

Татьяна Никитина: увеличение штрафа за незаконную рекламу форекс-дилеров не самая эффективная мера

11 июля 2019, 10:45

Рекламораспространителям в первую очередь нужны понятные примеры законной рекламы лицензированных участников рынка. Заняться разработкой таких примеров ведомство предлагает Ассоциации форекс-дилеров

«Более эффективным представляется предложить самой саморегулируемой организации – Ассоциации форекс-дилеров – разработать позитивные примеры того, как должна выглядеть не нарушающая закон реклама форекс-дилеров. Это нужно, в первую очередь, для белых игроков рекламной отрасли, чтобы они видели, как должна выглядеть такая реклама. И понимали, что в обратном случае у них могут быть проблемы, в том числе с антимонопольными органами. Такая позитивная работа принесёт больший результат, чем увеличение штрафа».

Об этом начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина заявила в ходе круглого стола «Реклама финансовых услуг на примере рынка форекс: проблемы административной ответственности», который состоялся в Государственной Думе ФС РФ 9 июля 2019 года.

Она пояснила, что в своей практике ФАС России не часто, но все-таки сталкивается с нарушениями закона в рекламе услуг форекс-дилеров. В основном такая реклама размещается в сети Интернет. При этом, как подчеркнула спикер, нужно довольно четко понимать, что далеко не вся информация, размещаемая в Интернете, является рекламой.

Как отметила Татьяна Никитина, в делах, которые рассматриваются в отношении рекламы форекс-дилеров, представляется позиция Центрального банка России относительно объекта рекламирования. Это связано с тем, что большое значение в рассмотрении дела имеет то, как именно позиционируется товар в рекламе.

«Когда в рекламе указывается на образовательные курсы, книги и еще какие-либо разрешенные товары, связанные с деятельностью на рынке форекс, то не факт, что это реклама именно запрещенных финансовых услуг. Здесь нужно учитывать много факторов, в том числе оценить страницу, на которую ведет ссылка в рекламе», – отметила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России. В случае, если ведомство находит соответствующие доказательства, то факт нарушения устанавливается. Если доказательств нет, то у службы нет оснований такую рекламу пресекать.

«Относительно возможности увеличения штрафа за такую рекламу, стоит заметить, что такие изменения вряд ли повлияют на сам факт ее размещения. Уже есть аналогичный опыт по внесению изменений в КоАП, когда был увеличен штраф в отношении кредитных организаций, которые в рекламе кредитов указывали не все условия влияющие на стоимость кредита для заемщика. И надо сказать, что реклама принципиально не поменялась: как раньше банки не сообщали обо всех условиях оказания услуги, так и сейчас не указывают, – сказала Татьяна Никитина. – *Это, в первую очередь, не вопрос размера штрафа, а нормального, эффективного механизма для пресечения такой рекламы и повышения финансовой грамотности рекламодателей, рекламораспространителей и населения».*

