



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О рекламе»

Принят Государственной Думой
Одобен Советом Федерации

22 сентября 2006 года
6 октября 2006 года

Статья 1

Внести в статью 4 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-I «О средствах массовой информации» (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1992, № 7, ст. 300; Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 30, ст. 2870; 2000, № 26, ст. 2737; 2002, № 30, ст. 3029; 2006, № 31, ст. 3452) следующие изменения:

1) часть вторую после слов «Запрещается использование в» дополнить словом «радио-», после слов «скрытых вставок» дополнить словами «и иных технических приемов и способов распространения информации»;

2) в части третьей слова «за исключением рекламы наркотических средств и психотропных веществ, внесенных в списки II и III в соответствии

с Федеральным законом «О наркотических средствах и психотропных веществах», в средствах массовой информации, рассчитанных на медицинских и фармацевтических работников,» исключить.

Статья 2

Пункт 2 статьи 9 Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-I «О защите прав потребителей» (в редакции Федерального закона от 9 января 1996 года № 2-ФЗ) (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1992, № 15, ст. 766; Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 3, ст. 140; 2004, № 52, ст. 5275) изложить в следующей редакции:

«2. Если вид деятельности, осуществляемый изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию и (или) исполнитель имеет государственную аккредитацию, до сведения потребителя должна быть доведена информация о виде деятельности изготовителя (исполнителя, продавца), номере лицензии и (или) номере свидетельства о государственной аккредитации, сроках действия указанных лицензии и (или) свидетельства, а также информация об органе, выдавшем указанные лицензию и (или) свидетельство.».

Статья 3

В части четвертой статьи 1 Закона Российской Федерации от 22 декабря 1992 года № 4180-I «О трансплантации органов и (или) тканей

человека» (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1993, № 2, ст. 62) слова «, а также реклама этих действий» исключить, слово «влекут» заменить словом «влечет».

Статья 4

Внести в Федеральный закон от 19 июля 1997 года № 109-ФЗ «О безопасном обращении с пестицидами и агрохимикатами» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1997, № 29, ст. 3510) следующие изменения:

- 1) в части второй статьи 2 слово «рекламе,» исключить;
- 2) части четвертую и пятую статьи 17 признать утратившими силу.

Статья 5

В части шестой статьи 31 Федерального закона от 17 декабря 1997 года № 149-ФЗ «О семеноводстве» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1997, № 51, ст. 5715) слова «, а также распространять заведомо ложную рекламу о партиях семян в средствах массовой информации» исключить.

Статья 6

Внести в статью 46 Федерального закона от 8 января 1998 года № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» (Собрание

законодательства Российской Федерации, 1998, № 2, ст. 219; 2005, № 19, ст. 1752) следующие изменения:

1) в наименовании слова «и ограничение рекламы» исключить;

2) пункт 3 изложить в следующей редакции:

«3. Распространение образцов лекарственных средств, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, запрещается.»;

3) в пункте 5 слова «и непринятия мер, предписанных федеральным антимонопольным органом по собственной инициативе или по представлению органов, указанных в пункте 1 статьи 41 настоящего Федерального закона,» исключить.

Статья 7

Внести в статью 36²⁷ Федерального закона от 7 мая 1998 года № 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, № 19, ст. 2071; 2003, № 2, ст. 166) следующие изменения:

1) в абзаце втором пункта 3 слова «, форме рекламы или материалов рекламного характера» исключить;

2) пункт 5 признать утратившим силу.

Статья 8

Внести в Федеральный закон от 22 июня 1998 года № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» (Собрание законодательства Российской

Федерации, 1998, № 26, ст. 3006; 2002, № 1, ст. 2; 2004, № 35, ст. 3607)

следующие изменения:

1) в наименовании главы XI слова «. Реклама лекарственных средств» исключить;

2) статью 44 признать утратившей силу.

Статья 9

В абзаце десятом пункта 2 статьи 61¹ Бюджетного кодекса Российской Федерации (Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, № 31, ст. 3823; 2004, № 34, ст. 3535) слова «на распространение наружной рекламы» заменить словами «на установку рекламной конструкции».

Статья 10

В пункте 3 статьи 21 Федерального закона от 29 апреля 1999 года № 80-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, № 18, ст. 2206) слова «; запрещается реклама алкогольных напитков и табачных изделий во время трансляции по каналам теле- и радиовещания физкультурно-оздоровительных и спортивных программ» исключить.

Статья 11

В подпункте 80 пункта 1 статьи 333³³ части второй Налогового кодекса Российской Федерации (Собрание законодательства Российской Федерации,

2000, № 32, ст. 3340; 2004, № 45, ст. 4377; 2005, № 30, ст. 3117; № 52, ст. 5581; 2006, № 1, ст. 12; № 27, ст. 2881) слова «на распространение наружной рекламы» заменить словами «на установку рекламной конструкции».

Статья 12

Внести в пункт 3 статьи 90 Земельного кодекса Российской Федерации (Собрание законодательства Российской Федерации, 2001, № 44, ст. 4147) следующие изменения:

1) в абзаце пятом слова «и наружной рекламы» заменить словами «и установки рекламных конструкций»;

2) в абзаце десятом слова «наружной рекламы,» заменить словами «рекламных конструкций, не соответствующих требованиям технического регламента и нормативных актов по безопасности движения транспорта, а также»;

3) в абзаце одиннадцатом слово «рекламных» заменить словами «рекламных конструкций, не соответствующих требованиям технического регламента и нормативных актов по безопасности движения транспорта, а также информационных».

Статья 13

В абзаце первом статьи 11.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (Собрание законодательства

Российской Федерации, 2002, № 1, ст. 1) слова «установка наружной рекламы» заменить словами «установка рекламной конструкции».

Статья 14

Внести в Федеральный закон от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2003, № 40, ст. 3822; 2005, № 1, ст. 17, 25; 2006, № 1, ст. 10; № 23, ст. 2380; № 30, ст. 3296; № 31, ст. 3452) следующие изменения:

1) часть 1 статьи 15 дополнить пунктом 15¹ следующего содержания:

«15¹) выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории муниципального района, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных вновь рекламных конструкций на территории муниципального района, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»);»;

2) часть 1 статьи 16 дополнить пунктом 26¹ следующего содержания:

«26¹) выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных вновь рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом «О рекламе»;».

Статья 15

Признать утратившими силу:

1) статью 13 Федерального закона от 13 января 1995 года № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 3, ст. 170);

2) статью 17 Федерального закона от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (в редакции Федерального закона от 7 января 1999 года № 18-ФЗ) (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 48, ст. 4553; 1999, № 2, ст. 245);

3) главу 9 и пункт 7 статьи 51 Федерального закона от 22 апреля 1996 года № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 17, ст. 1918);

4) статью 1 Федерального закона от 7 января 1999 года № 18-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции» в части изложения в новой редакции статьи 17 (Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, № 2, ст. 245);

5) пункт 32 статьи 1 Федерального закона от 28 декабря 2002 года № 185-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» и о внесении дополнения в Федеральный закон

«О некоммерческих организациях» в части внесения изменений в статью 36 и пункт 7 статьи 51 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 52, ст. 5141);

6) пункт 37 статьи 1 Федерального закона от 10 января 2003 года № 14-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О негосударственных пенсионных фондах» в части пункта 5 статьи 36²⁷ (Собрание законодательства Российской Федерации, 2003, № 2, ст. 166);

7) пункт 33 статьи 101 Федерального закона от 22 августа 2004 года № 122-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием федеральных законов «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2004, № 35, ст. 3607);

8) статью 22 Федерального закона от 30 декабря 2004 года № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2005, № 1, ст. 40);

9) статью 22 Федерального закона от 30 декабря 2004 года № 215-ФЗ «О жилищных накопительных кооперативах» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2005, № 1, ст. 41);

10) пункт 5 статьи 1 Федерального закона от 27 июля 2006 года № 138-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31, ст. 3437).

Статья 16

Установить, что в соответствии с пунктом 15¹ части 1 статьи 15 и пунктом 26¹ части 1 статьи 16 Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (в редакции настоящего Федерального закона) разрешение на распространение наружной рекламы, выданное органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа до 1 июля 2006 года, признается разрешением на установку рекламной конструкции, а решение о его аннулировании или признании его недействительным может быть принято по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Статья 17

1. Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении десяти дней после дня его официального опубликования, за исключением статьи 11, пунктов 3 и 10 статьи 15 настоящего Федерального закона.

2. Статья 11 настоящего Федерального закона вступает в силу по истечении одного месяца со дня его официального опубликования.

3. Пункты 3 и 10 статьи 15 настоящего Федерального закона вступают в силу с 1 февраля 2007 года.



Президент
Российской Федерации В.Путин

Москва, Кремль
16 октября 2006 года
№ 160-ФЗ