

**Принято Советом
21 декабря 2023 г.
№ 236/оп-7/2023**

**ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по проекту федерального закона № 459956-8 «О внесении изменений
в статью 494 части второй Гражданского кодекса
Российской Федерации»**

Проект федерального закона № 459956-8 «О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Проект) рассмотрен по инициативе Совета при Президенте Российской Федерации по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства.

Проект внесен в Государственную Думу группой депутатов Государственной Думы и находится на стадии предварительного рассмотрения.

Проект предполагает дополнение статьи 494 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) пунктом 3, в соответствии с которым «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».

В пояснительной записке к Проекту указано, что предлагаемые изменения продиктованы стремлением обязать застройщиков выполнять рекламные обещания, содержащиеся в рекламных буклетах, но не нашедшие отражения в самом договоре долевого строительства. Как указывают разработчики Проекта, довольно часто граждане принимают информацию о постройке спортивной площадки, детского сада или иных социальных объектов в качестве достоверной и приобретают квартиры с расчетом наличия таких объектов.

Проект не может быть поддержан по соображениям концептуального характера.

1. Как неоднократно указывал Конституционный Суд Российской Федерации, правовое регулирование должно отвечать принципу равенства, в силу которого однородные по своей юридической природе отношения должны регулироваться одинаковым образом (постановления от 24 мая 2001 г. № 8-П, от 3 июня 2004 г. № 11-П, от 15 июня 2006 г. № 6-П, от 16 июня 2006 г. № 7-П, от 5 апреля 2007 г. № 5-П, от 25 марта 2008 г. № 6-П, от 26 февраля 2010 г. № 4-П, от 14 июля 2011 г. № 16-П, от 20 июля 2016 г. № 17-П).

Однако правовые отношения, связанные с распространением застройщиком рекламы, не имеют существенных отличий от случаев использования рекламы в других сферах.

В связи с этим введение правила о признании публичной офертой рекламы, распространяемой исключительно застройщиком, вступило бы в противоречие с принципом равенства участников гражданских отношений (статья 1 ГК РФ).

Если существование проблемы недобросовестности, о которой идет речь в пояснительной записке, будет подтверждено, то для ее решения должен быть использован универсальный механизм, применимый ко всем ситуациям, в которых одна из сторон сделки действует под влиянием существенного заблуждения.

2. Как можно понять из пояснительной записки, разработчики Проекта стремятся защитить интересы контрагента застройщика в тех случаях, когда такой контрагент, ознакомившись с доступной информацией о будущей недвижимости, впадает в заблуждение относительно характеристик общего имущества (имущества общего пользования), доля в праве собственности на которое возникнет у собственника квартиры при возникновении права собственности на квартиру. Однако при этом не принимается в расчет то обстоятельство, что действующее гражданское

законодательство уже предусматривает ряд последствий такого заблуждения. Как минимум существует возможность признать сделку недействительной и взыскать убытки с застройщика (статья 178 ГК РФ) или возможность применить последствия, указанные в статье 428 ГК РФ.

3. Содержание рекламного буклета, рекламного ролика или иного аналогичного рекламного продукта далеко не всегда отвечает признакам публичной оферты. По общему правилу, предусмотренному в пункте 1 статьи 437 ГК РФ, реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты. Такое правило обусловлено тем, что реклама чаще всего не содержит всех существенных условий договора. В соответствии с пунктом 2 статьи 437 ГК РФ предложение заключить договор на указанных в нем условиях с любым, кто отзовется, может быть признано публичной офертой только в случае, если оно содержит все существенные условия договора.

Вместе с тем реклама, в том числе содержащая предложение заключить договор долевого участия в строительстве, может не содержать всех существенных условий договора, в связи с чем встречная воля гражданина, обращающегося к лицу, указанному в рекламном объявлении, сама по себе еще не может расцениваться как акцепт (статья 438 ГК РФ), поскольку договор не может быть признан заключенным без согласования всех существенных условий.

Части 4, 4², 4⁵ и 4⁶ статьи 4 Федерального закона от 30 декабря 2004 г. № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (далее – Закон о долевом строительстве) включают широкий перечень существенных условий, которые едва ли могут быть отражены в одном рекламном буклете или рекламном ролике. При этом некоторые из условий будущего договора составляют такие характеристики объекта, которые могут быть индивидуализированы лишь в результате переговоров с участником

долевого строительства (этаж, общая площадь, количество комнат, иных помещений и т.д.).

Даже в случае признания буклета или иного рекламного носителя офертой (например, если в этом буклете была указана индивидуально определенная недвижимая вещь) последняя в соответствии со статьей 11 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) действует только в течение двух месяцев со дня распространения рекламы. В то же время период привлечения денежных средств застройщиком на разных стадиях строительства зачастую превышает указанный срок. Следовательно, предлагаемое разработчиками Проекта решение не только противоречит законодательной характеристике публичной оферты (пункт 2 статьи 437 ГК РФ), но и в целом не является эффективным средством решения поставленной проблемы.

4. Действующее законодательство о защите прав потребителей, а также законодательство о рекламе содержат средства защиты участников долевого строительства в описанной ситуации.

Часть 4 статьи 12 Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» вводит презумпцию отсутствия специализированных познаний у потребителя о свойствах и характеристиках товара при решении вопроса о возмещении убытков, причиненных недостоверной информацией. Ответственность в виде возмещения убытков за распространение ненадлежащей рекламы с недостоверной информацией о товаре предусматривает и законодательство о рекламе (часть 3 статьи 5, часть 2 статьи 38 Закона о рекламе).

Вопреки мнению разработчиков Проекта применению такого средства правовой защиты, как возмещение убытков не препятствует часть 1 статьи 7 Закона о долевом строительстве, содержащая норму о том, что передаваемый объект должен соответствовать договору, проектной документации, требованиям технических регламентов и «иным обязательным требованиям». Градостроительные требования к возведению социальной инфраструктуры

при строительстве жилых домов как раз относятся к таким обязательным требованиям.

5. Возражения вызывает и формулировка проектируемой нормы. Представляется неудачным выражение «любая информация» с учетом того, что информацией могут являться и сведения о застройщике (его профессиональных качествах, количестве завершенных объектов и т.д.), и изображения, и сведения об объектах, выходящих за пределы отведенной под застройку территории (расстояние от остановки, ближайшие магазины и т.д.). Также возникает вопрос о том, должна ли информация, содержащаяся в одном рекламном носителе, присутствовать и в другом, а если нет, то в пользу какого из них должно быть разрешено противоречие. Столь неопределенное описание правила может существенно затруднить правоприменение.

6. Из текста Проекта следует, что правило о признании любой информации, распространяемой застройщиком, публичной офертой, распространяется как на граждан, так и на юридических лиц. Последние могут быть участниками договора участия в долевом строительстве. Однако имея штат квалифицированных работников, юридические лица, в отличие от физических лиц, обладают возможностью более взвешенно принимать решения на основе тщательной проверки документов. В то же время разработчики Проекта указывают в пояснительной записке, что проблема, на решение которой нацелен Проект, касается именно физических лиц. Однако даже установление разных условий для признания распространяемой застройщиками информации публичной офертой применительно к физическим и юридическим лицам не позволило бы достичь поставленных в пояснительной записке к Проекту целей, которые должны быть реализованы за счет норм законодательства о защите прав потребителей или градостроительного законодательства.

Вывод: проект федерального закона № 459956-8 «О внесении изменений в статью 494 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации» не может быть поддержан.

Председатель Совета
Крашенинников

П.В.