⁷» заменить словами «частями 5¹, 5⁶, 5⁷»;

пункт 6 изложить в следующей редакции:

«6) в случае нарушения требований, установленных частью 9³ настоящей статьи.»;

м) пункт 6 части 20 признать утратившим силу;

3) пункт 10 части 2 статьи 33 признать утратившим силу;

4) часть 10 статьи 36 признать утратившей силу.

Статья 2

Признать утратившими силу:

1) подпункт «г» (в части дополнения частями 5² – 5⁵), абзац второй подпункта «е» и подпункта «к» пункта 1 статьи 1 Федерального закона от 21 июля 2007 года № 193-ФЗ «О внесении изменений в статьи 19 и 33 Федерального закона «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, № 30, ст. 3807);

2) Федеральный закон от 27 декабря 2009 года № 354-ФЗ «О внесении изменений в статьи 14, 33, 36 Федерального закона «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, № 52, ст. 6430);

3) подпункт «е» пункта 1 статьи 1 Федерального закона от 7 мая 2013 года № 98-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 19, ст. 2325).

Статья 3

Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.



Президент
Российской Федерации В.Путин

Москва, Кремль
21 июля 2014 года
№ 264-ФЗ