Доклад

Натальи Евгеньевны ШУМИЛОВОЙ,

заместитель начальника отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции Нижегородского УФАС России

**«Контроль рекламы на рынке финансовых услуг в 2019 году.**

**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 в большей степени 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 повсеместно выявляются факты распространения рекламы с использованием слова «ломбард», тогда как фактически в данных точках деятельность осуществляют комиссионные магазины. 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:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Возбуждено, всего | Возбуждено дел по фактам распространения рекламы финансовых услуг (ст.28) |
| 2016 год  | 145 | 19 |
| 2017 год | 97 | 21 |
| 2018 год | 85 | 21 |
| 6 месяцев 2019 года | 50 | 10 |

При оценке приведенных отчетных данных следует учитывать, что требования статьи 28 ФЗ «О рекламе» являются общими для всех видов финансовых услуг (банковские кредиты, вклады, в том числе привлечение денежных средств в качестве вкладов в КПК, займы, услуги страхования, услуги привлечения денежных средств для строительства жилья и т.д.).

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, будет представлена на слушаниях.