

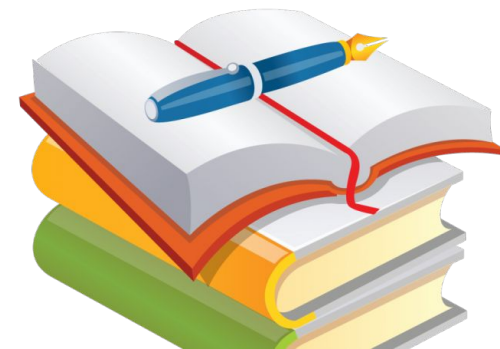
Нормативно-правовые требования к рекламе финансовых услуг и ценных бумаг

КОВАЛЕНКО РИТА

ГР. 102

План

1. Вступление
2. Реклама финансовых услуг
 - 2.1 Общие требования
 - 2.2 Специальные требования
3. Реклама ценных бумаг
4. Вывод



Общие требования

1. Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги;

2. Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна:

- - содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности, в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;
- умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Специальные требования к рекламе отдельных видов финансовых услуг

1. Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами, должна содержать:

- источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральным законом;
- сведения о месте или об адресе (номер телефона), где до заключения соответствующего договора заинтересованные лица могут ознакомиться с условиями управления активами, получить сведения о лице, осуществляющем управление активами, и иную информацию, которая должна быть предоставлена в соответствии с федеральным законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;



3. Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами не должна содержать:

- документально не подтвержденную информацию, если она непосредственно относится к управлению активами;
- информацию о результатах управления активами, в том числе об их изменении или о сравнении в прошлом и/или в текущий момент, не основанную на расчетах доходности, определяемых в соответствии с нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти в области финансовых рынков, а в случаях, установленных федеральным законом, – определяемых в соответствии с нормативными правовыми актами Центрального банка Российской Федерации;
- информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями;
- заявления о возможности достижения в будущем результатов управления активами, аналогичных



4. Не допускается реклама, связанная с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья, за исключением рекламы, связанной с привлечением денежных средств на основании договора участия в долевом строительстве, рекламы жилищных и жилищно-строительных кооперативов, рекламы, связанной с привлечением и использованием жилищными накопительными кооперативами денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений.

5. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и/или иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом.



- До выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и/или иного объекта недвижимости, опубликования в средствах массовой информации и/или размещения в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования проектной декларации, государственной регистрации права собственности или права аренды на земельный участок, предоставленный для строительства (создания) многоквартирного дома и/или иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства.
- В период приостановления в соответствии с федеральным законом деятельности застройщика, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и/или иного объекта недвижимости.

Реклама, связанная с привлечением денежных средств для строительства, не допускается:

6. Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, должна содержать:

- информацию о порядке покрытия членами жилищного накопительного кооператива понесенных им убытков;
- сведения о включении жилищного накопительного кооператива в реестр жилищных накопительных кооперативов;
- адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования (в том числе в Интернете), на котором осуществляется раскрытие информации жилищным накопительным кооперативом.

Размещение рекламы услуг конкретных страховщиков по обязательному страхованию в помещениях и на территориях, занимаемых органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, запрещается (статья 22).

«Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств»

от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ

Требования к рекламе ценных бумаг (статья 29)

Не допускается:

- реклама ценных бумаг, предложение которых неограниченному кругу лиц не предусмотрено федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;
- реклама имущественных прав, не удостоверенных ценными бумагами, под видом рекламы ценных бумаг.
- Не допускается реклама биржевых облигаций до даты допуска их фондовой биржей к торгам в процессе размещения биржевых облигаций.

Реклама ценных бумаг должна содержать сведения о лицах, обязавшихся по рекламируемым ценным бумагам.

Реклама ценных бумаг не должна содержать:

- обещание выплаты дивидендов по акциям, а также дохода по иным ценным бумагам, за исключением дохода, обязанность выплаты которого предусмотрена решением о выпуске или дополнительном выпуске эмиссионных ценных бумаг
- прогнозы роста курсовой стоимости ценных бумаг.

Реклама эмиссионных ценных бумаг должна содержать следующие данные:

- наименование эмитента;
- источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации о ценных бумагах.

Список использованных источников

1. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие. – М.: Университетская книга, 2007.