

**РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ**  
**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**  
**О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН "О РЕКЛАМЕ"**

Принят  
Государственной Думой  
4 июля 2014 года

Одобрен  
Советом Федерации  
9 июля 2014 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; 2007, N 30, ст. 3807; 2009, N 39, ст. 4542; N 52, ст. 6430; 2011, N 27, ст. 3880; N 30, ст. 4566, 4590; 2012, N 31, ст. 4322; 2013, N 19, ст. 2325; 2014, N 23, ст. 2928) следующие изменения:

1) части 3.1 - 3.3 статьи 14 признать утратившими силу;

2) в статье 19:

а) части 5.2 - 5.5 признать утратившими силу;

б) часть 5.7 изложить в следующей редакции:

"5.7. 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 5.8 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 5.1 - 5.5" заменить словами "частью 5.1";

д) в части 9 слова "частях 5 - 7" заменить словами "частях 5, 6, 7";

е) часть 9.1 признать утратившей силу;

ж) в части 9.2 слова "частей 5.1, 5.2, 5.5 - 5.7 и 9.1" заменить словами "частей 5.1, 5.6, 5.7";

з) в пункте 2 части 11 слова "частях 5 - 7" заменить словами "частях 5, 6, 7";

и) в пункте 6 части 15 слова "частями 5.1 - 5.7 и 9.1" заменить словами "частями 5.1, 5.6, 5.7";

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 5.1 - 5.7" заменить словами "частями 5.1, 5.6, 5.7";

пункт 6 изложить в следующей редакции:

"6) в случае нарушения требований, установленных частью 9.3 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 5.2 - 5.5), абзац второй подпункта "е" и подпункта "к" пункта 1 статьи 1 [Федерального закона](#)

от 21 июля 2007 года N 193-ФЗ "О внесении изменений в статьи 19 и 33 Федерального закона "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, N 30, ст. 3807);

2) Федеральный закон от 27 декабря 2009 года N 354-ФЗ "О внесении изменений в статьи 14, 33, 36 Федерального закона "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, N 52, ст. 6430);

3) подпункт "е" пункта 1 статьи 1 Федерального закона от 7 мая 2013 года N 98-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, N 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  
N 264-ФЗ