



*«Свобода конкуренции и эффективная
защита предпринимательства ради
будущего России»*

Правовое регулирование рекламы финансовых услуг и финансовой деятельности

Васенкина Л.В.
главный государственный инспектор
Мордовского УФАС России

Саранск, 26 апреля 2019 года

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

ЗАКОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

«О РЕКЛАМЕ»

- ❖ Общие положения, основные понятия
- ❖ Общие требования к рекламе
- ✓ Реклама должна быть добросовестная и достоверная, соответственно, должна восприниматься непосредственно в момент её представления, то есть без затруднения, без применения специальных усилий и специальных средств

Запрет на рекламу:

- недобросовестную,
- недостоверную,
- вводящую потребителей в заблуждение,
- неэтичную

❖ Специальные требования:

- к отдельным способам распространения рекламы;
- к рекламе отдельных видов товаров, в числе них:

реклама финансовых услуг и финансовой деятельности (статья 28 ФЗ «О рекламе»)

❖ Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе

Судебное толкование особенностей рекламы финансовых услуг и финансовой деятельности приводится в п.п.24, 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»



Специальные требования к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности



Наименование или имя лица, оказывающего финансовые услуги или осуществляющего финансовую деятельность, - **обязательно** (часть 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе»)

- гарантия соблюдения информационного права по осведомленности потребителей о конкретной организации, делающей заманчивое финансовое предложение
- лицами, оказывающими финансовые услуги и осуществляющими финансовую деятельность, являются не любые организации, а лишь те, которые на законных основаниях обладают статусом финансовой организации, подтверждаемым соответствующими лицензией, разрешением, аккредитацией, либо включением в соответствующий реестр, членством в соответствующей саморегулируемой организации





Услуги по предоставлению кредитов не являются услугами по предоставлению займов и наоборот

- **потребительские кредиты** выдают только **банки**, имеющие соответствующие лицензии Банка России
- **потребительские займы** выдают некредитные организации:
- **ломбарды** – при обязательном включении в их наименование слова «ломбард», а также при осуществлении предпринимательской деятельности только по предоставлению краткосрочных займов гражданам, хранению вещей, по оказанию консультационных и информационных услуг;
- **потребительские и сельскохозяйственные кооперативы** - вправе выдавать заем только своим пайщикам;
- **микрофинансовые организации** - внесенные Банком России в государственный реестр микрофинансовых организаций

Не допускается реклама по предоставлению займов лицом, не осуществляющим профессиональную деятельность в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (часть 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе»)

Не допускается реклама финансовых услуг и финансовой деятельности лицами, не обладающим соответствующим статусом финансовой организации (часть 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе»)





Идентификация легальности статуса финансовой организации до публикации рекламных материалов способствует предупреждению нарушений рекламного законодательства

На официальном сайте Мордовского УФАС России mordovia.fas.gov.ru в разделе «Главное» опубликована:

Памятка рекламисту!

В целях противодействия ненадлежащей рекламе финансовых услуг незаконных участников рынка предлагаем рекламораспространителям осуществлять следующие мероприятия:

1. Идентифицировать юридическое лицо / индивидуального предпринимателя по его регистрационным данным (ИНН, ОГРН/ОГРНИП) и производить сверку с данными Единого государственного реестра юридических лиц с использованием официального ресурса ФНС www.egrul.nalog.ru.
2. После проверки достоверности регистрационных данных рекламодателя проверить его включение в реестры Банка России. Для этого необходимо использовать информацию на официальном сайте Банка России www.cbr.ru в разделе «Финансовые рынки».





Что следует знать о рекламе продавца по предоставлению рассрочки: товарный и (или) коммерческий кредит – это отношения покупателя и торговой организации, предоставляющей **возможность приобретения товара в рассрочку или с отсрочкой платежа**, на рекламу которых требования статьи 28 ФЗ «О рекламе» **не распространяются**



Исключение: если торговая организация не сама предоставляет рассрочку, а **пользуется финансовым посредничеством** банка-партнера либо иной финансовой организации, то реклама такой торговой организации с указанием на возможность приобретения товара в рассрочку **должна раскрывать сведения о существовании**

финансовой услуги – КРЕДИТ или ЗАЕМ, в том числе заем на условии членства в кооперативе, при обязательном указании наименования финансовой организации

- позволяет потребителю отличать содержание финансовых отношений
- информирует о лице, предоставляющем финансовую услугу, которым может быть только профессиональный участник финансового рынка





Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности не должна:

▪ **гарантировать или обещать в будущем эффективность деятельности** (доходности вложений), если такая эффективность не может быть определена на момент заключения соответствующего договора (пункт 1 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе»)

▪ **умалчивать** об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий (пункт 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе»)



Стороны договора инвестиционного товарищества и другие лица не вправе размещать рекламу совместной инвестиционной деятельности, осуществляемой по договору инвестиционного товарищества (ч.7 ст.3 Федерального закона от 28.11.2011 № 335-ФЗ «Об инвестиционном товариществе»)



В рекламе кредита (займа) при указании хотя бы одного условия, влияющего на его стоимость, должны указываться все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющие на неё (часть 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе»)



УСПЕЙТЕ
ВЫГОДНО
РАЗМЕСТИТЬ
СРЕДСТВА

17%

Годовых
с капитализацией

При упоминании в рекламе банковского вклада либо в рекламе хранения денежных средств членов кооператива хотя бы одного условия доходности таких вложений должны сообщаться все существенные условия, влияющие на сумму доходов вкладчика:

- процентная ставка
- срок действия процентной ставки (в год, в месяц)
- сумма и валюта вклада (хранения денежных средств)
- иные условия, если их включение в договор банковского вклада либо в договор хранения денежных средств может повлиять на сумму, который вкладчик должен получить по договору



В рекламе кредитов (займов), в которой указано хотя бы одно условие таких услуг, должны содержаться все условия, влияющее на окончательную стоимость кредита (займа):



Обязательно указывать основные условия расходов (суммы, срок, ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, включая комиссии)

Не обязательно указывать конкретный размер дополнительных расходов, достаточно их перечислить (страхование, услуги нотариуса и т.п.)

Условия **должны быть** **воспринимаемыми** обычным человеком обычным образом: размер, контрастность

Информация о неблагоприятных последствиях нарушения условий договора – **не обязательно** указывать

Указание в рекламе **неполных сведений об условиях предоставления кредита (займа)** может привести к искажению сути предлагаемой финансовой услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться, что **не допустимо**

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой





Если в рекламе сообщаются **переменные значения** условий кредитов (займов), например, посредством выражений «от...» или «до...»:

- от **min %** до **max %** - должны быть указаны также все остальные значения **процентной ставки (минимальная, максимальная и промежуточные)** по рекламируемым кредитам, а также все остальные условия договора, определяющие расходы заемщика по кредитному договору и влияющие на них, для каждого значения процентной ставки (сумма кредита, срок предоставления кредита и др.)
- от **min Σ** до **max Σ**, от **min срока** до **max срока** и **сообщаемая в рекламе процентная ставка не меняет своего значения** при обозначенных в рекламе сумме или сроке, то указание таких условий **будет достаточным**
- от **min Σ** до **max Σ**, от **min срока** до **max срока** и **сообщаемая в рекламе процентная ставка меняет свое значение** - должны быть указаны также все остальные величины **суммы или срока (минимальная, максимальная и промежуточные)** по рекламируемому кредиту, а также все остальные условия, при которых применяются все пороговые значения суммы или срока, включая **все величины процентной ставки по кредиту**





Не допускается размещение в рекламе привлекательных условий вклада, кредита (займа) крупным шрифтом, а всех остальных значений, влияющих на такие условия, способом, затрудняющим их восприятие (например, мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым на значительном расстоянии)

Не заменяет исполнения требований о полноте рекламируемых условий вклада, кредита (займа) наличие в рекламе ссылки на возможность получения (уточнения) сведений о таких условиях у сотрудников финансовой организации, предоставляющей рекламируемые услуги, или ссылки на официальный сайт такой организации, как на источник необходимых сведений об условиях оказания данных услуг



Разграничение ответственности за нарушение требований к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности (статья 38 ФЗ «О рекламе»):



Ч.6.: *Рекламодатель* несет ответственность за нарушение ч.2–8 ст.5, ст.7, ст.28 ФЗ «О рекламе»

Ч.7.: *Рекламораспространитель* несет ответственность за нарушение ст.7, ч.1 ст.28, ч.13 ст.28 ФЗ «О рекламе»

Нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой административную ответственность



Административные санкции в виде штрафа за неисполнение требований о полноте рекламной информации обо всех условиях кредита (займа):

- для некредитных финансовых организаций - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей (часть 1 статьи 14.3 КоАП РФ)
- для кредитных организаций - от трехсот тысяч до восьмисот тысяч рублей (часть 5 статьи 14.3 КоАП РФ)

Виновные действия сотрудника финансовой организации не свидетельствуют об отсутствии оснований для привлечения финансовой организации к административной ответственности (судебная практика по делу А40-118735/35)

Вина юридического лица проявляется в виновном действии (бездействии) соответствующих лиц, действующих от его имени и допустивших нарушение действующего законодательства (согласно Определению Конституционного Суда РФ от 14.12.2000 № 244-О)





www.mordovia.fas.gov.ru



[mordovia_fas](https://twitter.com/mordovia_fas)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !

