

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОСЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ



Государственная Дума ФС РФ
Дата 27.02.2026 15:49
№ 1162913-8; 1.1.

27 02 2026 г.

№ 8/4

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации
В.В.ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации вносим в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации проект федерального закона "О внесении изменения в статью 28 Федерального закона "О рекламе".

Приложение:

1. текст законопроекта на 2-х л.;
2. пояснительная записка к законопроекту на 2-х л.;
3. финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1-м л.;
4. перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием законопроекта на 1-м л.;
5. 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 данного законопроекта на 1-м л.;
6. копии документов на магнитном носителе.

Депутаты Государственной Думы

И.В. Коломейцев

А.В. Куринный

Д.А. Парфенов

М.Н. Прусакова

Сенатор Российской Федерации

Ю.В. Афонин

Г.П. Камнев

Р.М. Лябихов

А.В. Прокофьев

А.М. Гибатдинов

Вносится депутатами Государственной Думы
Ю.В. Афониним, Н.В. Коломейцевым,
Г.П. Камневым, А.В. Куринным,
Р.М. Лябиховым, Д.А. Парфеновым,
А.В. Прокофьевым, М.Н. Прусаковой

сенатором Российской Федерации
А.М. Гибатдиновым

Проект № 1162913-8

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменения в статью 28 Федерального закона "О рекламе"

Статья 1

Статью 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2007, № 7, ст. 839; 2011, № 23, ст. 3255; № 30, ст. 4566, 4600; 2012, № 30, ст. 4170; 2013, № 19, ст. 2325; № 30, ст. 4033; № 43, ст. 5444; № 48, ст. 6165; № 51, ст. 6695; 2014, № 30, ст. 4236; 2015, № 1, ст. 43; 2016, № 27, ст. 4214; 2018, № 15, ст. 2032; № 53, ст. 8457; 2020, № 31, ст. 5055; 2021, № 18, ст. 3068) дополнить частью 2² следующего содержания:

"2². Запрещена реклама, связанная с предоставлением микрозаемов, предоставляемых микрофинансовыми организациями в следующих местах:

- 1) общественных местах;
- 2) на расстоянии менее чем сто метров по прямой линии без учета искусственных и естественных преград от ближайшей точки, граничащей с территорией железнодорожных вокзалов, автовокзалов, аэропортов, морских портов, речных портов, на станциях метрополитенов, предназначенных для

оказания услуг по перевозкам пассажиров, в помещениях, предназначенных для предоставления жилищных услуг, гостиничных услуг, услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания, бытовых услуг; территорией предназначенной для оказания образовательных услуг, услуг учреждений культуры, учреждений органов по делам молодежи, услуг в области физической культуры и спорта, медицинских, реабилитационных и санаторно-курортных услуг;

3) на всех видах общественного транспорта (транспорта общего пользования) городского и пригородного сообщения (в том числе на судах при перевозках пассажиров по внутригородским и пригородным маршрутам);

4) в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети "Интернет".

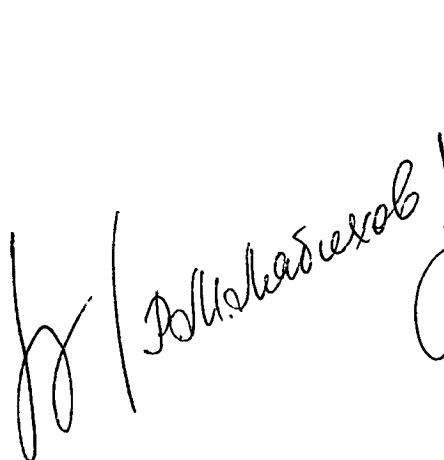
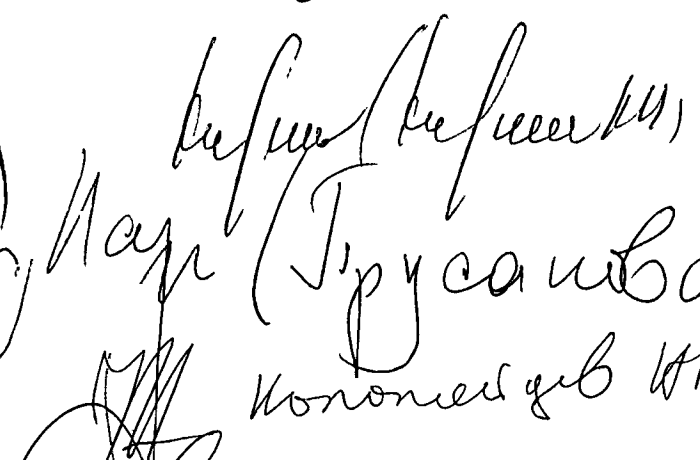
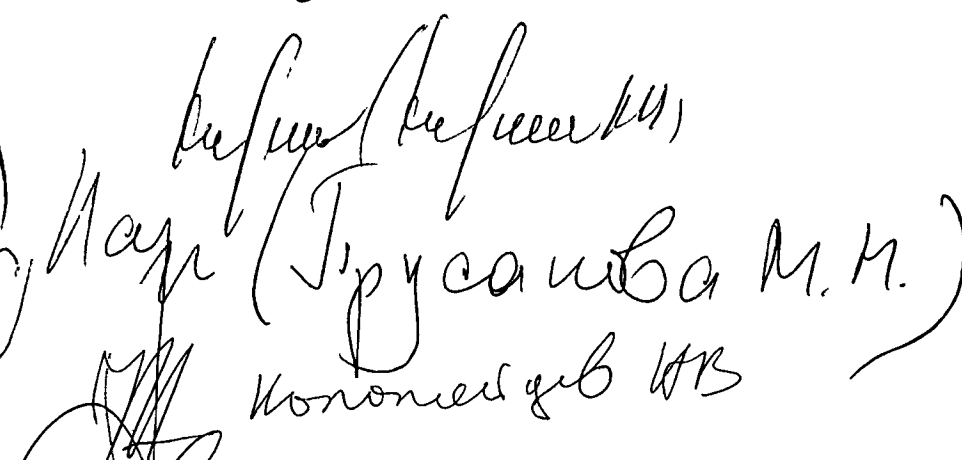
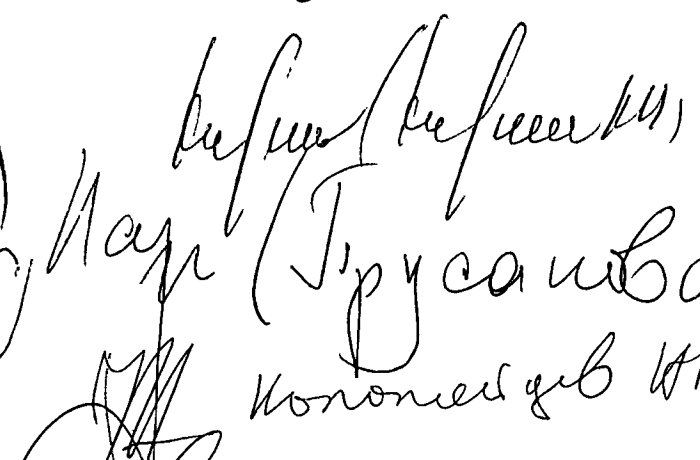
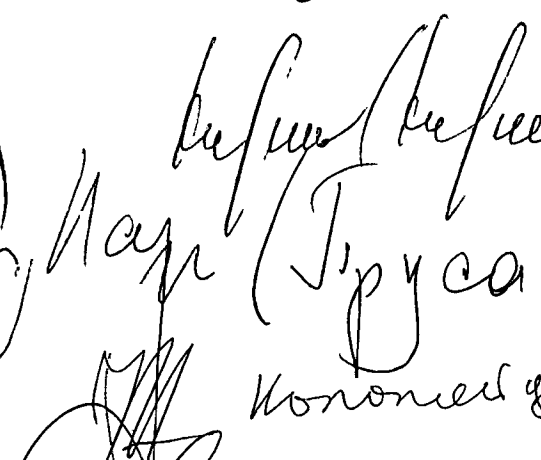
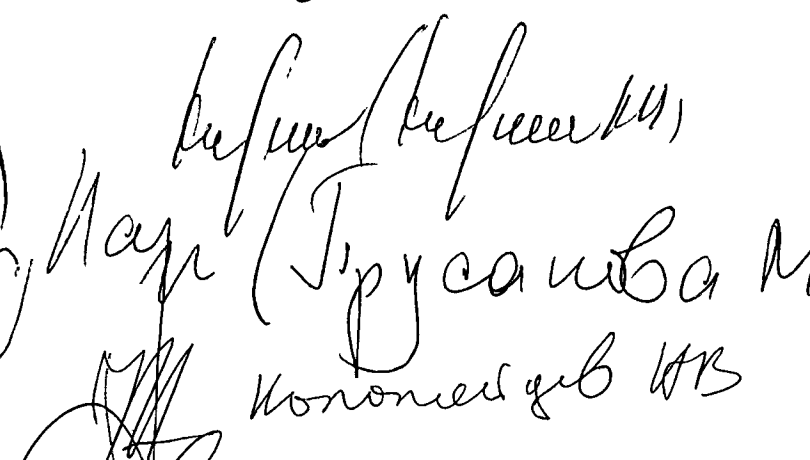
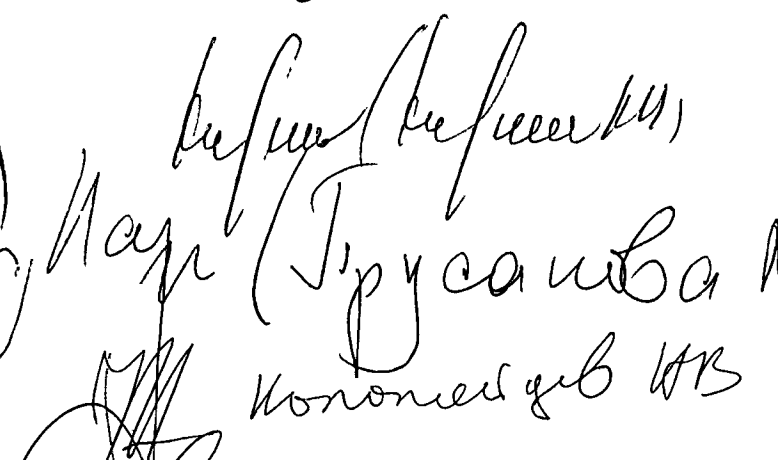
Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 марта 2026 года.

Президент

Российской Федерации

 Путин В.В.

 Медведев Д.М.
 Мирзаяев (Мирзаяев М.)
 Трусак (Трусак В.М.)
 Кононов В.В.
 Лавров С.В.
 Пригожин (Пригожин А.В.)
 Тарфенов (Тарфенов Д.А.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона "О внесении изменения в статью 28 Федерального закона "О рекламе"

Целью проекта федерального закона "О внесении изменения в статью 28 Федерального закона "О рекламе" является создание дополнительных ограничений на рекламу микрозаемов, предоставляемых микрофинансовыми организациями.

В современных условиях наблюдается рост числа микрофинансовых организаций и активное распространение рекламы их услуг. При этом значительная часть рекламных материалов не содержит полной и достоверной информации о условиях предоставления займов, что приводит к негативным последствиям.

Ограничение рекламы предоставления микрозаемов направлено на предотвращение финансовых потерь граждан вследствие необдуманного и манипулятивного принятия решений о получении микрозаймов, а также борьбу с ростом задолженности по микрозаемам с высокими процентными ставками.

Согласно статистике Центрального Банка России, число выдач микрозаймов продолжает оставаться на высоком уровне. На фоне ужесточения требований со стороны банков наблюдался переток заемщиков в МФО. Число их клиентов достигло 13,8 млн. человек в первом полугодии 2025 года. Значительно количество обращений в МФО вызвано финансовыми трудностями населения, необходимостью оплатить покупку товаров первой необходимости, а также получить свободные денежные средства ввиду задержек заработных плат. Данные факторы обуславливают рост закредитованности населения, а также средней задолженности на одного занятого гражданина, что приводит к увеличению числа последующих банкротств физических лиц.

Реализация законопроекта позволит защитить граждан от чрезмерной рекламы со стороны МФО и ограничит рекламу микрозаемов, которая

зачастую вводит граждан в заблуждение относительно финансовых последствий заключения договора.

Законопроект предусматривает запрет рекламы микрозаймов в общественных местах, на объектах транспортной инфраструктуры (вокзалы, аэропорты, метро, общественный транспорт), вблизи социальных объектов (образовательные учреждения, медицинские организации, учреждения культуры), а также ограничит распространение рекламы микрозаймов посредством цифровых платформ (информационно-телекоммуникационные сети, включая интернет).

Предлагаемые изменения направлены на защиту интересов граждан и обеспечение их финансовой безопасности, что соответствует государственной политике в сфере финансового рынка и защиты прав потребителей финансовых услуг.

Принятие и реализация Федерального закона "О внесении изменения в статью 28 Федерального закона "О рекламе" не повлечет дополнительных расходов, покрываемых за счет бюджетов бюджетной системы Российской Федерации.

Законопроект соответствует положениям Договора о Евразийском экономическом союзе, а также положениям иных международных договоров Российской Федерации.


 А. В. Пророков
 14.06.2017
 (Гусанова М. Н.)
 (Котомов В. В.)
 (Филиппов П. П.)
 (Пронин А. В.)
 (Нарценов Д. А.)
 (Р. М. Мясников)

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
проекта федерального закона "О внесении изменения в статью 28
Федерального закона "О рекламе"

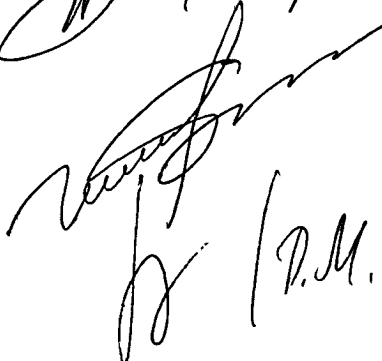
Принятие и реализация Федерального закона "О внесении изменения в статью 28 Федерального закона "О рекламе" не повлечет дополнительных расходов, покрываемых за счет бюджетов бюджетной системы Российской Федерации.

Маг (Сирусанова М.Н.)
Арошин Ю.В.
Середа (Середа А.)
Арошин Ю.В. / Королев В.В.
Арошин Ю.В.
Арошин Ю.В. / Прокопьев А.В.
Арошин Ю.В. / Харченко Д.А.
Арошин Ю.В.
Арошин Ю.В. / Д.М. Любихин

П Е Р Е Ч Е Н Ь

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"

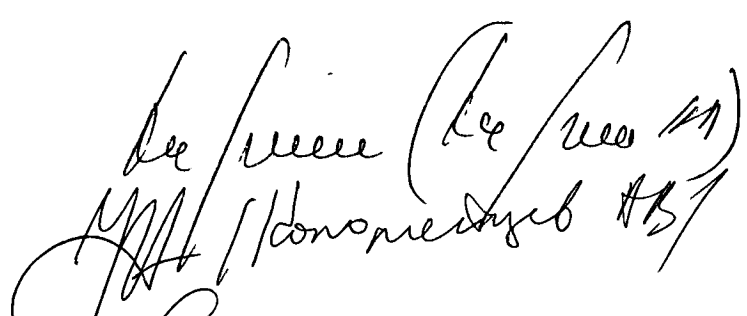
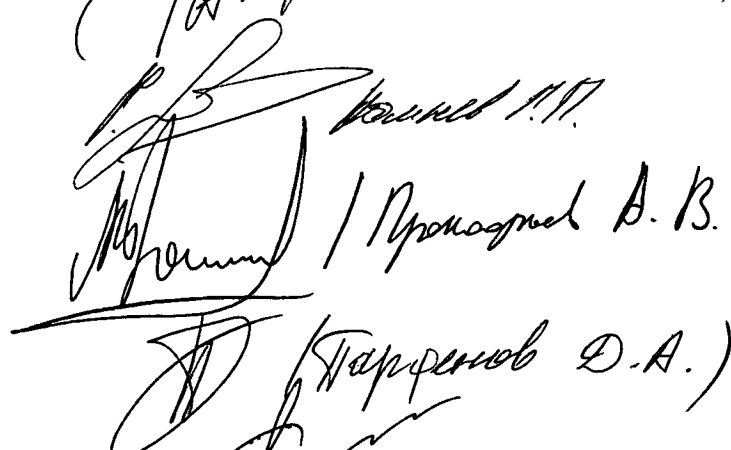
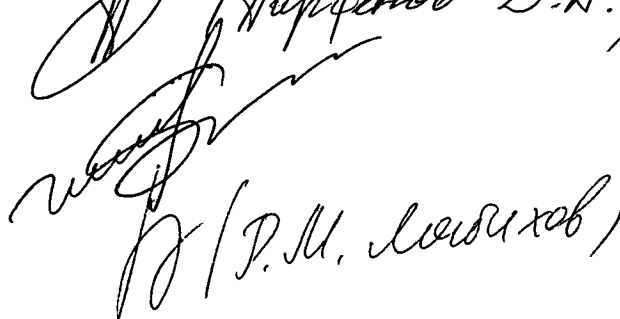
Принятие Федерального закона "О внесении изменения в статью 28
Федерального закона "О рекламе" не потребует признания утратившими силу,
приостановления, изменения или принятия иных федеральных законов.

 (Аронин А.В.)
 (Брусанова М.Н.)
 (Коновалов А.В.)
 (Коновалов А.В.)
 (Коновалов А.В.)
 (Тарфлов Д.А.)
 (Р.М. Любачев)

П Е Р Е Ч Е Н Ь

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 признания утратившими силу,
приостановления, изменения или принятия нормативных правовых актов
Президента Российской Федерации. Принятие Федерального закона не
потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения
правовых актов Правительства Российской Федерации.

 (Трусов М.Н.)
 (Прокуров А.В.)
 (Стародубов Д.А.)
 (Р.М. Левичов)