

Руководителям
территориальных органов
ФАС России

АК/36833 от 28.09.2011

О рекламе «МММ»

ФАС России в связи с поступающими обращениями относительно размещения на различных рекламоносителях рекламы проекта Сергея Мавроди «МММ-2011, Мы Можем Многое» сообщает.

Согласно информации, размещаемой на сайте www.sergey-mavrodi.com в сети Интернет, посредством реализации проекта Сергея Мавроди «МММ-2011, Мы Можем Многое» предлагается осуществлять деятельность, связанную с привлечением денежных средств физических лиц.

Федеральный закон «О рекламе» не содержит понятия финансовой услуги. Вместе с тем данное понятие приведено в пункте 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Согласно данной норме под финансовой услугой понимается банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Таким образом, для целей Федерального закона «О защите конкуренции» финансовыми услугами являются конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств в случае, если такие услуги оказываются финансовой организацией. Перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» и является закрытым.

При этом основным содержательным признаком отнесения той или иной услуги к финансовой, указанным в пункте 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции», является существо осуществляемой деятельности – то есть привлечение или размещение денежных средств физических и юридических лиц либо одновременное привлечение и размещение таких денежных средств.

Приморское антимонопольное
управление
Входящий № 6771
03. 10. 2011

В статье 28 Федерального закона «О рекламе» содержатся требования, предъявляемые к рекламе деятельности, связанной с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья на основании договора участия в долевом строительстве, а также к рекламе таких организаций, как жилищные, жилищно-строительные кооперативы, жилищные накопительные кооперативы, то есть к рекламе услуг, оказываемых организациями, не являющимися финансовыми по смыслу Федерального закона «О защите конкуренции».

Изложенное позволяет сделать вывод, что понятие финансовой услуги для целей Федерального закона «О рекламе» включает не только услуги, прямо указанные в Федеральном законе «О защите конкуренции», но также и другие услуги, связанные с привлечением либо предоставлением денежных средств. При этом для целей Федерального закона «О рекламе» необходимо учитывать правовое регулирование финансовых услуг, установленное также иными нормативными актами.

Так, например, Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (статьи 76, 77) предусматривает возможность получения целевого займа для приобретения или сооружения жилого дома или квартиры не только от банка или иной кредитной организации, но и от другого юридического лица соответственно по договору кредита или целевого займа.

Из положений Гражданского кодекса Российской Федерации (статья 807, пункт 2 статьи 819) следует, что нормы о кредите являются специальными по отношению к займу, при этом субъектный состав договора займа не ограничен. Однако согласно правовой позиции, изложенной в пункте 4 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 10.08.1994 № С1-7/ОП-555, услуги по предоставлению займа не должны носить систематического характера.

Из анализа положений статьи 28 Федерального закона «О рекламе» (реклама финансовых услуг) с учётом приведённых норм следует, что по своей природе и правовой цели услуги по предоставлению займа лицами, не являющимися кредитными организациями, аналогичны финансовым услугам кредитных организаций.

Таким образом, реклама деятельности лица, не являющегося кредитной организацией, по привлечению и (или) размещению денежных средств юридических и физических лиц, может рассматриваться как реклама финансовых услуг.

Деятельность, указанная на сайте www.sergey-mavrodi.com в сети Интернет, связана с привлечением денежных средств физических лиц. Соответственно услуги, оказываемые в рамках осуществления подобной деятельности, подпадают под понятие финансовой услуги.

Таким образом, реклама указанной деятельности должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Федерального закона «О рекламе», устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

Так, согласно пункту 1 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама финансовых услуг не должна содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора.

Соответственно, в случае приведения в рекламе проекта Сергея Мавроди «МММ-2011, Мы Можем Много» ожидаемой доходности от данной деятельности, такая реклама будет противоречить положениям Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Соответственно, распространение рекламы проекта Сергея Мавроди «МММ-2011, Мы Можем Много» без указания лица, оказывающего рекламируемые услуги, будет противоречить положениям Федерального закона «О рекламе». Ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несёт как рекламодатель, так и рекламораспространитель рекламы.

А.Б. Кашеваров