

Вносится депутатами
Государственной Думы

А.Г. Нечаевым,
В.А. Даванковым,
О.Ю. Леоновым,
С.А. Тарбаевым,
А.О. Ткачёвым,
А.М. Хамитовым

Проект

№ 459956-8

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации

Статья 1

Дополнить статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, N 5, ст. 410; 2013, N 51, ст. 6699; 2017, N 31, ст. 4761; 2023, №25, ст. 4398) пунктом 3 следующего содержания:

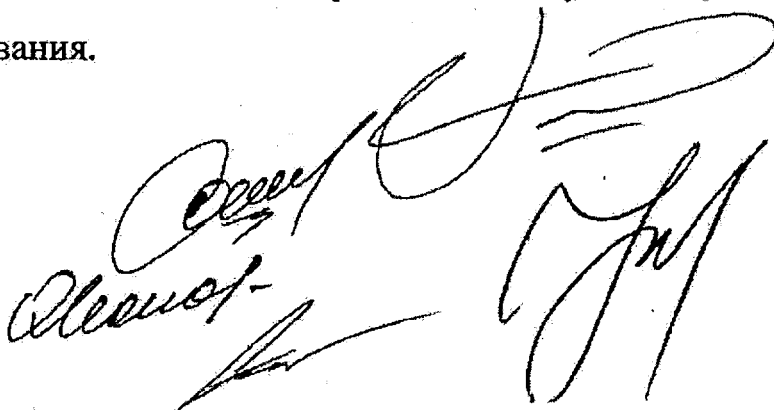
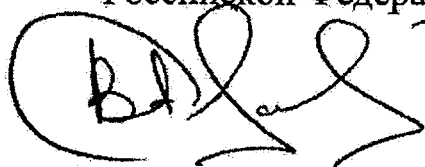
«3. Любая информация, распространяемая застройщиком в целях привлечения денежных средств граждан и юридических лиц для долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, признается публичной офертой.».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

Президент

Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации»

Проектом федерального закона «О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Законопроект) предлагается признать любую информацию, которая распространяется застройщиком в целях привлечения денежных средств граждан и юридических лиц для долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, в качестве публичной оферты. Таким образом, застройщики будут обязаны выполнять свои рекламные обещания перед участниками долевого строительства, которые были указаны, например, в рекламных буклетах, но не были указаны в договоре долевого строительства.

Актуальность законопроекта обусловлена возросшим количеством случаев, когда застройщики при реализации объектов долевого строительства подчеркивают достоинства своих объектов, отображая их в привлекательной форме на рекламных буклетах, описывая в них планы по созданию, например, детского сада, парков, спортивной площадки и так далее. В результате граждане воспринимают указанную информацию в качестве достоверной и приобретают квартиры с ожиданиями о создании таких социальных объектов и других удобств, указанных в рекламных буклетах. Вместе с тем, в большинстве случаев в рекламных буклетах и других рекламных материалах застройщиков используется мелкий шрифт, чтобы указать на то, что информация об объекте «не является публичной офертой» или «носит информационный характер». Таким образом, застройщики освобождают себя от ответственности в случае, если рекламные обещания о создании детского сада или школы не будут указаны в договоре и реализованы.

Например, по оценкам экспертов в сфере недвижимости, в Санкт-Петербурге и Ленинградской области при строительстве жилых комплексов в сегменте масс-маркет самый высокий процент по невыполнению

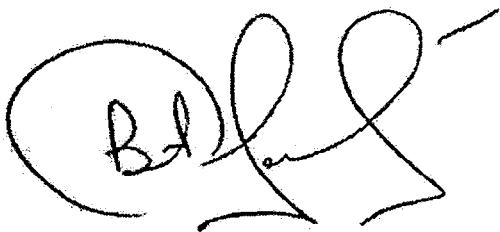
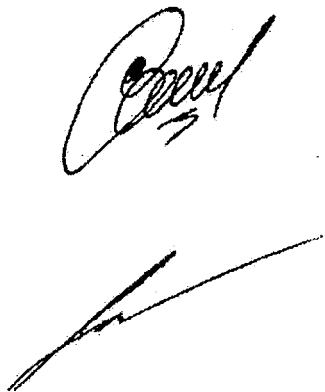
обещаний относится к строительству объектов социальной инфраструктуры на территории жилых комплексов. В 78,1% случаях застройщики не выполнили свои обещания. При строительстве жилья бизнес-класса застройщики также не сдерживают обещания, в этом сегменте этот показатель составил 57,1%. В Ленинградской области ни в одной из сданных новостроек в 2017-2019 годах придомовое пространство в полной мере не соответствовало рекламной визуализации.

В судебной практике застройщики утверждают, что их объекты соответствуют проектной документации и договорам, а отсутствие обещанных в рекламных буклетах объектах и свойств дома или двора не является нарушением обязательств застройщика. Однако, например, в решении Арбитражного суда Краснодарского края от 28 апреля 2023 г. по делу № А32-54856/2021 было указано, что в рекламных буклетах жилого комплекса при его создании было обещано создание IP-домофонов, зон отдыха барбекю, а также Wi-Fi во дворе, однако фактически указанные объекты отсутствовали. В результате рекламные буклеты застройщика привели потребителей в заблуждение относительно информации о застройщике. Таким образом, суд указал, что потребители при покупке объектов воспринимают рекламную информацию буквально как обещание, что они должны быть реализованы.

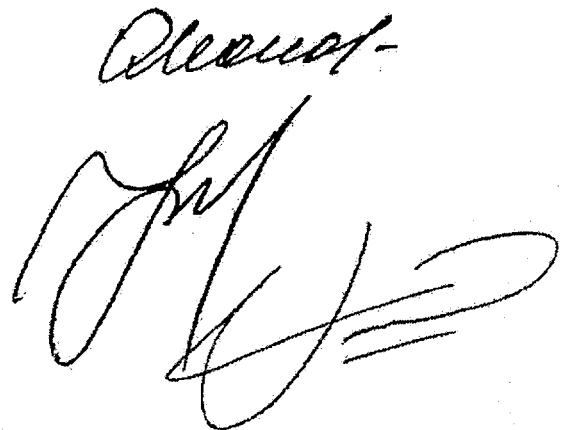
Таким образом, текущее правовое регулирование позволяет привлечь застройщиков к ответственности за недобросовестную рекламу, однако оно не является эффективным инструментом сдерживания застройщиков от введения потребителей в заблуждения относительно свойств объекта долевого строительства. Такой практике способствует, что в части 1 статьи 7 Федерального закона от 30.12.2004 N 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» содержится норма, что передаваемый объект должен соответствовать договору, проектной документации, требованиям техрегламентов и «иным обязательным требованиям».

В этой связи законопроектом предлагается признать любую информацию, которая распространяется застройщиком в целях привлечения денежных средств граждан и юридических лиц для долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, в качестве публичной оферты.

Принятие законопроекта создаст гарантии для граждан, что рекламные обещания, которые мотивировали покупателя сделать выбор в пользу определенного объекта, будут исполнены и соответствовать договору. Более того, исполнение рекламных обещаний будет способствовать укреплению доверия покупателей к застройщикам и отрасли недвижимости в целом.

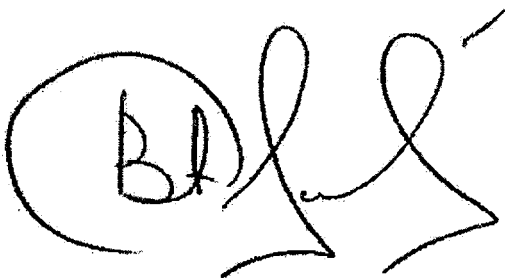
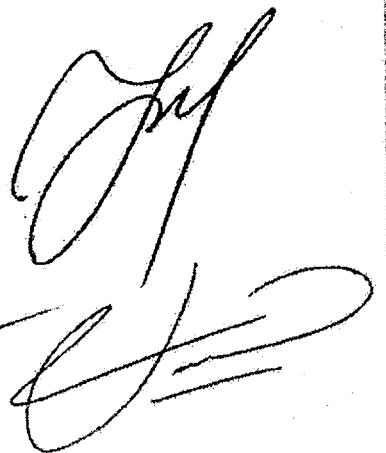
A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized name.A handwritten signature in black ink, consisting of a cursive name and a horizontal line below it.

Александр

A handwritten signature in black ink, with the name 'Александр' written above it.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 494
части второй Гражданского кодекса Российской Федерации»

Реализация федерального закона «О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации» не потребует дополнительных расходов из средств федерального бюджета.

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom.A handwritten signature in black ink, appearing to be a name followed by a surname, written in a cursive style.A large, stylized handwritten signature in black ink, featuring a prominent loop at the top and a long horizontal stroke at the bottom.

ПЕРЕЧЕНЬ

федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона «О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации»

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия иных федеральных законов.

