

Статья 28.1. Реклама услуг, связанных с процедурой банкротства

1. Реклама услуг, связанных с процедурой банкротства, в том числе со снижением размера задолженности граждан по денежным обязательствам или с прекращением денежных обязательств граждан, в том числе перед кредитором, указанным в пункте 3 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)", и (или) со снижением размера задолженности граждан по уплате обязательных платежей или с прекращением обязанности по уплате обязательных платежей, не должна:

- 1) содержать гарантии или обещания освобождения гражданина от исполнения денежных обязательств и (или) обязанности по уплате обязательных платежей;
- 2) содержать утверждение о возможности или призыв не исполнять денежные обязательства и (или) обязанности по уплате обязательных платежей;
- 3) содержать утверждение о создании государством системы для освобождения граждан от исполнения денежных обязательств и (или) обязанности по уплате обязательных платежей;
- 4) содержать упоминание о возможности освобождения граждан от исполнения денежных обязательств и (или) обязанности по уплате обязательных платежей.

2. Реклама услуг, связанных с процедурой банкротства граждан, в том числе со снижением размера задолженности граждан по денежным обязательствам или с прекращением денежных обязательств граждан, в том числе перед кредитором, указанным в пункте 3 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)", и (или) со снижением размера задолженности граждан по уплате обязательных платежей или с прекращением обязанности по уплате обязательных платежей, должна содержать указание: "Банкротство влечет негативные последствия, в том числе ограничения на получение кредита и повторное банкротство в течение пяти лет. Предварительно обратитесь к своему кредитору и в МФЦ.". В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого указания должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем три секунды, и такому указанию должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем семь процентов рекламной площади (пространства).

(Дополнение статьей - Федеральный закон от 31.07.2025 № 332-ФЗ)