**Нижегородское УФАС России**

**14 июня 2018 года**

Общественные слушания практик применения антимонопольного законодательства, законодательства о рекламе и законодательства о государственных закупках на территории региона

Доклад на тему:

**«Контроль рекламы на рынке финансовых услуг. Обзор обращений граждан на действия финансовых организаций»**

21.12.2017 Президентом Российской Федерации подписан Указ №618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции».

Согласно Указу в качестве приоритетного направления деятельности Президента Российской Федерации, Федерального Собрания Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Центрального банка Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти, законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, а также органов местного самоуправления определено активное содействие развитию конкуренции в Российской Федерации.

Основными целями совершенствования государственной политики по развитию конкуренции являются повышение экономической эффективности и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, стабильный рост и развитие экономики государства, но в первую очередь повышение удовлетворенности потребителей.

К числу основных отраслей экономики, где планируется достигнуть определенных результатов развития конкуренции, отнесены и финансовые рынки.

Повышение уровня удовлетворенности граждан финансовыми услугами согласно Указу Президента от 21.12.2017 №618 должно осуществляться за счет расширения ассортимента услуг, повышения их качества и снижения цен.

Поскольку достижение этого ключевого показателя является многоаспектной задачей, важным является оценка ожиданий и возможностей потребителей, анализ соотношения спроса и предложения, а также поведения участников рынка, направленного на привлечение клиентов.

Следует учитывать, что способы привлечения клиентов для оказания различных финансовых услуг будут отличаться друг от друга. Например, если услуги займов активно рекламируются в бесплатных рекламных газетах, на обезличенных листовках, расклеенных на столбах, то рекламу страховых компаний Вы там вряд ли встретите.

Страховщики скорее размещают рекламу на телевидении/радио, в интернете. Одними из основных способов рекламирования банковских услуг являются рекламные видеоролики, наружная реклама (рекламные конструкции, транспорт), а также баннерная интернет-реклама.

Вместе с тем, независимо от способа ее распространения, любая реклама финансовых услуг должна строго соответствовать требованиям ФЗ «О рекламе».

Очень важно учитывать тот факт, что ненадлежащая реклама (содержащая недостоверные сведения, умалчивающая о дополнительных платежах и рисках потребителей) не позволяет человеку правильно оценить свои возможности, осознать возможные риски, что в конечном итоге может привести к плачевным для него последствиям.

Можно ли в такой ситуации говорить об уровне удовлетворенности клиента полученными услугами? Обратиться ли он повторно за получением аналогичной услуги? Прогноз очевиден.

Отдельно необходимо сказать о рекламе, распространяемой участниками теневого сектора, осуществляющими незаконные финансовые операции.

В настоящее время контролирующие органы уделяют этому особое внимание.

На территории Нижегородской области и всего Приволжского федерального округа структурные подразделения Федеральной антимонопольной службы, Банка России, органов Прокуратуры, Росфинмониторнинга РФ проводят серьезную совместную работу по выявлению недобросовестных практик на финансовых рынках.

Одним из способов выявления субъектов финансового рынка, имеющих признаки нелегальной деятельности, является постоянный мониторинг распространяемых рекламных сообщений.

Из каких требований ФЗ «О рекламе» следует исходить при оценке рекламы финансовых услуг.

Реклама финансовой деятельности должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 ФЗ «О рекламе», устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

Общие требования ФЗ «О рекламе» говорят о том, что любая реклама, должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (статья 5 Закона).

Особенности распространения рекламы финансовых услуг определены в статье 28 ФЗ «О рекламе».

Правоприменительная практика Управления, выраженная в цифрах, выглядит следующим образом:

В 2016 году Управлением возбуждено 19 дел по фактам распространения рекламы финансовых услуг, в 2017 году – 21 дело, за неполный отчетный период 2018 года решения вынесены уже по 7 делам.

Приведенные цифры не свидетельствуют о снижении числа выявляемых нарушений рекламного законодательства.

Следует отметить, что основное число нарушений выявлено при распространении рекламы банковских услуг.

Как правило, на объектах наружной рекламы, в телевизионной рекламе крупным шрифтом указывает самое привлекательное для потребителей условие – размер процентной ставки. Иные условия указываются мелким, трудным для восприятия шрифтом. Если речь идет о видео-роликах, то текст, содержащий существенные условия, размещается не только мелким шрифтом, он дробится на блоки, которые нужно успеть прочитать за 3-4 секунды. Конечно, при таких обстоятельствах человек не имеет возможности ни прочитать, ни осознать прочитанное.

Отсутствие части существенной информации искажает смысл рекламного сообщения и вводит потребителя в заблуждение, что и является поводом для обращения с заявлением в Федеральную антимонопольную службу.

Подробная информация о том, на что жалуются граждане, какие нарушения требований ФЗ «О рекламе» выявляются и какие лица допускают нарушения требований статьи 28 Закона, а также примеры дел, рассмотренных Управлением, представлены на слайдах.