

Андрей Кашеваров провёл совещание с Банковским активом ОКЮР по проблемам регулирования рекламы банковских услуг

13 февраля 2015, 11:00

12 февраля 2015 года заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров, начальник правового управления Сергей Пузыревский, начальник управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Николай Карташов и начальник управления контроля финансовых рынков Ольга Сергеева провели совещание с Банковским активом ОКЮР по вопросу регулирования рекламы финансовых услуг. К совещанию юристы Росгосстрах Банка, ЮниКредит Банка, Сбербанка, Промсвязьбанка и других подготовили предложения по прояснению правил игры на рынке рекламы кредитов и иных банковских услуг.

Целью совещания стало обсуждение реальных проблем и законодательных пробелов в правовом регулировании рекламы банковских услуг, к которой предъявляются достаточно жесткие требования по сравнению с другими видами услуг. В том числе, в свете того, что ранее Банк России и ФАС России поддерживали обсуждаемый в настоящее время законопроект об ужесточении наказания за нарушения в сфере рекламы финансовых услуг (до 1 000 000 руб.).

Также были рассмотрены с точки зрения практики применения и судебной практики различные способы доведения до потребителя условий банковских услуг в рекламе, в том числе и подготовленные экспертами ОКЮР с учетом международной практики работы и развивающихся современных технологий.

Наряду с классическими для финансовых услуг способами доведения информации, обсуждались активно входящие в оборот QR-КОДы, которые считываются сейчас практически любым мобильным телефоном или планшетом.

Были предложены примеры использования формулировок, в которых потребитель будет заранее предупрежден о важности ознакомления со всеми условиями и документами, по аналогии с рекламой алкоголя и лекарственных средств. На совещании был поднят и вопрос о необходимости стандартизации размера шрифта на рекламных щитах, которым должны быть указаны все условия банковских услуг. Сейчас законодательного требования к размеру шрифта нет, что негативно сказывается как на потребителях при выборе услуги, так и на рекламодателе. Реклама, условия которой выполнены нечитаемым шрифтом, признается недостоверной рекламой.

Результатом встречи стала договорённость с ФАС России о рассмотрении подготовленных предложений ОКЮР о конкретизации требований к рекламе банковских услуг с учетом современных реалий и совместной работе по подготовке изменений в «Закон о рекламе».