**О внесении изменений

в ФЗ «О рекламе» и КоАП РФ**

**с 22 октября 2013 года, с 15 ноября 2013 года**

Федеральным законом от 23.07.2013 № 200-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» были внесены следующие изменения, вступившие в силу с 22 октября 2013 года:

1. **Понятия «изделия медицинского назначения» и «медицинская техника» объединены в рамках понятия «медицинские изделия»** в соответствии с терминологией, содержащейся в Федеральном законе «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 № 323-ФЗ.

Также внесены изменения в статью 24 Федерального закона «О рекламе» в соответствии с которыми в частях 2, 6, 7 и 8 указанной статьи понятие **«лекарственные средства» заменено на понятие «лекарственные препараты».**

В соответствии с пунктом 4 статьи 4 Федерального закона «Об обращении лекарственных средств» **лекарственные препараты** — **это лекарственные средства в виде лекарственных форм, применяемые для профилактики, диагностики, лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности**. При этом согласно пункту 5 цитируемой статьи лекарственная форма представляет собой состояние лекарственного препарата, соответствующее способам его введения и применения и обеспечивающее достижение необходимого лечебного эффекта.

2. Статья 25 Федерального закона «О рекламе» дополнена частью
1.1, устанавливающей, что реклама биологически активных добавок в каждом случае **должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.**

**Продолжительность** такого предупреждения в рекламе, распространяемой **в радиопрограммах, должна составлять не менее чем три секунды**, 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).**

3.Также Законом № 200-ФЗ дополнена статья 38 Федерального закона «О рекламе», устанавливающая ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, на рекламодателя возложена ответственность за нарушение статьи 30.1 Федерального закона «О рекламе», закрепляющей требования к рекламе деятельности медиаторов по обеспечению процедуры медиации.

Кроме того, **значительно расширена сфера ответственности рекламораспространителя за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.**

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за:

- указание в рекламе на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники **(пункт 6 части 5 статьи 5**);

 **-** нарушение порядка установки и эксплуатации рекламной конструкции **(части 2-4 и 9 статьи 19)**;

 **-** распространение рекламы о проведении стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является приобретение алкогольной продукции, за исключением специализированных стимулирующих мероприятий, проводимых в целях реализации алкогольной продукции **(часть 5 статьи 21)**;

 **-** размещение рекламы лекарственных средств, содержащих разрешенные к применению в медицинских целях наркотические средства или психотропные вещества…., в не отведенных местах **(в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях - часть 9 статьи 24)**;

 - нарушение требований к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания **(статья 25)**;

 **-** нарушение требований к рекламе деятельности медиаторов по обеспечению процедуры медиации (**части 1 и 2 статьи 30.1)**.

4. В статью 14.3 КоАП РФ был добавлен самостоятельный состав (**часть 5**).

 Нарушение 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.

**Указанная норма направлена на повышение ответственности рекламодателей и средств массовой информации за размещение рекламы лекарственных препаратов и биологически активных добавок и усиление контроля в этой сфере в целях недопущения причинения вреда жизни и здоровью граждан.**

**С 15 ноября 2013 года**

## вступил в силу запрет на рекламу табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги и зажигалок любым способом, в любое время и с использованием любых средств (введен Федеральным [законом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_153470/?dst=100081) от 21.10.2013 № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О рекламе» в связи с принятием Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака».

**В статью 7** «Товары, реклама которых не допускается» добавлен пункт 8, согласно которому не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

 **Статья 23** «Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей» утратила силу.

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях **дополняется статьей 14.3.1**, устанавливающей ответственность за спонсорство табака, стимулирование продажи табака, табачной продукции и табачных изделий и (или) потребление табака либо рекламу табака, табачной продукции табачных изделий или курительных принадлежностей.

За нарушение запрета на распространение рекламы табака, табачной продукции табачных изделий или курительных принадлежностей установлена повышенная ответственность по сравнению с иными нарушениями норм ФЗ «О рекламе» (за исключением нарушений в сфере рекламы БАДов, лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения).

**В соответствии с частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ** нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей -

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до четырех тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати пяти тысяч рублей; на юридических лиц - от ста пятидесяти тысяч до шестисот тысяч рублей.

**Полномочий по выявлению нарушений частей 1-3 статьи 14.3.1 КоАП РФ антимонопольным органам не предоставлены.**

Полномочия по рассмотрению дел за нарушение **части 5 статьи 14.3.1** КоАП РФ закреплены как за антимонопольными органами, так и за Роскомнадзором. **Указанная норма вступает в силу с 01 июня 2014 года.**