Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе"

Принят
Государственной Думой
22 февраля 2006 года

Одобрен
Советом Федерации
3 марта 2006 года

(в ред. Федеральных законов от 18.12.2006 № 231-ФЗ, от 09.02.2007 № 18-ФЗ, от 12.04.2007 № 48-ФЗ, от 21.07.2007 № 193-ФЗ, от 01.12.2007 № 310-ФЗ, от 13.05.2008 № 70-ФЗ, от 27.10.2008 № 179-ФЗ, от 07.05.2009 № 89-ФЗ, от 27.09.2009 № 228-ФЗ, от 17.12.2009 № 320-ФЗ, от 27.12.2009 № 354-ФЗ, от 19.05.2010 № 87-ФЗ, от 27.07.2010 № 194-ФЗ, от 28.09.2010 № 243-ФЗ, от 05.04.2011 № 56-ФЗ, от 03.06.2011 № 115-ФЗ, от 01.07.2011 № 169-ФЗ, от 11.07.2011 № 202-ФЗ, от 18.07.2011 № 218-ФЗ (ред. 20.07.2012), от 18.07.2011 № 242-ФЗ, от 21.07.2011 № 252-ФЗ, от 21.11.2011 № 327-ФЗ, от 20.07.2012 № 119-ФЗ, от 28.07.2012 № 133-ФЗ, от 07.05.2013 № 98-ФЗ, от 07.06.2013 № 108-ФЗ, от 02.07.2013 № 185-ФЗ, от 23.07.2013 № 200-ФЗ, от 23.07.2013 № 251-ФЗ, от 21.10.2013 № 274-ФЗ, от 25.11.2013 № 317-ФЗ, от 21.12.2013 № 375-ФЗ, от 28.12.2013 № 396-ФЗ, от 28.12.2013 № 416-ФЗ, от 04.06.2014 № 143-ФЗ, от 28.06.2014 № 190-ФЗ, от 21.07.2014 № 218-ФЗ, от 21.07.2014 № 235-ФЗ, от 21.07.2014 № 264-ФЗ, от 21.07.2014 № 270-ФЗ, от 04.11.2014 № 338-ФЗ, от 29.12.2014 № 460-ФЗ, от 29.12.2014 № 485-ФЗ, от 31.12.2014 № 490-ФЗ, от 03.02.2015 № 5-ФЗ, от 08.03.2015 № 50-ФЗ, от 03.07.2016 № 281-ФЗ, от 03.07.2016 № 304-ФЗ, от 05.12.2016 № 413-ФЗ, от 28.03.2017 № 44-ФЗ, от 29.07.2017 № 218-ФЗ, от 31.12.2017 № 489-ФЗ, от 03.04.2018 № 61-ФЗ)

[Извлечение]

Статья 1. Цели настоящего Федерального закона

Целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Статья 26. Реклама продукции военного назначения и оружия

1. Не допускается реклама:
1) продукции военного назначения, за исключением рекламы такой продукции в целях осуществления военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами;
2) оружия, не указанного в частях 3 - 5 настоящей статьи.

2. Производство, размещение и распространение рекламы продукции военного назначения в целях осуществления военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации.

3. Реклама служебного оружия и патронов к нему допускается только в специализированных печатных изданиях для пользователей такого оружия, в местах производства, реализации и экспонирования такого оружия, а также в местах, отведенных для стрельбы из оружия.

4. Реклама боевого ручного стрелкового оружия, патронов к нему, холодного оружия допускается в специализированных печатных изданиях, в местах производства, реализации и экспонирования такого оружия, а также в местах, отведенных для стрельбы из оружия.

5. Реклама гражданского оружия, в том числе оружия самообороны, спортивного, охотничьего и сигнального оружия, допускается только:
1) в периодических печатных изданиях, на обложках и в выходных данных которых содержится информация о специализации указанных изданий на сообщениях и материалах рекламного характера, а также в специализированных печатных изданиях для пользователей гражданского оружия;
2) в местах производства, реализации и экспонирования такого оружия, а также в местах, отведенных для стрельбы из оружия;
3) в теле- и радиопрограммах с 22 до 7 часов местного времени.

6. Реклама оружия и реклама продукции военного назначения, распространяемая в соответствии с законодательством Российской Федерации о военно-техническом сотрудничестве Российской Федерации, не должна:

1) прямо или косвенно раскрывать сведения, составляющие государственную тайну, в том числе сведения, относящиеся к технологии производства, способам боевого и иного применения этого оружия;
2) обращаться к несовершеннолетним;
3) использовать образы несовершеннолетних.

Статья 34. Представление информации в антимонопольный орган

1. Юридические лица, индивидуальные предприниматели обязаны представлять в антимонопольный орган (его должностным лицам) по его мотивированному требованию в установленный срок необходимые документы, материалы, объяснения, информацию в письменной и (или) устной форме (в том числе информацию, составляющую коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну), включая служебную переписку в электронном виде, а также обеспечивать уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

2. Неисполнение требований части 1 настоящей статьи влечет за собой ответственность виновных лиц в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Статья 35. Обязанности антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной и иной охраняемой законом тайны

1. Сведения, составляющие коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну и полученные антимонопольным органом при осуществлении своих полномочий, не подлежат разглашению, за исключением предусмотренных федеральным законом случаев.

2. Разглашение сотрудниками антимонопольного органа сведений, составляющих коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну, влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях или уголовным законодательством Российской Федерации. Убытки, причиненные таким разглашением, подлежат возмещению в соответствии с гражданским законодательством.

государственная тайна, коммерческая тайна, служебная тайна, тайна антимонопольного контроля, персональные данные

From:
http://www.sps-ib.ru/ - **Справочно-правовая система по информационной безопасности**

Permanent link:
http://www.sps-ib.ru/npa:fz38_13.03.2006

Last update: **2018/04/18 18:31**