

Статья 1

Внести в Федеральный закон от 18 июля 1995 года № 108-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 30, ст. 2864; 2001, № 26, ст. 2580; № 51, ст. 4827; 2004, № 34, ст. 3530; № 35, ст. 3607; № 45, ст. 4377) следующие изменения:

- 1) пункт 2 статьи 1 дополнить словами ", а также в случаях распространения информации о деятельности по организации и проведению азартных игр и (или) пари";
- 2) абзац второй статьи 2 после слов "юридическом лице," дополнить словами "виде деятельности,", после слов "юридическому лицу," дополнить словами "виду деятельности,";
- 3) дополнить статьей 16 1 следующего содержания:

"Статья 16 1 . Особенности рекламы о деятельности по организации и проведению азартных игр и (или) пари

1. Распространение рекламы о деятельности по организации и проведению азартных игр и (или) пари, в том числе рекламы игорных заведений, допускается только:

в радио- и телепрограммах с 22 до 7 часов местного времени;

в зданиях, строениях и сооружениях, в которых проводятся азартные игры и (или) пари, за исключением вокзальных помещений, помещений аэровокзалов, станций метрополитена, где распространение и размещение такой рекламы не допускаются;

в периодических печатных изданиях рекламного характера, а также в специализированных периодических печатных изданиях, предназначенных для работников игорных заведений и (или) для лиц, участвующих в азартных играх и (или) пари.

2. Реклама о деятельности по проведению азартных игр и (или) пари, в том числе реклама игорных заведений, не должна:

создавать впечатление, что участие в азартных играх и (или) пари имеет значение для достижения общественного или личного успеха либо способно содействовать решению имущественных проблем; дискредитировать лиц, не участвующих в азартных играх и (или) пари;

создавать впечатление, что выигрыш гарантирован или его вероятность высока;

умалчивать об особых условиях или ограничениях участия в азартных играх и (или) пари либо об условиях выплаты выигрышей, если такие условия или ограничения установлены;

обращаться непосредственно к несовершеннолетним, использовать образы людей и животных, а также распространяться в любой форме в радио- и телепередачах, в печатных изданиях для несовершеннолетних.

3. Требования настоящей статьи не распространяются на рекламу стимулирующих лотерей и государственных лотерей."