

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОСЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ



Государственная Дума ФС РФ
Дата 12.04.2024 16:26
№600974-8; 1.1

12 апреля 2024 г.

№ О/К

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

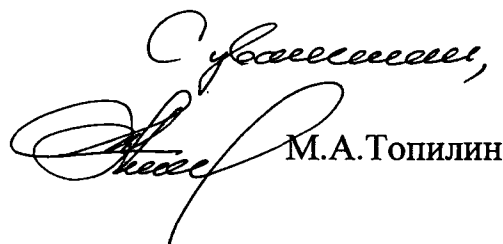
В.В.ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

На основании статьи 104 Конституции Российской Федерации вносится на рассмотрение Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации в качестве законодательной инициативы проект федерального закона «О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе».

Приложение:

1. Текст законопроекта на 4 л. в 1 экз.;
2. Пояснительная записка к законопроекту на 2 л. в 1 экз.;
3. Финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1 л. в 1 экз.;
4. Перечень федеральных законов, подлежащих принятию, изменению, приостановлению или признанию утратившими силу в связи с принятием законопроекта, на 1 л. в 1 экз.;
5. Копии текста и материалов к нему на 1 магнитном носителе.


М.А.Топилин

Вносится депутатами
Государственной Думы
М.А.Топилиным, А.Г.Аксаковым,
Н.В.Арефьевым, Н.В.Школкиной,
С.В.Алтуховым, А.Ю.Кирияновым,
С.А.Наумовым, А.А.Гетта,
Ю.А.Станкевичем, А.Б.Выборным,
А.В.Терентьевым, Д.Н.Гасановым,
В.С.Макаровым, В.В.Ивановым,
А.З.Фарраховым, К.М.Бахаревым,
И.И.Гильмутдиновым, И.Н.Бабичем,
А.В.Деминым
сенаторами Российской Федерации
Н.А.Журавлевым, А.Д.Башкиным,
А.Г.Шейкиным

Проект *№ 00974-Р*

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе»

Статья 1

Внести в статью 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года
№ 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской
Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2015, № 1, ст. 13; 2023, № 31, ст. 5785)
следующие изменения:

1) пункт 2 части 2 дополнить словами «, за исключением случаев,
предусмотренных частями 2¹ и 3 настоящей статьи»;

2) дополнить частью 2¹ следующего содержания:

«2¹. Если реклама услуг, связанных с предоставлением потребительского кредита (займа), пользованием им и погашением указанного кредита (займа), содержит хотя бы одно условие, влияющее на полную стоимость потребительского кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», такая реклама должна соответствовать одному из следующих требований:

реклама должна содержать предупреждение: «Изучите все условия кредита (займа)» с указанием на раздел информационного ресурса кредитора, который обеспечивает потребителю рекламы возможность ознакомления с подробными условиями оказания соответствующих услуг, влияющими на полную стоимость потребительского кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)». В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем три секунды и должно быть отведено не менее чем пять процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства);

реклама должна содержать все остальные условия, влияющие на полную стоимость потребительского кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», в случае невозможности указания на раздел информационного ресурса, указанный в настоящей части.»;

3) часть 3 изложить в следующей редакции:

«3. Если реклама услуг, связанных с предоставлением потребительского кредита или займа, пользованием ими и погашением указанных кредита или займа, содержит информацию о процентных ставках, в дополнение к требованиям части 2¹ настоящей статьи, такая реклама должна содержать информацию о диапазонах значений полной стоимости потребительского кредита (займа), определенных с учетом требований Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» по видам потребительского кредита (займа), с использованием слов «полная стоимость кредита (займа)». Указанная информация должна предоставляться до предоставления информации о процентных ставках и указываться шрифтом, размер которого не менее чем шрифтом, которым отображается информация о процентных ставках»;

4) дополнить частями 3¹ и 3² следующего содержания:


«3¹. Реклама услуг, связанных с предоставлением потребительского кредита (займа), пользованием ими и погашением

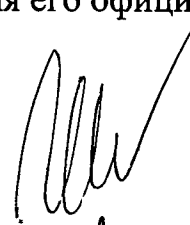
указанного кредита (займа), должна содержать предупреждение «Оценивайте свои финансовые возможности и риски». В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем пять секунд, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем семь процентов рекламной площади (рекламного пространства).

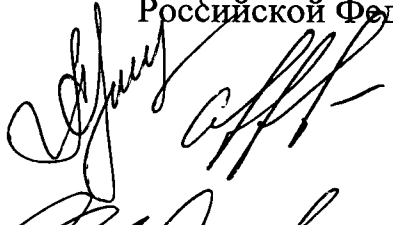
3². Правила, предусмотренные частями 2¹, 3 и 3¹ настоящей статьи, также применяются к рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита (займа) физическим лицам в целях, не связанных с осуществлением ими предпринимательской деятельности, и обязательства заемщика по которым обеспечены ипотекой.».

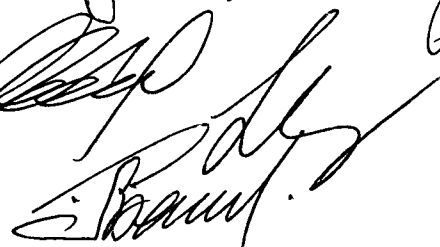
Статья 2

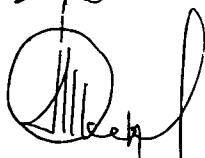
Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении тридцати дней после дня его официального опубликования.



Президент
Российской Федерации

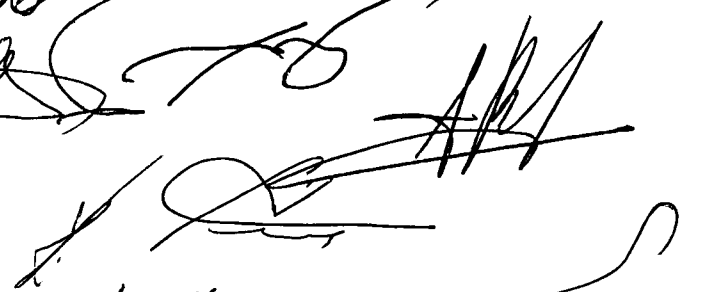
 В. Ломак

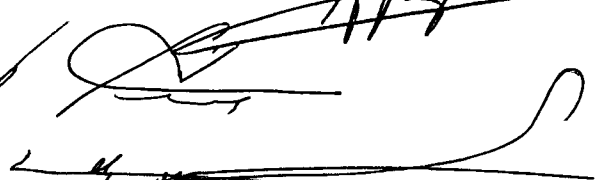


 S. ...









ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к проекту федерального закона
«О внесении изменений в статью 28 Федерального закона
«О рекламе»

Проект федерального закона «О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе» направлен на урегулирование вопросов, связанных с распространением рекламы кредитов. В настоящее время положения Федерального закона «О рекламе» устанавливают требование размещать в рекламе кредита или займа диапазон значений полной стоимости кредита (займа), если указывается ставка по кредиту, а также непосредственно в рекламе должны быть указаны все условия, определяющие стоимость кредита (займа) для заёмщика.

Практика применения указанных положений сложилась таким образом, что кредитные организации размещают все необходимые условия в рекламе мелким, нечитаемым шрифтом, который не позволяет потребителю воспринять такую информацию, что вводит его в заблуждение. Подобное донесение информации не является надлежащим исполнением требований Федерального закона, в связи с чем при выявлении такого рода рекламы антимонопольные органы привлекают рекламодателей такой рекламы к административной ответственности. Нарушения статьи 28 Федерального закона «О рекламе», устанавливающей требования к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности, составили 16,6 % от всех выявленных нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе в 2023 году.

Законопроект предлагает обязать в рекламе, связанной с предоставлением кредита или займа, указывать сведения с призывом к потребителям ознакомиться на информационном ресурсе (сайте в сети Интернет, странице в социальной сети) со всеми условиями предоставления соответствующей услуги, размером не менее пяти процентов от размера самой рекламы, а в теле-, радиопрограммах – продолжительностью не менее чем три секунды, если указывается хотя бы одно условие, влияющее на полную стоимость кредита. Это позволит

потребителям получить все необходимые сведения, при этом ограничит рекламодателей от размещения таких сведений нечитаемым образом.

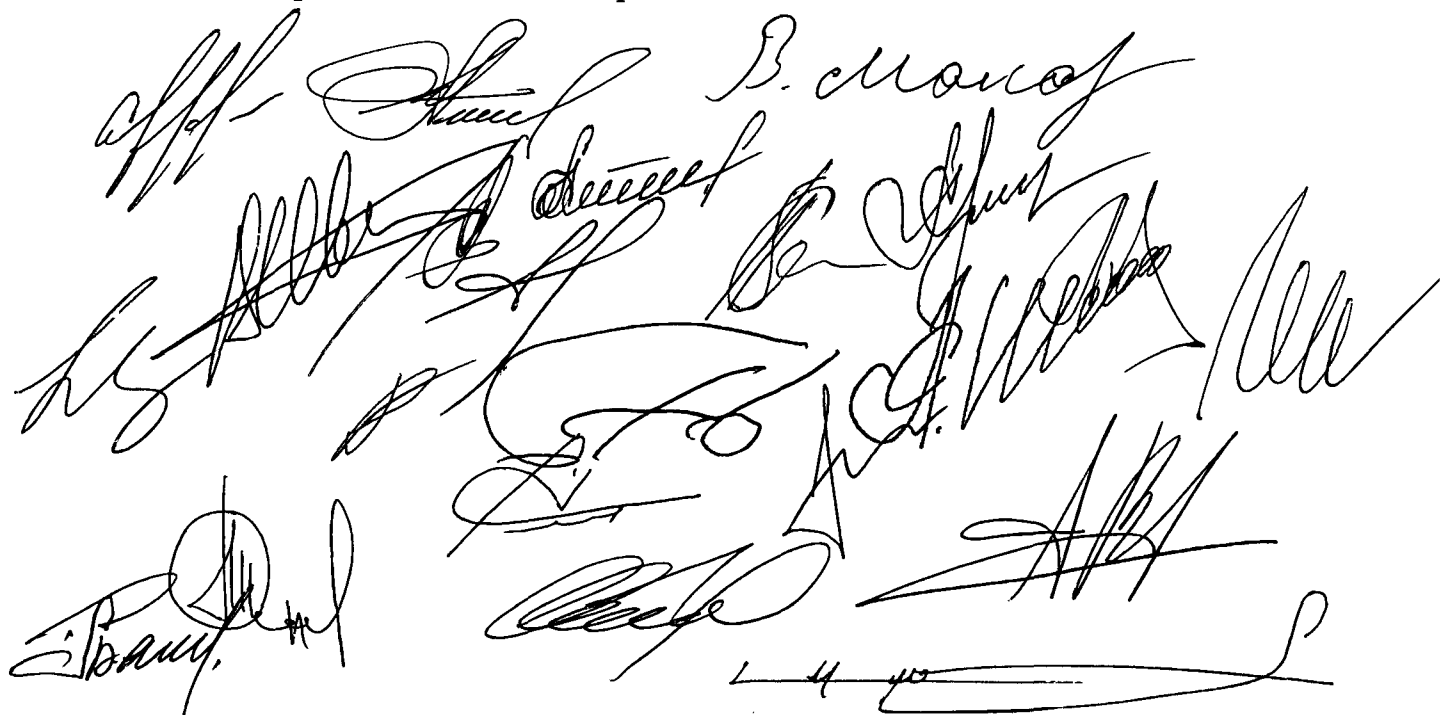
Кроме того, согласно сведениям Центрального Банка Российской Федерации, растет общая закредитованность населения. Так, в первом полугодии 2023 года общее количество заемщиков достигло 47 млн человек. При этом в основном растет число заемщиков, которые имеют три кредита и более.

Для минимизации влияния рекламы на обращение граждан за кредитами (займами) в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, предлагается указывать предупреждающую фразу «Оценивайте свои финансовые возможности и риски», размером не менее семи процентов от площади всей рекламы, для рекламы на радио или телевидении – продолжительностью не менее пяти секунд.

Принятие законопроекта направлено на сокращение импульсивно взятых кредитов без надлежащего обдумывания последствий заключения договора кредитования и доступности финансовой нагрузки для заёмщика и его семьи.

Законопроект не противоречит положениям актов более высокой юридической силы, в том числе Договора о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г.

Срок вступления законопроекта в силу по истечении тридцати дней после дня его официального опубликования обусловлен необходимостью приведения распространяемой рекламы в соответствие с новыми нормами статьи 28 Федерального закона «О рекламе».



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе»

Реализация норм федерального закона «О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительных расходов средств федерального бюджета.

В. Манат

Other illegible handwritten signatures and initials are present on the page.

