

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 N 38-ФЗ "О рекламе"](#) (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 12, ст. 1232; N 52, ст. 5497; 2007, N 7, ст. 839; N 16, ст. 1828; 2009, N 51, ст. 6157; 2011, N 23, ст. 3255; N 29, ст. 4293; N 30, ст. 4566, 4600; 2013, N 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 1.1 следующего содержания:

"1.1. 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 - 30.1";

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, 10.1 и 10.2 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 30.1 настоящего Федерального закона."

Статья 2

Внести в [статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях](#) (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, N 1, ст. 1; 2005, N 30, ст. 3124; 2007, N 26, ст. 3089; N 31, ст. 4007; 2010, N 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
N 200-ФЗ