

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе"

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2007, № 30, ст. 3807; 2009, № 39, ст. 4542; № 52, ст. 6430; 2011, № 27, ст. 3880; № 30, ст. 4566, 4590; 2012, № 31, ст. 4322; 2013, № 19, ст. 2325; 2014, № 23, ст. 2928) следующие изменения:

- 1) части 3¹ – 3³ статьи 14 признать утратившими силу;
- 2) в статье 19:
 - а) части 5² – 5⁵ и 9¹ признать утратившими силу;
 - б) в части 9² слова "и 9¹" исключить;
 - в) в пункте 6 части 15 слова "и 9¹" исключить;
 - г) пункт 6 части 18 изложить в следующей редакции:

"б) в случае нарушения требований, установленных частью 9³ настоящей статьи.";
 - д) пункт 2 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, касающейся дополнения частями 5² – 5⁵) и абзац второй подпункта "е" пункта 1 статьи 1 Федерального закона от 21 июля 2007 года № 193-ФЗ "О внесении изменений в статьи 19 и 33 Федерального закона "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, № 30, ст. 3807);

2) Федеральный закон от 27 декабря 2009 года № 354-ФЗ "О внесении изменений в статьи 14, 33, 36 Федерального закона "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2009, № 52, ст. 6430);

3) подпункт "е" пункта 1 статьи 1 Федерального закона от 7 мая 2013 года № 98-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2013, № 19, ст. 2325).

Статья 3

Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

Президент
Российской Федерации