

ООО «АЛОР+»

115162, г. Москва,  
ул. Шаболовка, д. 31, корп. Б

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «21» января 2016 года.  
В полном объеме решение изготовлено «29» февраля 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе: председателя Комиссии – И.С. Гудковой, членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой, В.О. Донаевой, рассмотрев дело № 3-28-239/77-15 по признакам нарушения ООО «АЛОР+» пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), в присутствии представителей ООО «АЛОР+» в лице С.В. Николюка (доверенность № 04/02/Д от 20.01.2016), Н.А. Подкорытовой (доверенность № 03/01/Д от 20.01.2016),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-28-239/77-15 возбуждено на основании заявления физического лица (вх. № 36669 от 12.10.2015) по факту распространения в выпуске журнала «Трансаэро» № 9 за сентябрь 2015 года рекламы брокерских услуг, содержащей информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями, в частности, следующих сведений: «...формирование готовых инвестиционных пакетов, которые приносят доходы и максимально защищены от рисков...», «...доходность приближена к доходности фондового рынка, а надежность сравнима с надежностью по депозиту...», «...стремитесь к минимизации рисков или их полному отсутствию»,

«...готовые решения, позволяющие расширить инвестиционные возможности, защитив при этом вложенный капитал...», «...с полной защитой капитала и рассчитанные на повышенный доход» и т. д.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «АЛОР+» (адрес: 115162, г. Москва, ул. Шаболовка, д. 31, корп. Б) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 30.07.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700075941.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама содержит информацию, индивидуализирующую хозяйствующий субъект: коммерческое обозначение («Алор Брокер»), телефонный номер, адрес сайта в сети «Интернет» ([www.alorbroker.ru](http://www.alorbroker.ru)), а также информацию об оказываемых услугах, в том числе следующего содержания: «...формирование готовых инвестиционных пакетов, которые приносят доходы и максимально защищены от рисков...», «...доходность приближена к доходности фондового рынка, а надежность сравнима с надежностью по депозиту...», «...стремитесь к минимизации рисков или их полному отсутствию», «...готовые решения, позволяющие расширить инвестиционные возможности, защитив при этом вложенный капитал...», «...с полной защитой капитала и рассчитанные на повышенный доход» и т. д. Исходя из содержания, целью указанной информации является привлечение внимания потребителей к брокерским услугам, оказываемым ООО «АЛОР+».

Информация размещалась в выпуске журнала «Трансаэро» № 9 за сентябрь 2015 года.

Журнал «Трансаэро» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство № 012903), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации. Таким образом, установлено, что журнал «Трансаэро» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не

могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования (ООО «АЛОР+» и оказываемые им брокерские услуги), распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод Комиссии Московского УФАС России в полной мере подтверждается положениями Договора на размещение рекламно-информационных материалов в журналах «Трансаэро», «Трансаэро Империял» № СМС/2015-106 от 27.06.2015, заключенного между ООО «АЛОР+» и ООО «СкайМедиаСэйлс», на основании которого спорная информация была распространена, а именно, в соответствии с предметом данного договора, ООО «СкайМедиаСэйлс» принимает на себя обязательства по оказанию услуг по размещению модульных рекламно-информационных материалов ООО «АЛОР+» в журналах «Трансаэро», «Трансаэро Империял».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности 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.

Закон о рекламе не содержит понятия финансовой услуги, между тем указанное понятие содержится в Федеральном законе от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции). В соответствии с пунктом 2 Закона о защите конкуренции, 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.

Согласно части 1 статьи 3 Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (далее — Закон о рынке ценных бумаг), брокерской деятельностью признается деятельность по исполнению поручения клиента (в том числе эмитента эмиссионных ценных бумаг при их размещении) на совершение гражданско-правовых сделок с ценными бумагами и (или) на заключение договоров, являющихся производными финансовыми инструментами, осуществляемая на основании возмездных договоров с клиентом.

Таким образом, на рекламу брокерской деятельности в полной мере распространяются положения части 2 статьи 28 Закона о рекламе, в силу того, что услуги брокера (профессионального участника рынка ценных бумаг, осуществляющего брокерскую деятельность) является одним из видов финансовых

услуг.

В спорной рекламе, в том числе, содержатся следующие сведения: «Вы ищите дополнительные инструменты для инвестирования, в которых доходность приближена к доходности фондового рынка...», «Для получения стабильного дохода, есть прекрасная альтернатива банковским депозитам — готовые пакеты облигаций. Покупка облигаций приносит предсказуемый доход, который как правило, выше, чем процент по вкладу...».

Согласно информации, содержащейся в рекламе и представленным в адрес Московского УФАС России документам и сведениям, при заключении рекламируемого инвестиционного договора, клиент может выбрать готовый структурный продукт с «минимизацией рисков или полным их отсутствием». При выборе такого вида готового структурного продукта сохраняется гарантия возврата клиенту вложенных средств даже при неудачном инвестировании, то есть исключаются потери и сохраняется вероятность получения прибыли. Однако даже в таком случае не возможно говорить о каком-либо точном расчете доходности заключаемого договора поскольку сохраняется возможность полного отсутствия получения прибыли.

Таким образом, по мнению отдела, в рекламе присутствует информация направленная на формирование у потребителя устойчивого убеждения в доходности предлагаемых вложений. Однако, как следует из представленных материалов, при любом стечении обстоятельств не представляется возможным на момент заключения инвестиционного договора с точностью определить его доходность. Следовательно, приведенные в рекламе утверждения нарушают положения статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Однако изложенные в рекламе сведения подтверждаются документами и сведениями, представленными ООО «АЛОР+» в материалы дела. Таким образом, при распространении рекламы брокерских услуг, наличие признаков нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе не установлено.

ООО «АЛОР+» с выводами Комиссии Московского УФАС России о наличии в действиях Общества признаков нарушения статьи 28 Закона о рекламе не согласилось, пояснив следующее.

ООО «АЛОР+» отметило, что в действиях Общества не содержатся признаки нарушения пунктов 3, 4 части 5 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами, содержащей информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями и информацию о возможных выгодах, связанных с методами управления активами и (или) осуществлением иной деятельности. Действие части 5 статьи 28 Закона о рекламе распространяется на рекламу услуг, связанных именно с осуществлением управления, включая

доверительное управление активами. В спорной же рекламе рекламируются брокерские услуги. Исходя из определения брокерской деятельности, содержащегося в Законе о рынке ценных бумаг, такая деятельность не предполагает управление активами. Брокер не принимает решений за клиента, не осуществляет каких-либо действий, предметом которых являются активы клиента (включая совершение сделок и заключение договоров, являющихся производными финансовыми инструментами) без соответствующих поручений клиента. Брокер осуществляет какие-либо действия с активами Клиента только на основании поручений такого Клиента, то есть брокерская деятельность — это деятельность по исполнению поручений клиента, путем заключения брокером в интересах и за счет клиента сделок и соответствующих договоров. Управление активами в рассматриваемом случае осуществляет сам клиент.

Данные доводы ООО «АЛОР+» Комиссией Московского УФАС России не оспариваются, однако отмечено, что к данному делу не относятся, так как предметом рассмотрения являются признаки нарушения ООО «АЛОР+» пункта 1 части 2 статьи 28, пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «АЛОР+» обращает внимание на тот факт, что в действиях общества не содержатся признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе в связи с тем, что в спорной рекламе отсутствуют гарантии или обещания получения дохода в каком-то определенном размере, говорится лишь о возможности получения дохода без конкретизации, в каком виде и в каком размере.

Комиссия Московского УФАС России не может принять данный довод в связи с тем, что само упоминание в рекламе, направленной на привлечение внимания потенциальных клиентов и пользователей брокерскими услугами ООО «АЛОР+» может создать у потребителей рекламы впечатление о том, что доход обязательно будет получен. Кроме того, использование таких слов как «доход», «доходность» без возможности на этапе заключения договора определить конкретную итоговую сумму, по мнению Комиссии Московского УФАС России, противоречит пункту 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, так как может ввести в заблуждение потребителей рекламы и повлечь за собой нарушение их прав.

По мнению ООО «АЛОР+», фраза: «... формирование готовых инвестиционных пакетов, которые приносят доход и максимально защищены от рисков...», - находится в разделе «Точка опоры» и направлена на привлечение внимания клиентов (потенциальных клиентов) к предлагаемым брокером готовым инвестиционным пакетам — так называемым «Пакетным продуктам «Облигаций», в рамках которых клиент подает Обществу, как брокеру, сводное поручение на приобретение облигаций федерального займа.

В рамках «Пакетных продуктов «Облигаций» клиент может подать брокеру поручение только на приобретение облигаций федерального займа с постоянным купонным доходом, выпущенным в соответствии с Условиями эмиссии и обращения облигаций федерального займа с постоянным купонным доходом, утвержденным Приказом Минфина Российской Федерации от 16.08.2001 № 65н.

В связи с тем, что указанные ценные бумаги являются государственными ценными бумагами, эмитентом которых является Министерство финансов Российской Федерации, а выплата купонного дохода, погашение и выкуп облигаций осуществляется Банком России по поручению эмитента за счет средств федерального бюджета, сомневаться в надежности вложений в указанные ценные

бумаги не приходится.

Таким образом, как указывает ООО «АЛОП+», указанные инструменты финансового рынка максимально защищены от рисков по сравнению с иными финансовыми инструментами, в виду того, что исполнение обязательств по таким облигациям гарантируется Российской Федерацией, а уплата денежных средств инвесторам осуществляется за счет средств федерального бюджета.

Размер дохода по таким облигациям — купонного дохода по всем купонам отдельного выпуска облигаций, определяется исходя из процентной ставки купонного дохода, установленной решением об эмиссии отдельного выпуска облигаций, таким образом, размер дохода известен клиенту на дату приобретения облигаций и гарантируется государством.

Комиссия Московского УФАС Россия считает данные доводы ООО «АЛОП+» не состоятельными в связи со следующим.

Спорная фраза, а именно «... формирование готовых инвестиционных пакетов, которые приносят доход и максимально защищены от рисков...», как верно указывает Общество, находится в разделе рекламы «Точка опоры». Однако, по мнению Комиссии данный раздел направлен не на один объект рекламирования - готовые инвестиционные пакеты — так называемые «Пакетные продукты «Облигаций», а в общем на услуги, оказываемые ООО «АЛОП+», показывает их привлекательность и необходимость при осуществлении деятельности по инвестированию, что прямо следует из полного текста данного раздела рекламы:

«Выбор выгодной области вложения — это точка опоры, благодаря которой бизнесмен может перевернуть мир. Профессиональный помощник, способный сориентировать в быстро меняющемся рынке инвестиций, - серьезное подспорье начинающему инвестору. При работе с «АЛОП БРОКЕР» клиент принимает решения самостоятельно, а простая технологичная реализация его пожеланий ложиться на плечи экспертов. Пример этого — формирование готовых инвестиционных пакетов, которые приносят доход и максимально защищены от рисков».

Из данной части текста рекламы не следует, что готовые инвестиционные пакеты представляют собой возможность клиента дать брокеру поручение только на приобретения облигаций федерального займа с постоянным купонным доходом. Кроме того, спорная фраза лишь иллюстрирует вышеописанные положительные качества оказываемых брокерами ООО «АЛОП+» услуг, представляет такой вариант вложений в качестве примера и, по мнению Комиссии напрямую гарантируют доход лицам, решившим воспользоваться услугами данного Общества.

Между тем, Комиссия считает необходимым отметить, что такие слова как «доход», «доходность» используются в спорной рекламе не только в рассматриваемом разделе, но и в других ее частях. Тем самым теряет актуальность возражения ООО «АЛОП+» со ссылкой на привлечение внимания к конкретному объекту рекламирования, упоминаемому в данном разделе рекламы, а именно в разделе «Точка опоры».

Реклама содержит, в том числе, следующие фразы:

«...доходность приближена к доходности фондового рынка, а надежность сравнима в надежность по депозиту?»;

«...стремитесь к минимизации рисков или полному их отсутствию...»;

«...готовые решения, позволяющие расширить инвестиционные возможности,

защитив при этом вложенный капитал...»;

«...с полной защитой капитала и рассчитанные на повышенный доход».

Как указывает ООО «АЛОР+» данные фразы размещены в разделе рекламы «Структурные продукты» и направлены на привлечение внимания именно к данной услуге брокера.

Под структурными продуктами понимается комплексная инвестиционная стратегия, в основе которой лежит внебиржевой форвардный контракт и/или сделка займа ценных бумаг и/или иная сделка, заключаемая брокером по поручению и за счет клиента.

Под внебиржевым форвардным контрактом (далее — ВФК) понимается расчетный, расчетно-поставочный форвардный договор (контракт), заключаемый на внебиржевом рынке, базовым активом которого является ценная бумага, договор, являющийся производным финансовым инструментом, фондовый индекс, иностранная валюта, биржевой товар, другие значения или показатели, от изменения цен на которые (значений/показаний которых) осуществляется исполнение обязательств по ВФК, перечень которых содержится в утвержденном брокером перечне базовых активов ВФК.

Таким образом, по сути, структурный продукт представляет собой сделку или совокупность сделок, заключаемых брокером по поручению и за счет клиента.

«Покупка» структурного продукта представляет собой подачу брокеру поручения на заключение внебиржевой сделки, во исполнение которого брокер заключает с контрагентом на внебиржевом рынке ценных бумаг соответствующие сделки.

Как указывает ООО «АЛОР+», на дату размещения рекламы, Общество предлагало своим клиентам следующие структурные продукты, речь о которых идет в рекламе:

- 1) Структурный продукт «Депозит из акций»;
- 2) Структурный продукт «С премией»;
- 3) Структурный продукт «С участием»;
- 4) Структурный продукт «Диапазон».

В рамках каждого структурного продукта, указанного выше, сделками, заключаемыми по поручению клиента, выступают внебиржевые форвардные контракты, стандартные условия которых содержатся в соответствующей Спецификации. Все Спецификации ВФК размещены в личных кабинетах каждого клиента и содержат подробное описание сути заключаемого ВФК.

По условиям ВФК «С участием» подписчик (клиент брокера) обязуется уплатить держателю начальную цену ВФК, установленную в ВФК, а держатель по истечении срока ВФК обязуется уплатить подписчику денежные средства, размер которых будет зависеть от значения закрытия базового актива на дату исполнения ВФК.

Таким образом, доход, полученный в рамках структурного продукта «С участием» зависит от тех же условий, что и доход при инвестировании на фондовом рынке, например, от изменения цены ценной бумаги), поэтому можно сказать, что доход, полученный в рамках структурного продукта, сопоставим с доходом, который бы клиент получил на фондовом рынке.

По мнению ООО «АЛОР+», никаких гарантий доходности в данной фразе не содержится.

Однако, по мнению Комиссии Московского УФАС России, данный довод не может быть принят во внимание в связи со следующим.

Исходя из письменных пояснений ООО «АЛОР+», размер, полученных клиентом денежных средств, рассчитывается аналогичным с фондовым рынком образом. Между тем в рекламе использовано именно слово «доходность», а не иное слово, которое могло бы обозначать результат вложений клиента, в то время как очевидно, что получение прибыли может являться не единственным возможным результатом сделанных вложений. Не может исключаться убыточность инвестирования, хотя из формулировок, использованных в рекламе следует именно такой вывод, а следовательно и формирование общего положительного впечатления у потребителей такой рекламы.

Таким образом, очевидно делается акцент именно на прибыльности деятельности по приобретению структурных продуктов, предлагаемых ООО «АЛОР+».

ООО «АЛОР+» указывает на то, что фраза «...с полной защитой капитала и рассчитанные на повышенный доход» относится к предложению «В «АЛОР БРОКЕР» в рамках готовых инвестиций разработаны два основных типа структурных продуктов: с полной защитой капитала и рассчитанные на повышенный доход».

Таким образом, по мнению Общества, указанная фраза не обещает доход, не гарантирует доход, а лишь условно подразделяет предлагаемые брокером структурные продукты на два типа.

Так, в рекламе содержится информация о следующих типах структурных продуктов:

- 1) Рассчитанные на повышенный доход (Структурные продукты «Депозит из акций» и «С премией»)
- 2) С полной защитой капитала (Структурные продукты «С участием» и «Диапазон»).

В рамках структурных продуктов, рассчитанных на повышенный доход при любом развитии событий, в том числе, в случае, если прогноз инвестора (клиента) не оправдался, клиент получает премию в размере определяемом соответствующей Спецификацией, а также получает или денежные средства (первоначально инвестированная сумма) или ценные бумаги (в зависимости от условий соответствующей Спецификации).

Размер такого дохода известен в дату заключения соответствующего ВФК.

Таким образом, в виду того, что эффективность деятельности клиента брокера определяется на дату заключения соответствующего ВФК, заключаемого в рамках указанных выше структурных продуктов, то рассматриваемое условное название типа (категории) структурного продукта, предлагаемого брокером, соответствует действительности и не нарушает пункт 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Реклама структурных продуктов с полной защитой капитала не содержит в себе обещаний доходности в будущем, таким образом, признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, по мнению ООО «АЛОР+», в указанной фразе также отсутствуют.

Условное наименование типа структурного продукта «с полной защитой капитала» обусловлено тем, что в рамках указанных структурных продуктов первоначальная сумма инвестиций клиента возвращается клиенту в любом случае



вне зависимости от результата инвестиционной деятельности.

Комиссия Московского УФАС России считает вышеизложенные доводы Общества не обоснованными в связи со следующим.

Исходя из письменных и устных пояснений ООО «АЛОР+», а также представленных в материалах дела документов и сведений, при выборе клиентом для вложений структурного продукта, рассчитанного на повышенный доход, а именно «С участием», подписчик (клиент брокера) обязуется уплатить держателю начальную цену ВФК, установленную в ВФК, а держатель по истечении срока ВФК обязуется уплатить подписчику денежные средства, размер которых будет зависеть от значения закрытия базового актива на дату исполнения ВФК.

При этом, стоит отметить, что согласно Спецификации внебиржевого форвардного контракта, заключаемого в рамках Структурного продукта «С участием», утвержденной Приказом Генерального директора ООО «АЛОР+» №150618/44 от 18.06.2015 (далее - Спецификация), под подписчиком понимается клиент по соглашению о порядке обслуживания при совершении торговых операций в рамках структурных продуктов, неотъемлемой частью которого является указанная Спецификация; под держателем понимается лицо, принявшее на себя обязательства по истечении срока ВФК уплатить денежные суммы в зависимости от изменения цены (цен) и (или) значения (значений) базового актива или исполнить иные обязательства, предусмотренные ВФК в соответствии с его Спецификацией; под начальной ценой ВФК понимается сумма денежных средств, указываемая клиентом в заявке на внебиржевой форвардный контракт в рамках структурного продукта.

Согласно Спецификации, возможно два варианта результатов вложения: направление ВФК — рост и направление ВФК — снижение. При росте ВФК, в случае, если значение закрытия базового актива будет больше порогового значения базового актива, то держатель выплачивает подписчику окончательную расчетную цену ВФК, рассчитанную в соответствии с порядком, установленным пунктом 2.1 Спецификации; в случае, если значение закрытия базового актива будет меньше или равно пороговому значению базового актива, то держатель обязуется выплатить подписчику окончательную расчетную цену ВФК, рассчитанную в соответствии с порядком, установленными пунктом 2.2 Спецификации. При снижении ВФК, в случае, если значение закрытия базового актива будет меньше или равно пороговому значению базового актива, то держатель выплачивает подписчику окончательную расчетную цену ВФК, рассчитанную в соответствии с порядком, установленным пунктом 2.3 Спецификации; в случае, если значение закрытия базового актива будет больше порогового значения базового актива, то держатель обязуется выплатить подписчику окончательную расчетную цену ВФК, рассчитанную в соответствии с порядком, установленным пунктом 2.4 Спецификации.

Согласно Спецификации, пунктами 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 установлены формулы по которым вычисляется окончательная расчетная цена. При этом под окончательной расчетной ценой ВФК, согласно Спецификации, понимается определяемая на дату исполнения ВФК сумма денежных средств, выплачиваемая держателем подписчику в соответствии с условиями ВФК.

Исходя из анализа всех, имеющихся в Спецификации формул, окончательная расчетная цена зависит, в том числе, от такого показателя как изменения начальной цены ВФК в течение срока ВФК, которое также определяется по соответствующей

формуле. При вычислении изменения начальной цены ВФК необходимо, в том числе, значение закрытия базового актива, под которым, Согласно спецификации, понимается значение базового актива на дату исполнения ВФК.

При этом, следует отметить, что базовым активом, в соответствии со Спецификацией, являются ценные бумаги, договоры, являющиеся производными финансовыми инструментами, фондовые индексы, иностранная валюта, другие значения или показатели, от изменения цен на которые (значений/показателей которых) зависят обязательства сторон по ВФК; под датой исполнения ВФК (контракта) понимается дата, в которую производится расчет окончательной расчетной цены ВФК и/или определяются обязательства по поставке базового актива.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что итоговые выплаты клиенту брокера зависят от переменной, значение которой определяется на момент исполнения ВФК, то есть не может быть определена в момент заключения такого контракта. Кроме того, сам факт наличия в формуле переменной, определяющей такой показатель как изменение цены свидетельствует о том, что итоговый доход зависит от обстоятельства, точно определить которое возможно лишь в момент окончательного расчета итоговой выплаты клиенту, но никак не в момент заключения контракта. Следовательно, утверждения и выводы ООО «АЛОР+» о том, что окончательный размер дохода по структурным продуктам известен на дату заключения соответствующего ВФК не соответствуют документам и сведениям, представленным в материалы дела.

Кроме того, как отмечалось ранее, Комиссия Московского УФАС России не считает целесообразным разделять рассматриваемую рекламу на различные объекты рекламирования в соответствии с разделами данной рекламы, так как единый макет воспринимается потребителем рекламы комплексно и создает единое впечатление о привлекательности брокерских услуг, оказываемых ООО «АЛОР+».

Таким образом, рассматривая в совокупности полный текст спорной рекламы, представленные в материалы дела документы и сведения, учитывая устные и письменные пояснения ООО «АЛОР+», Комиссия Московского УФАС России усматривает в спорной рекламе гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, в то время, когда такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора, что не допускается согласно пункту 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама брокерских услуг, оказываемых ООО «АЛОР+», содержащая признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как было указано ранее, рассматриваемая реклама распространялась на основании

Договора на размещение рекламно-информационных материалов в журналах «Трансаэро», «Трансаэро Империял» № СМС/2015-106 от 27.06.2015, заключенного между ООО «АЛОР+» и ООО «СкайМедиаСэйлс».

Согласно пункту 2.2.1 данного договора, ООО «АЛОР+» предоставляет ООО «СкайМедиаСэйлс» оригинал-макеты рекламно-информационных материалов для размещения, в том числе, в журнале «Трансаэро».

Согласно пункту 2.1.1 ООО «СкайМедиаСэйлс» размещает рекламно-информационные материалы, в том числе, в журнале «Трансаэро» в соответствии с оригинал-макетами.

На основании изложенного, учитывая, что реклама распространялась в интересах ООО «АЛОР+», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом, определившим содержание рекламы, распространяемой на основании Договора на размещение рекламно-информационных материалов в журналах «Трансаэро», «Трансаэро Империял» № СМС/2015-106 от 27.06.2015, а равно ее рекламодателем, является ООО «АЛОР+». Обществом данный факт не оспаривается.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Таким образом, с учетом приведенных выше обстоятельств, при распространении рекламы брокерских услуг ООО «АЛОР+» установлен факт нарушения ООО «АЛОР+» пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России

приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «АЛОР+» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости в выдаче ООО «АЛОР+» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу брокерских услуг ООО «АЛОР+», распространенную в выпуске журнала «Трансаэро» № 9 за сентябрь 2015 года ненадлежащей в связи с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Производство по делу в части признаков нарушения иных норм Закона о рекламе в отношении ООО «АЛОР+» прекратить в связи с неподтверждением наличия факта нарушения.

3. Выдать ООО «АЛОР+» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 19.8 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова

В.О. Донаева