



ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЙ ПРАКТИКУМ: СРО И "ВЕЛИЧАЙШЕЕ ИСКУССТВО XX ВЕКА"

В минувшем ноябре в Государственную думу был внесен законопроект «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» в части рекламы деятельности саморегулируемых организаций (СРО)». Недавно он успешно прошел свое первое чтение.

ЗАПРЕТ НА РЕКЛАМУ РАССРОЧКИ

Инициатива, которая направлена на саморегулируемые организации строительного комплекса, пришла от профессионального сообщества, а именно от председателя Совета СРО НП «Балтийское объединение проектировщиков», члена Совета Национального объединения проектировщиков и изыскателей Антона Мороза. По мнению инициатора, обратить внимание на рекламные объявления, которые дает в прессе и интернете СРО, необходимо, так как недобросовестная реклама

вводит в заблуждение представителей компаний и подрывает доверие общества к институту саморегулирования.

Национальное объединение проектировщиков (НОП, до слияния с Нацобъединением изыскателей) в течение нескольких лет неоднократно обращало внимание Федеральной антимонопольной службы России на размещенную в Интернете рекламу компаний, оказывающих посреднические услуги по вступлению в СРО, а также на действия «Яндекса» по размещению

рекламы таких организаций. Однако ФАС России раз за разом отказывался признавать это нарушением. В одном из писем, в частности, говорилось, что «официальный сайт компании со сведениями о ее деятельности, контактной информацией, предлагаемых услугах, условиях оказания и стоимости услуг не подпадает под понятие рекламы и рекламой не является, поскольку назначением представленных на сайте сведений является информирование потребителей в целях обес-



печения их выбора, и на такую информацию не распространяются положения Федерального закона "О рекламе".

При этом ФАС России обратил внимание НОП, что дейст-

вующее законодательство не запрещает посредническим организациям уплачивать взносы за лиц, претендующих на вступление в СРО, а также предоставлять займы и ссуды.

Законодательство Российской Федерации о рекламе не содержит специальных требований к рекламе посреднических услуг по вступлению в СРО.

В настоящее время ФЗ «О рекламе» не содержит норм, которые могли бы регулировать распространение рекламы деятельности СРО, основанных на обязательном членстве субъектов предпринимательской или профессиональной деятельности.

Поправить это призван проектируемый закон, которым предлагается установить специальные требования к рекламе деятельности саморегулируемых организаций. В том числе, закон должен изменить ситуацию с большим количеством компаний, предлагающих упрощенный порядок вступления в СРО строительного комплекса, возможность оформления свидетельств о допуске с рассрочкой уплаты членских, вступительных взносов или взносов в компенсационный фонд; возможность вступления в СРО в короткие сроки, в течение которых объективно невозможно проверить лицо, принимаемое в члены СРО; другие условия.

«Реклама, распространяемая «недобросовестными компаниями», не соответствует признакам достоверности и заведомо вводит потенциальных потребителей услуг этой компании в заблуждение, а также создает условия для получения доступа, в частности, на строительный рынок для ор-

ганизаций, не соответствующих установленным требованиям. Привлечение же к ответственности лиц, предлагающих «упрощенный» порядок приобретения членства в СРО, не представляется возможным, так как сами такие лица саморегулируемыми организациями не являются», — отмечается в пояснении к проекту нормативного акта.

В целях устранения недобросовестных действий законопроектом предлагается в рекламу деятельности СРО включать следующую информацию:

- 1) наименование саморегулируемой организации;
- 2) сведения о включении СРО в государственный реестр, в том числе дата включения, регистрационный номер записи;
- 3) адрес сайта в Интернете (доменное имя, права на которое принадлежат этой саморегулируемой организации).

Помимо прочего, предлагается рекламу деятельности саморегулируемых организаций разрешить только самим СРО. Эти

нехитрые меры должны привести к следующим результатам:

- недопущение распространения недобросовестной рекламы деятельности саморегулируемых организаций;
- помощь в выявлении и последующем принятии соответствующих мер государственного регулирования в отношении СРО, недобросовестно выполняющих требования законодательства в вопросах выдачи свидетельств о допуске, что, в свою очередь, должно повлиять на существенное снижение объема выдаваемых саморегулируемыми организациями свидетельств о допуске к работам без качественного проведения проверки претендента на предмет его соответствия условиям получения свидетельства о допуске;
- повышение уровня информированности и доверия общества к системе саморегулирования предпринимательской и профессиональной деятельности.



РЕКЛАМА СРО НА ПРАКТИКЕ — ТОЛЬКО ДЛЯ ЧЛЕНОВ СРО

Федеральная антимонопольная служба не так часто сталкивается с нарушениями законодательства о рекламе, которые допускают СРО. Тем не менее, они случаются.

Например, совсем недавно ФАС запретил кредитному кооперативу рекламироваться без членства в СРО. Решение о неправомерности размещения рекламного объявления кредитного потребительского кооператива в газете вынесла Комиссия Самарского УФАС России. Нарушителем закона о рекламе признан Кредитный потребительский кооператив граждан (КПКГ) «Народная сберегательная касса».

В соответствии с ФЗ «О кредитной кооперации» кредитный кооператив обязан вступить в саморегулируемую организацию (СРО). Самарским УФАС России были направлены в саморегулируемые организации официальные запросы с просьбой уточнить, являлся ли КПКГ на дату выпуска газеты с рекламным объявлением их членом. После того как были получены отрицательные ответы стало ясно, указанный кооператив действи-

тельно не имел право размещать подобную рекламу.

«Таким образом, решением Комиссии Самарского УФАС России указанная реклама признана нарушившей пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7 ФЗ «О рекламе», как содержащая недостоверную информацию. В отношении нарушителя будет возбуждено административное производство», — сообщила пресс-служба регионального УФАС.



Изменения в ФЗ «О рекламе», которые внесли изменения в деятельность кредитных кооперативов, вступили в силу с 1 октября 2015 года. Ими, в частности, было введено правило, что оказание финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только КПК, являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций. Проверить, внесены ли сведения об этом кооперативе в реестр, можно на сайте Банка России. Список обновляется ежемесячно. Информацию о членстве можно подтвердить и на сайте саморегулируемой организации, но после проверки есть ли данные о ней в госреестре. По закону, привлекать средства пайщиков и принимать новых членов имеют право только КПК, которые являются членами СРО. Вступить в одну из саморегулируемых организаций кооператив должен в течение трех месяцев со дня создания. Если он по какой-то причине прекращает свое членство в такой организации, то также в течение трех месяцев с этого момента должен вступить в новую СРО. При этом, в течение этих месяцев привлекать денежные средства, а также принимать кредитные кооперативы права не имеют.

ратив должен в течение трех месяцев со дня создания. Если он по какой-то причине прекращает свое членство в такой организации, то также в течение трех месяцев с этого момента должен вступить в новую СРО. При этом, в течение этих месяцев привлекать денежные средства, а также принимать кредитные кооперативы права не имеют.

ратив должен в течение трех месяцев со дня создания. Если он по какой-то причине прекращает свое членство в такой организации, то также в течение трех месяцев с этого момента должен вступить в новую СРО. При этом, в течение этих месяцев привлекать денежные средства, а также принимать кредитные кооперативы права не имеют.

СПОРНОЕ УТВЕРЖДЕНИЕ СРО РИЭЛТОРОВ

Рассмотрение другого дела завершилось незадолго до нового года. Антимонопольщикам Омска поступил сигнал, что реклама саморегулируемой организации риэлторов якобы дискредитирует конкурентов, которые не являются членами СРО. Сообщалось, что реклама СРО «Профессиональные риэлторы Омской области», которая вышла в эфир телеканала «Звезда», содержала заявление о том, что деятельность риэлторов подлежит обязательной сертификации, что не соответствует закону № 184-ФЗ от 27.12.2002 «О техническом регулировании». На данный момент сертификация носит добровольный характер. Да и членство в СРО риэлторов пока является добровольным. В целом, по мнению заявителя, рекламное объ-

явление наносило «вред лично мне и моим коллегам».

Вышедшая в эфир реклама звучала следующим образом: «Внимание! Риэлторская деятельность сертифицируется. Спрашивайте у своего риэлтора сертификат СРО. Саморегулируемая организация "Профессиональные риэлторы Омской области"». В ответ на обвинения СРО пояснила, что своим сообщением обращала внимание клиентов на существование понятия «сертификация», подразумевающая наличие в городе фирм и специалистов, являющихся членами некоммерческого партнерства, в соблюдении Стандартов которыми она может быть уверена. В рекламе отсутствует текст «обязательная сертификация», что указывает только на то, что другие агентства также могут и работают на Омском рынке, оказывая риэлторские услуги.

Неоднозначное восприятие рассматриваемой рекламы вынудило Комиссию Омского УФАС России обратиться за консультацией к специалистам. Были направлены запросы о проведении лингвистических исследований рассматриваемой рекламы и даче мотивированных письменных заключений в адрес ФГБОУ ВПО «Омский государственный педагогический университет» и ФГБОУ ВПО «Омский го-

сударственный университет им. Ф. М. Достоевского». Рассмотрев все вопросы, эксперты пришли к следующему выводу:

- представленное речевое сообщение не содержит утверждение о том, что риэлтерская деятельность обязательно должна сертифицироваться;

- представленное речевое сообщение содержит указание (рекомендацию) на то, чтобы спрашивать своего риэлтора сертификат любой СРО. Указаний на то, что сертификат должен принадлежать именно СРО «Саморегулируемая организация «Профессиональные риэлторы Омской области» в тексте рекламы нет;

- анализируемое речевое сообщение не содержит негативной информации ни о риэлторе, не имеющем сертификата, ни о риэлторе, не имеющем сертификата СРО «Саморегулируемая организация «Профессиональные риэлторы Омской области».

Проанализировав полученные данные, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу об отсутствии признаков нарушения требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в распространенном в эфире телеканала видеоролике. После этого производство по делу было прекращено. 

