Федеральный закон от 16 октября 2006 г. N 160-ФЗ"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 22 сентября 2006 года

Одобрен Советом Федерации 6 октября 2006 года

Статья 1

Внести в статью 4 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года N 2124-I "О средствах массовой информации" (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1992, N 7, ст. 300; Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, N 30, ст. 2870; 2000, N 26, ст. 2737; 2002, N 30, ст. 3029; 2006, N 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 N 2300-I "О защите прав потребителей" (в редакции Федерального закона от 9 января 1996 года N 2-ФЗ) (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1992, N 15, ст. 766; Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, N 3, ст. 140; 2004, N 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 N 4180-I "О трансплантации органов и (или) тканей человека" (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1993, N 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 N 109-ФЗ "О безопасном обращении с пестицидами и агрохимикатами" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1997, N 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 N 149-ФЗ "О семеноводстве" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1997, N 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 N 3-ФЗ "О наркотических средствах и психотропных веществах" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, N 2, ст. 219; 2005, N 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 36.27 Федерального закона от 7 мая 1998 года N 75-ФЗ "О негосударственных пенсионных фондах" (Собрание законодательства

Российской Федерации, 1998, N 19, ст. 2071; 2003, N 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 N 86-ФЗ "О лекарственных средствах" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, N 26, ст. 3006; 2002, N 1, ст. 2; 2004, N 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 61.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации (Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, N 31, ст. 3823; 2004, N 34, ст. 3535) слова "на распространение наружной рекламы" заменить словами "на установку рекламной конструкции".

Статья 10

Утратила силу с 30 марта 2008 г.

Статья 11

В подпункте 80 пункта 1 статьи 333.33 части второй Налогового кодекса Российской Федерации (Собрание законодательства Российской Федерации, 2000, N 32, ст. 3340; 2004, N 45, ст. 4377; 2005, N 30, ст. 3117; N 52, ст. 5581; 2006, N 1, ст. 12; N 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, N 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, N 1, ст. 1) слова "установка наружной рекламы" заменить словами "установка рекламной конструкции".

Статья 14

Внести в Федеральный закон от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2003, N 40, ст. 3822; 2005, N 1, ст. 17, 25; 2006, N 1, ст. 10; N 23, ст. 2380; N 30, ст. 3296; N 31, ст. 3452) следующие изменения:

1) часть 1 статьи 15 дополнить пунктом 15.1 следующего содержания:

"15.1) 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 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Федеральный закон "О рекламе");";

2) часть 1 статьи 16 дополнить пунктом 26.1 следующего содержания:

"26.1) 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 N 7-ФЗ "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, N 3, ст. 170);

2) статью 17 Федерального закона от 22 ноября 1995 года N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" (в редакции Федерального закона от 7 января 1999 года N 18-ФЗ) (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, N 48, ст. 4553; 1999, N 2, ст. 245);

3) главу 9 и пункт 7 статьи 51 Федерального закона от 22 апреля 1996 года N 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, N 17, ст. 1918);

4) статью 1 Федерального закона от 7 января 1999 года N 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, N 2, ст. 245);

5) пункт 32 статьи 1 Федерального закона от 28 декабря 2002 года N 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, N 52, ст. 5141);

6) пункт 37 статьи 1 Федерального закона от 10 января 2003 года N 14-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон "О негосударственных пенсионных фондах" в части пункта 5 статьи 36.27 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2003, N 2, ст. 166);

7) пункт 33 статьи 101 Федерального закона от 22 августа 2004 года N 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, N 35, ст. 3607);

8) статью 22 Федерального закона от 30 декабря 2004 года N 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, N 1, ст. 40);

9) статью 22 Федерального закона от 30 декабря 2004 года N 215-ФЗ "О жилищных накопительных кооперативах" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2005, N 1, ст. 41);

10) пункт 5 статьи 1 Федерального закона от 27 июля 2006 года N 138-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О рынке ценных бумаг" и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3437).

Статья 16

Установить, что в соответствии с пунктом 15.1 части 1 статьи 15 и пунктом 26.1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 6 октября 2003 года N 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 N 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 г.

N 160-ФЗ