

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ШЕСТОГО СОЗЫВА

**Д Е П У Т А Т**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ**

26 01 2016 г.

№ \_\_\_\_\_

**Председателю**  
**Государственной Думы**  
**Федерального Собрания**  
**Российской Федерации**  
**С.Е.Нарышкину**

**Уважаемый Сергей Евгеньевич!**

На основании статьи 104 Конституции Российской Федерации вношу на рассмотрение Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации проект федерального закона «О внесении изменения в статью 28 Федерального закона «О рекламе».

Законопроект не предусматривает дополнительных расходов, покрываемых за счет федерального бюджета.

Приложения:

Текст законопроекта - на 2 листах;

Пояснительная записка - на 2 листах;

Финансово-экономическое обоснование - на 1 листе;



260932 799100

Государственная Дума ФС РФ  
Дата 26.01.2016 Время 11:31  
№982552-6; 1.1

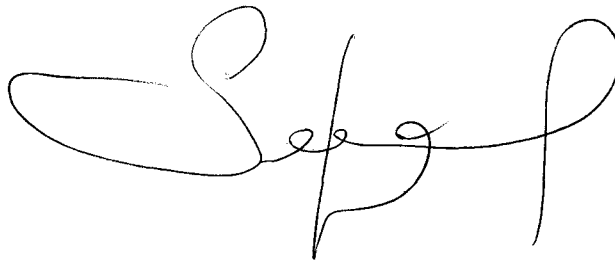
Перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона «О внесении изменения в статью 28 Федерального закона «О рекламе» - на 1 листе.

Перечень нормативных правовых актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального «О внесении изменения в статью 28 Федерального закона «О рекламе» - на 1 листе.

Депутат Государственной Думы

Федерального Собрания

Российской Федерации



**О.Л. Михеев**

Вносится депутатом  
Государственной Думы Федерального  
Собрания Российской Федерации  
шестого созыва:  
**Михеевым О.Л.**

Проект № 982552-6

**РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ**  
**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН**

**О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЯ 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; 2013, № 30, ст. 4084; № 51, ст. 6695; 2015, № 1, 13) следующие изменения:

1) часть 7 после слов «федеральным законом» дополнить словами «, а также о способах обеспечения исполнения обязательств застройщика по передаче жилого помещения участнику долевого строительства по всем

договорам, заключенным для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости на основании одного разрешения, наряду с залогом.»;

2) дополнить частью 8.1 следующего содержания:

«8.1. При указании цены договора или стоимости за единицу площади в рекламе, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, указывается наименование и местонахождение (планируемое местонахождение) конкретного объекта недвижимости, в отношении которого установлена соответствующая цена или стоимость за единицу площади. Данные сведения указываются четким хорошо читаемым шрифтом размером не меньше двух третей от максимального размера из используемых в данной рекламе размеров шрифта.».

## Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении шести месяцев со дня его официального опубликования.

Президент  
Российской Федерации



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

Законопроект направлен на защиту прав потребителей рекламы, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости.

Вопросы правового регулирования отношений по участию в долевом строительстве регулируются Федеральным законом «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации».

Частью 2 статьи 12.1 данного закона исполнение обязательств застройщика по передаче жилого помещения участнику долевого строительства по всем договорам, заключенным для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости на основании одного разрешения на строительство, наряду с залогом должно обеспечиваться по выбору застройщика одним из следующих способов:

- поручительство банка;
- страхование гражданской ответственности застройщика.

Условия обеспечения исполнения обязательств по договору являются существенными и привлекательными для потребителя, могут определить его

поведение. При таких обстоятельствах указание подобных условий в в рекламе необходимо.

Также законопроектом предлагается установить требование о том, что если в рекламе, связанной с привлечением средств участников долевого строительства, указана цена за квадратный метр площади либо цена договора, необходимо указывать конкретный объект недвижимости, о котором идет речь.

На практике отсутствие такого требования приводит к введению потребителей в заблуждение при формальном соблюдении рекламодателем требований закона. Так, если застройщик имеет несколько объектов недвижимости, в рекламе часто указывается минимальная цена наименее привлекательного объекта, в то время, как в рекламе изображен наиболее привлекательный объект. Либо сама реклама в связи с местом своего размещения позиционируется как реклама объекта, находящегося в относительной близости от места размещения рекламы, чем в результате потребитель может быть введен в заблуждение.



**Финансово-экономическое обоснование**  
**к проекту федерального закона «О внесении изменения в статью 28**  
**Федерального закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменения в статью 28 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительного бюджетного финансирования.

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the end.

## **Перечень**

**федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу,  
приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием  
проекта федерального закона «О внесении изменения в статью 28  
Федерального закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменения в статью 28  
Федерального закона «О рекламе» не предусматривает внесение изменений в  
другие законодательные акты.

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized cursive letters, likely representing the name of the official who signed the document.



## **Перечень**

**нормативных правовых актов Президента Российской Федерации,  
Правительства Российской Федерации и федеральных органов  
исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу,  
приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием  
Федерального закона «О внесении изменения в статью 28 Федерального  
закона «О рекламе»**

Принятие Федерального закона «О внесении изменения в статью 28 Федерального закона «О рекламе» не потребует внесения изменений в нормативные правовые акты Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона.

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, flowing letters, likely representing the name of the official who signed the document.