

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

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

в пункте 6 части 5 статьи 5 слова "изделий медицинского назначения и медицинской техники" заменить словами "медицинских изделий"

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"

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)."

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

в абзаце первом части 1 слова "частями 2-4" заменить словами "частями 2-5"

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.