Семинар для СМИ

Дагестанское УФАС России является контролирующим органом в сфере рекламы, в том числе рекламы финансовых услуг на территории нашей республики.

Можно выделить основные нарушения законодательства РФ о рекламе в части рекламы финансовых услуг:

1. Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Из содержания ст. ст. 4, 30 Федерального закона от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» следует, что кредитные потребительские кооперативы имеют право заключать договор передачи личных сбережений, а не договор вклада.

Понятие «вклад» применяется к договорам банковского вклада. В соответствии с и. 1 ст. 834 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ) по договору банковского вклада одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором.

При этом в соответствии с и. 1 ст. 835 ГК РФ право на привлечение денежных средств во вклады имеют банки, которым такое право предоставлено в соответствии с разрешением (лицензией), выданным в порядке, установленном в соответствии с законом.

Следовательно, подмена понятий в рекламе «вклад» и «сбережения» противоречит требованиям п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

1. Согласно ч. 7 ст.5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.
2. В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг, и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии с частью 2 статьи 28 указанного закона реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг, и финансовой деятельности не должна:

1. содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;
2. 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.

Согласно части 3 статьи 28 если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с частью 13 статьи 28 Закона реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе) , не допускается.

Согласно части 14 статьи 28 указанного закона если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

Согласно статье 7 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Федеральный закон "О рекламе") не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации, а также реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае

2

отсутствия таких разрешений.

По данному поводу имеется письмо с разъяснениями ФАС России от 21 марта 2016 г. N АК/17292/16. В частности, в данном письме указано, что, если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

Подобное обоснование приводится также и в письме ФАС России от 22.06.2020г. № ДФ/52241/20.

Особое внимание стоит уделять информации, размещенной мелким шрифтом, потому как у потребителей может создаться впечатление об ее отсутствии.

В некоторых рекламах может допускаться мелкий шрифт, который является существенной информацией в рекламе и если потребитель не может прочесть, что там написано, то это является отсутствием информации.

Судебная практикой подтверждает данную позицию.

В частности это подтверждается следующими документами: Определением Высшего Арбитражного Суда от 17.12.2013г. N ВАС-18235/13, Постановлением Федерального арбитражного суда Волго - Вятского округа от 07.02.2012г. по делу N А79-3324/2011, Постановлением Федерального арбитражного суда Московского округа от 31.03.2010г. № КА-А40/2613-10 по делу № А40-128950/09- 79-774, Постановлением Арбитражного суда Московского округа от 13.07.2017 N Ф05-8948/2017 по делуК А40-168701/16, Постановлением Арбитражного суда Московского округа от 04.02.2019г. N Ф05- 24209/2018 по делу N А40-94927/2018 и др.

Также в пункте третьем пункта 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе» указывается на то, что если информация в рекламе изображена так, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей.

При установлении факта нарушения законодательства о рекламе указанным лицам выдается предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, а также лица привлекаются к административной ответственности.

Стоит упомянуть, что в статье 38 Федерального закона о рекламе установлено в каких случаях будет нести ответственность за нарушение Федерального закона о рекламе рекламораспространитель и в каких рекламодатель.

Согласно части 6 рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8 статьи 5. статьями 6 - 9, частями 4 - 6 статьи 10. статьей 12, частью 3 статьи 19, частями 2 и 6 статьи 20. частями 1, 3, 5 статьи 21, статьями 24 и 25, частями 1 и 6 статьи 26, частями 1 и 5 статьи

3 ,

27, статьями 28 - 30.1 Федерального закона о рекламе.

Согласно части 7 статьи 38 рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 4. пунктом 6 части 5. частями 9, П), 10.1 и 10.2 статьи 5. статьями 7 - 9,\2, j4 - J\_8, частями 2 - 4 и 9 статьи 19, частями 2 - 6 статьи 20. частями 2 - 5 статьи 21, частями 7 - 9 статьи 24, статьей 25. частями 1 - 5 статьи 26. частями 2 и 5 статьи 27, частями 1,4, 7, 8, U и 13 статьи 28. частями 1. 3. 4, 6 и 8 статьи 29. частями 1 и 2 статьи 30.1 настоящего Федерального закона.

Санкция за нарушение Федерального закона о рекламе предусмотрены статьей 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со ст. 14.3 КоАП нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37. 14.38. 19.31 настоящего Кодекса, -

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Среди нарушений требований к рекламе финансовых услуг также встречаются такие виды рекламы, когда предлагаются финансовые услуги, но не указано наименование лица, оказывающего страховые услуги и финансовые услуги. В данном случае присутствуют признаки нарушения ч. 1 статьи 28 Федерального закона о рекламе, в соответствии с которой реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг, и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Так, в 2019 году Дагестанским УФАС России было вынесено решение о нарушении № 005/05/28- 2078/2019 ч. 1 статьи 28 Федерального Закона о рекламе по факту размещения рекламы страховых услуг без указания сведений о лице, осуществляющем данную деятельность следующего содержания: «АВТОСТРАХОВАНИЕ МЫ ВАМ УГОДИМ 8928\*\*\*\*\*\*\*», «АВТОСТРАХОВАНИЕ. Молебная. Ксерокс. Договор к\п 300р. ТБО», «АВТОСТРАХОВАНИЕ 8 (999) -\*\*-32 Дешевле нет». Таким образом данная реклама является примером нарушения ч. 1 ст. 28 Федерального закона о рекламе в виду отсутствия сведений о лице, оказывающем данные услуги.

Также, могут встречаться нарушения, связанные с использованием логотипов известных организаций, таких как Сбербанк и т. п. В данном случае присутствуют признаки недостоверной рекламы, что запрещено законом. Нарушения такого рода характерны для нелегальных организаций.

Реклама финансовых услуг, обещающая в будущем эффективность вложения и доходность если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора, то такая реклама запрещена п. 1 ч. 3 статьи 28 Федерального закона о рекламе.