**Памятка о порядке размещения рекламы финансовых услуг**

Одним из направлений работы Банка России является выявление и пресечение фактов использования недобросовестных практик на финансовых рынках.

Недобросовестные участники финансовых рынков в целях расширения клиентской базы и получения прибыли активно используют рекламу, которая в основном распространяется через бесплатные газеты, интернет-ресурсы, TV, информационные стенды в общественных местах (на остановках, в транспорте, домах и т.д.). Подобная реклама массово воздействует на основную часть населения, нацелена, прежде всего, на социально незащищенные слои населения (в т.ч. пенсионеров, инвалидов), молодежь и способна влиять на окончательный выбор потребителя.

Рекламодатели и рекламораспространители размещают рекламу, не задумываясь о правильности ее написания, оформления и размещения. Наиболее частыми нарушениями являются нарушения в сфере рекламы финансовых услуг и финансовой деятельности, потому что потребителями такой рекламы являются обычные граждане, которые в своем большинстве доверяют рекламе.

В соответствии с законодательством (ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе») ответственность за размещение недостоверной рекламы одновременно несут:

* - **рекламодатель** – лицо, осуществляющее предоставление рекламируемых услуг;
* - **рекламопроизводитель** - лицо, осуществляющее приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы в форму (дизайн-бюро, рекламные агентства);
* - **рекламораспространитель** - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом (прежде всего - это средства массовой информации).

За размещение ненадлежащей рекламы действующим законодательством предусмотрена **административная и гражданско-правовая ответственность**:

* штраф за размещение ненадлежащей рекламы для должностных лиц составляет от 4 тыс. до 20 тыс. руб., для юридических лиц - от 100 тыс. до 500 тыс. руб. (ст. 14.3 КОАП РФ), штраф за неисполнение предписания антимонопольного органа для должностных лиц – от 1 тыс. до 2 тыс. руб. или дисквалификацию на срок до трех лет, для юридических лиц – от 10 тыс. до 20 тыс. руб. (ст. 19.5 КОАП);
* в судебном порядке от рекламодателя могут потребовать размещения контррекламы (за счет рекламодателя) (ст. 38 КОАП).

Распространение ненадлежащей рекламы создает отрицательную деловую репутацию для СМИ - рекламораспространителей, подрывает имидж рекламной индустрии в целом, негативно отражается на материальном положении граждан, воспользовавшихся услугами недобросовестных фирм, наносит убытки добросовестным компаниям.

**Ненадлежащая реклама**

недобросовестная реклама (ч. 2 ст. 5 № 38-ФЗ)

недостоверная реклама (ч. 3 ст. 5 № 38-ФЗ)

**Недобросовестная** **реклама**:

* содержит некорректные сравнения представляемого финансового продукта с предложениями других финансовых организаций;
* порочит честь, достоинство или деловую репутацию конкурента;
* является актом недобросовестной конкуренции.

**Недостоверная** **реклама** - реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

* о преимуществах рекламируемого финансового продукта перед аналогичными предлагаемыми другими финансовыми компаниями;
* о любых характеристиках рекламируемого объекта;
* об официальном или общественном признании финансовой организации;
* о полной стоимости (или цене) предлагаемого продукта;
* о предоставлении дополнительных прав или преимуществ потребителю.

**Признаки ненадлежащей рекламы**

**(применительно к рекламе финансовых услуг)**

* в рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом объекте, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы;
* реклама содержащая гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (высокой доходности вложений);
* реклама финансовых услуг, в которых отсутствуют сведения об иных существенных условиях их оказания, влияющих на сумму доходов или расходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий;
* реклама услуг, связанная с предоставлением займов, содержащая неполные сведения о стоимости займа, а также отсутствие иных условий влияющих на такую стоимость;
* реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом № 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)";
* реклама услуг по предоставлению займа осуществляется лицами, которые не соответствуют специальным требованиям, а именно, организациями, не включенными в соответствующий реестр или не являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций.

**Как проверить рекламодателя финансовых услуг**

Во избежание рисков при размещении рекламы рекомендуется проверить рекламодателя на наличие информации о нем:

- в Едином государственном реестр юридических лиц на официальном сайте ФНС (www.nalog.ru);

- в государственных реестрах субъектов микрофинансирования на официальном сайте Банка России ([www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)) (/ Финансовые рынки / Надзор за участниками финансовых рынков / Микрофинансирование).

Также, для обоснованного принятия решения следует анализировать иные информационные ресурсы о деятельности организации (сайты организации, отзывы в сети Интернет и т.п.).

**Важно: Юридические лица, сведения о которых не содержатся в реестрах Банка России, либо исключены из указанных реестров – являются нелегальными субъектами и не вправе оказывать финансовые услуги, размещать в этой связи рекламу**.

**Надлежащая реклама финансовых услуг должна содержать:**

* полное название организации, ИНН, ОГРН, адрес местонахождения организации. Дополнительно – контактные номера телефонов.

Наименование микрофинансовой компании должно содержать словосочетание «микрофинансовая компания» и указание на ее организационно-правовую форму. Наименование микрокредитной компании должно содержать словосочетание «микрокредитная компания» и указание на ее организационно-правовую форму (например, ООО Микрокредитная компания «Деньги»)[[1]](#footnote-1). Наименование потребительского кооператива должно содержать словосочетание «кредитный потребительский кооператив» (например, КПК «Партнер»)[[2]](#footnote-2). Фирменное наименование ломбарда должно содержать слово «ломбард» и указание на его организационно-правовую форму (например, ООО «Ломбард Копилка»)[[3]](#footnote-3). Наименование потребительского кооператива должно содержать указание на основную цель его деятельности, а также слова "сельскохозяйственный потребительский кооператив" (например, Сельскохозяйственный кредитный потребительский кооператив "Фермер")[[4]](#footnote-4).

* сведения о членстве в СРО (для КПК), а также о том, что организация состоит в реестре Банка России (подтверждение прав на осуществление финансовой деятельности);
* сведения о **полной стоимости потребительского кредита (займа)** (если организация осуществляет выдачу займов) (в т.ч. должна быть указана процентная ставка за год), а также дополнительные расходы, связанные с предоставлением займа (например, сведения о комиссиях, о страховании рисков и др.)
* определенный предмет рекламы (например, выдача займов, привлечение денежных средств, денежное посредничество и др.).

**Надлежащая реклама финансовых услуг не должна содержать:**

* признаков ненадлежащей рекламы (обещание высокой доходности по вкладам; низкого процента в день, взимаемого по договорам займа, недостоверные сведения или сведения, заведомо вводящие потребителя в заблуждение о рекламируемом продукте – например, предоставление посреднических услуг, вместо займов и др.);
* слова «**вклад**» в рекламе привлечения денежных средств некредитными финансовыми организациями (МФО, КПК, СКПК). В соответствии с Федеральным законом № 395-1 «О банках и банковской деятельности» привлечение вкладов является исключительно прерогативой кредитных организаций (т.е. банков), имеющих лицензию Банка России.

**Примеры ненадлежащей рекламы (Приложение).**

1. Федеральный закон от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» (п. 16 ст. 5). [↑](#footnote-ref-1)
2. Федеральный закон от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации» (п. 6 ст. 7). [↑](#footnote-ref-2)
3. Федеральный закон от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (п. 2 ст. 2). [↑](#footnote-ref-3)
4. Федеральный закон от 08.12.1995 № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации» (п. 14 ст. 4). [↑](#footnote-ref-4)