

от 20 апреля 2016 года № 558

**О законодательной инициативе Законодательного собрания  
Ленинградской области по внесению в Государственную Думу  
Федерального Собрания Российской Федерации проекта  
федерального закона "О внесении изменения в статью 7  
Федерального закона "О рекламе"**

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации  
Законодательное собрание Ленинградской области **п о с т а н о в л я е т :**

1. Внести в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации в порядке законодательной инициативы проект федерального закона "О внесении изменения в статью 7 Федерального закона "О рекламе".

2. Направить указанный проект федерального закона в Правительство Российской Федерации для получения заключения.

3. Уполномочить депутата Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации Р.А. Ванчугова представлять проект федерального закона "О внесении изменения в статью 7 Федерального закона "О рекламе" при его рассмотрении в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации.

4. Обратиться к депутатам Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации от Ленинградской области с просьбой поддержать указанный проект федерального закона при его рассмотрении в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации.

5. Направить настоящее постановление в законодательные (представительные) органы государственной власти субъектов Российской Федерации с просьбой поддержать указанную законодательную инициативу.

6. Контроль за исполнением постановления возложить на заместителя Председателя Законодательного собрания Ленинградской области А.Б. Белоуса.

7. Постановление вступает в силу со дня его принятия.

Председатель  
Законодательного собрания

С. Бебенин

Проект вносит  
Законодательное собрание  
Ленинградской области

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

**О внесении изменения в статью 7  
Федерального закона "О рекламе"**

Принят Государственной Думой

Одобен Советом Федерации

**Статья 1**

Внести в статью 7 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2010, № 21, ст. 2525; 2013, № 43, ст. 5444, № 48, ст. 6165) изменение, дополнив пунктом 10 следующего содержания:

"10) услуг по предоставлению микрофинансовыми организациями микрозаймов."

**Статья 2**

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении 10 дней после дня его официального опубликования.

Президент  
Российской Федерации

В. Путин

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**  
**к проекту федерального закона "О внесении изменения**  
**в статью 7 Федерального закона "О рекламе"**

Проект направлен на установление запрета рекламы услуг по предоставлению микрозаймов микрофинансовыми организациями, в первую очередь физическим лицам, потребителям данных финансовых услуг.

Микрофинансирование было придумано для решения финансовых проблем граждан, но в настоящее время микрофинансирование всё чаще наоборот создает проблемы, втягивая людей в финансовую западню. Это ведет к росту социальной напряженности и криминализации общества. Клиенты микрофинансовых организаций (МФО) – это люди, которые уже оказались в тяжелой финансовой ситуации, а огромные проценты в МФО эту ситуацию еще больше усугубляют.

Статистика показывает, что чаще всего микрозайм берут:  
на повседневные нужды (покупка еды, одежды, оплата ЖКХ) – 68%;  
в связи с несвоевременной выплатой заработной платы – 12%;  
на приобретение лекарственных препаратов – 11%.

Заемщики, как правило, люди с небольшим достатком изначально, и в таком случае они попадают фактически в финансовую кабалу современных ростовщиков.

По данным статистики кредитных брокеров Санкт-Петербурга, средняя сумма экспресс-кредита наличными за последние четыре года увеличилась с 17 000 до 77 100 рублей, однако, возможно, эти цифры еще выше. Так, например, ООО "Альянс-Кредит" предоставляет данные о том, что наиболее популярными являются экспресс-кредиты наличными, без справок о доходах и без первого взноса размером в 100 000 рублей. Известно, что основными клиентами МФО становятся люди, от которых отказались банки – из-за вызывающей вопросы отчетности, испорченных кредитных историй, низкого или официально не подтвержденного дохода.

Система экспресс-микрокредитования совершенствуется с каждым годом, чтобы стать еще доступнее потребителям. Так, всё чаще предлагаются кредиты онлайн, кредиты с оформлением на дому, открыта сеть автоматов по выдаче микрозаймов "Е-деньги". Терминал "Е-деньги", по словам разработчиков, обладает "интуитивно-понятным интерфейсом и самым современным программным обеспечением". Автомат выдает займы от одного до 10 000 рублей на срок до двух недель. Он же может и принимать средства обратно. Средний процент по микрозаймам составляет 180% годовых.

Сейчас идет компания по ограничению работы коллекторских агентств. Функции указанных агентств могут напрямую перейти к банкам или самим кредитным организациям.

Реклама микрофинансовых организаций очень негативно влияет на граждан: с экранов телевизоров настойчиво говорят, что проще пойти и взять деньги в такой организации, чем заниматься их у друзей или родных. Многие думают, что так оно и есть. Доверие к рекламе таких услуг в средствах массовой информации, на телевидении, в печатных изданиях приводит к тому, что люди, видя каждый день неоднократно подобные рекламные объявления, перестают критически их оценивать и осознавать все риски (включая деятельность коллекторских организаций), с этим связанные.

Запрет рекламы услуг по предоставлению микрозаймов микрофинансовыми организациями будет способствовать сокращению деятельности таких организаций и снижению доверия к ним у потребителей.

Приложение к проекту  
федерального закона  
"О внесении изменения в статью 7  
Федерального закона "О рекламе"

**ПЕРЕЧЕНЬ**  
**законов Российской Федерации и законов РСФСР,**  
**федеральных конституционных законов, федеральных законов**  
**и иных нормативных правовых актов РСФСР и Российской Федерации,**  
**подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению,**  
**изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона**  
**"О внесении изменения в статью 7 Федерального закона "О рекламе"**

Принятие Федерального закона "О внесении изменения в статью 7 Федерального закона "О рекламе" не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия законов Российской Федерации и законов РСФСР, федеральных конституционных законов, федеральных законов и иных нормативных правовых актов РСФСР и Российской Федерации.

Председатель  
Законодательного собрания  
Ленинградской области

С. Бебенин

Приложение к проекту  
федерального закона  
"О внесении изменения в статью 7  
Федерального закона "О рекламе"

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ**  
**проекта федерального закона "О внесении изменения в статью 7**  
**Федерального закона "О рекламе"**

Принятие Федерального закона "О внесении изменения в статью 7  
Федерального закона "О рекламе" не потребует дополнительного  
расходования средств из федерального бюджета.

Председатель  
Законодательного собрания  
Ленинградской области

С. Бебенин