

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕДЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

23 января 2018 г.

№ _____

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

В.В. ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

В соответствии со ст. 104 Конституции Российской Федерации вносим на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации проект федерального закона «О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе».

Приложения:

1. проект федерального закона на 1 листе;
2. пояснительная записка к проекту федерального закона на 3 листах;
3. перечень актов на 1 листе;
4. финансово-экономическое обоснование к проекту федерального закона на 1 листе;
5. копии текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе.

Д.Е. Шилков

В.В. Сысоев

В.Л. Пашин

Б.А. Чернышов

М.В. Дегтярев



Государственная Дума ФС РФ
Дата 29.01.2018
№375242-7; 1.1

Вносится депутатами Государственной Думы

Д.Е. Шилковым

В.Л. Пашиным

В.В. Сысоевым

Б.А. Чернышовым

М.В. Дегтяревым

проект

№ 345_д42-7

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН


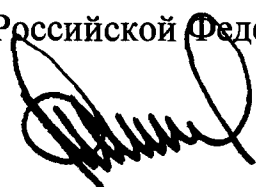
«О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе»

Дополнить статью 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2013, № 30, ст. 4084; № 51, ст. 6695; 2015, № 1, ст. 13; 2016, № 27, ст. 4237; 2017, № 31, ст. 4767) частью 3¹ следующего содержания:

«3¹. Реклама услуг микрофинансовых организаций должна содержать информацию о размере процентной ставки за пользование микрозаймом (в процентах годовых), сумме и сроке возврата микрозайма (в том числе досрочного возврата), перечне всех дополнительных расходов заемщика, связанных с получением, обслуживанием и возвратом микрозайма (в том числе досрочным возвратом), штрафных санкциях за нарушение срока возврата микрозайма.».

Президент

Российской Федерации



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

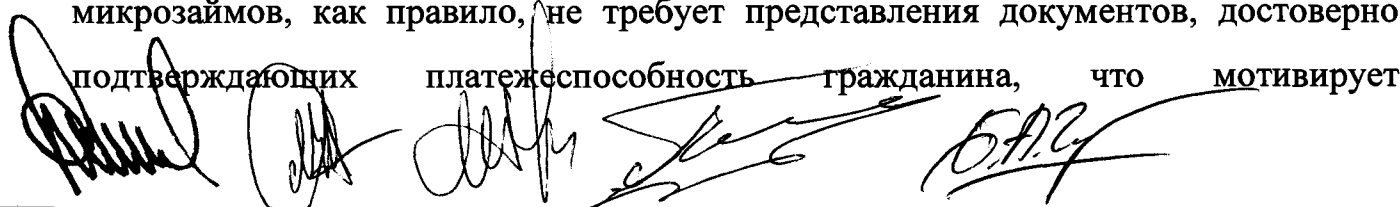
В настоящее время реклама микрофинансовой деятельности и услуг микрофинансовых организаций законодательством не запрещена и регулируется статьей 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В частности, согласно части 3 данной статьи: «Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее».

В соответствии с частью второй пункта 25 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Кроме этого, согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе: «Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы».

Среди рекламы потребительских кредитов и займов наибольшую настороженность вызывает реклама микрозаймов. Порядок предоставления микрозаймов, как правило, не требует представления документов, достоверно подтверждающих платежеспособность гражданина, что мотивирует



потенциального заемщика к заключению договора микрозайма, но создает опасность нарушения заемщиком срока возврата микрозайма и попадания его в «долговую яму». По информации Федеральной антимонопольной службы, осуществляющей контроль за рекламной деятельностью микрофинансовых организаций, несмотря на значительные суммы административных штрафов за нарушение законодательства о рекламе, предусмотренные частью 1 (от 100 тысяч до 500 тысяч рублей) и частью 6 (от 300 тысяч до 800 тысяч рублей) статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, микрофинансовые организации продолжают в массовом порядке совершать данные административные правонарушения, не соблюдая требования части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

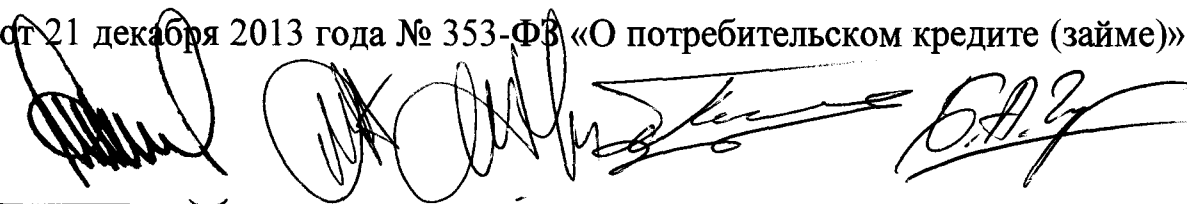
Используя привлекательные рекламные слоганы, микрофинансовые организации утаивают полную стоимость микрозайма либо, не сообщая процентную ставку за пользование микрозаймом в процентах годовых и иные условия предоставления микрозайма, влияющие на его полную стоимость, либо указывая в рекламе проценты, начисляемые на сумму микрозайма в день, что эффективно работает для привлечения внимания потребителей рекламы. В результате потенциальные заемщики не получают необходимой информации, чтобы составить представление о полной стоимости микрозайма и тех рисках, которые сопутствуют его предоставлению, и неминуемо вводятся в заблуждение относительно своих финансовых возможностей своевременно возратить заём.

При этом часть 3 статьи 28 Закона о рекламе:

во-первых, устанавливает необходимость сообщения в рекламе всех условий предоставления займа, влияющих на его полную стоимость, только в случае, если в рекламе указывается хотя бы одно такое условие,

во-вторых, вводит отсылочную норму для определения условий предоставления займа, влияющих на его полную стоимость, которые должны быть перечислены в рекламе услуг, связанных с предоставлением займа. Такие условия определяются Федеральным законом

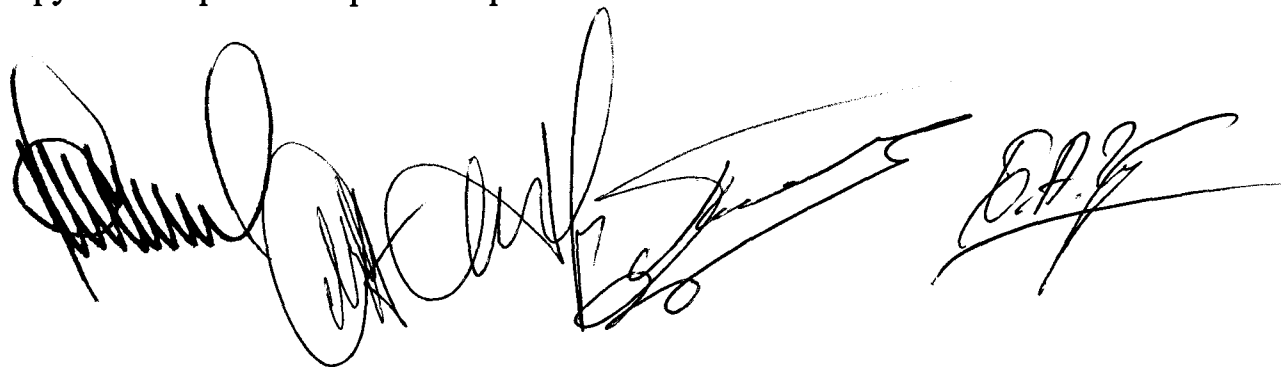
от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», а также



постановлением Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе».

Для эффективного правового регулирования рекламы услуг по предоставлению потребительских кредитов (займов) банковскими организациями части 3 статьи 28 Закона о рекламе в большинстве случаев достаточно. При этом, учитывая применяемые микрофинансовыми организациями разновидности рекламы и целевую аудиторию услуг по предоставлению микрозаймов, считаем необходимым создать более жёсткое правовое поле для рекламной деятельности микрофинансовых организаций и в императивной форме регламентировать требования к рекламе услуг по предоставлению микрозаймов, установив исчерпывающий перечень информации, которая в обязательном порядке должна содержаться в рекламе услуг по предоставлению микрозаймов и позволит потребителям рекламы определить полную стоимость микрозаймов.

Таким образом, законопроектом предлагается дополнить статью 28 Закона о рекламе частью 3¹ следующего содержания: «Реклама услуг микрофинансовых организаций должна содержать информацию о размере процентной ставки за пользование микрозаймом (в процентах годовых), сумме и сроке возврата микрозайма, перечне всех дополнительных расходов заемщика, связанных с получением, обслуживанием и возвратом микрозайма, штрафных санкциях за нарушение срока возврата микрозайма».



ПЕРЕЧЕНЬ

нормативных правовых актов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона «О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе»

В связи с принятием федерального закона «О внесении изменений в статью 28 Федерального закона «О рекламе» принятие, приостановление действия, изменение или признание утратившими силу иных нормативных правовых актов не потребуется.



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 28
Федерального закона «О рекламе»

Принятие федерального закона «О внесении изменений в статью 28
Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительных расходов из
федерального бюджета.

Four handwritten signatures in black ink, arranged horizontally. The first signature is a dense, scribbled mark. The second is a more fluid, cursive signature. The third is a long, sweeping signature with a prominent horizontal stroke. The fourth is a signature that appears to contain the initials 'С.А.Г.' followed by a flourish.