

Статья 40. Регулирование отношений в сфере рекламы со дня вступления в силу настоящего Федерального закона

1. Со дня вступления в силу настоящего Федерального закона признать утратившими силу:

- 1) Федеральный закон от 18 июля 1995 года № 108-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 30, ст. 2864);
- 2) пункт 3 статьи 1 Федерального закона от 18 июня 2001 года № 76-ФЗ "О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2001, № 26, ст. 2580);
- 3) Федеральный закон от 14 декабря 2001 года № 162-ФЗ "О внесении изменений в статью 11 Федерального закона "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2001, № 51, ст. 4827);
- 4) абзацы 23 и 24 статьи 3 Федерального закона от 30 декабря 2001 года № 196-ФЗ "О введении в действие Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1, ст. 2);
- 5) Федеральный закон от 20 августа 2004 года № 115-ФЗ "О внесении изменения в статью 16 Федерального закона "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2004, № 34, ст. 3530);
- 6) статью 55 Федерального закона от 22 августа 2004 года № 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, № 35, ст. 3607);
- 7) статью 11 Федерального закона от 2 ноября 2004 года № 127-ФЗ "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации, а также о признании утратившими силу отдельных законодательных актов (положений законодательных актов) Российской Федерации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2004, № 45, ст. 4377);
- 8) статью 1 Федерального закона от 21 июля 2005 года № 113-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" и статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2005, № 30, ст. 3124).

2. Впредь до приведения законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, действующих на территории Российской Федерации и регулирующих отношения в сфере рекламы, в соответствие с настоящим Федеральным законом указанные законы и иные нормативные правовые акты применяются постольку, поскольку они не противоречат настоящему Федеральному закону.

Президент Российской Федерации В.Путин

Москва, Кремль

13 марта 2006 года

№ 38-ФЗ