

Комментарии Национальной ассоциации участников фондового рынка к докладу Банка России для общественных консультаций «О подходах к регулированию деятельности финансовых инфлюенсеров»

НАУФОР считает важным публичное обсуждение подходов по регулированию деятельности финансовых инфлюенсеров в целях защиты прав частных инвесторов и повышения доверия на фондовом рынке. Предлагаем свои комментарии по вопросам, сформулированным в консультативном докладе Банка России «О подходах к регулированию деятельности финансовых инфлюенсеров» (далее — Доклад).

Комментарии к вопросам для обсуждения главы 2.1 и 2.2 Доклада

1. Каким критериям (признакам) должно соответствовать понятие «финансовый инфлюенсер»? (Например, наличие материальной заинтересованности, систематичность публикаций, влияние на финансовые решения подписчиков, объем аудитории)

2. Поддерживаете ли вы отнесение к финансовым инфлюенсерам анонимных/обезличенных телеграм-каналов и иных онлайн-ресурсов?

3. Какие действия финансового инфлюенсера должны регулироваться? (Например, только платные публикации, любые рекомендации по конкретным инструментам, аналитика и рекомендации во исполнение договора с третьим лицом)

4. Какой подход к регулированию финансовых инфлюенсеров вы считаете оптимальным? (Например, требования к маркировке контента, включение в реестр финансовых инфлюенсеров, комбинированная модель.)

5. Какие параметры должны определять необходимость специальных требований? (Например, охват аудитории, наличие в контенте указания на конкретные финансовые инструменты или участников финансового рынка, регулярность публикаций, иные параметры.) Если требуется учет аудитории, то какой минимальный охват вы считаете оптимальным? (Например, менее 5 тыс., от 5 тыс. до 10 тыс., от 10 тыс. до 50 тыс., более 50 тыс. человек.)

6. Какие форматы маркировки информации, распространяемой финансовыми инфлюенсерами, будут наиболее понятны для их подписчиков? (Например, всплывающие предупреждения, хештеги, видеотитры.)

7. Какой государственный орган или организация могут быть наделены полномочиями по ведению реестра финансовых инфлюенсеров и надзору за ними? Если реестр будет создан, какие сведения, по вашему мнению, должны в нем содержаться?

8. Каким может быть альтернативный порядок допуска к деятельности по распространению финансовой информации в онлайн-ресурсах?

Целесообразность введения правового статуса любого субъекта, в том числе финансового инфлюенсера, определяется необходимостью установления особых правил по отношению к нему, иных, чем для других лиц. По мнению НАУФОР, в отношении финансовых инфлюенсеров необходимости введения таких специальных правил нет – они, как и прочие лица, должны подчиняться уже действующим общим правилам, приведенным ниже.

В соответствии с п. 2 ст. 6.1 Федерального закона от 22.04.1996 N 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг" (далее - ФЗ «О рынке ценных бумаг») деятельность инвестиционных советников является профессиональной деятельностью на рынке ценных бумаг и может осуществляться только лицами, включенными в единый реестр инвестиционных советников. При этом, закон и базовые стандарты дают определение понятия «деятельность по инвестиционному консультированию» и понятия «индивидуальная инвестиционная рекомендация», позволяющие отличить такую деятельность от иной деятельности. В случае, если информация, распространяемая финансовыми инфлюенсерами, как и иными лицами, не являющимися инвестиционными советниками, будет соответствовать признакам ведения деятельности по инвестиционному консультированию, это является основанием привлечения их к ответственности в соответствии с п. 6 ст. 51 ФЗ «О рынке ценных бумаг», КоАП РФ (ст. ст. 14.1, 19.20).

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») определяет рекламу, как информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (ст. 3 ФЗ «О рекламе»). Ст. 28 ФЗ «О рекламе» устанавливает специальные требования к рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности, в частности в соответствии с п. 1 указанной статьи реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность, а п. 14 запрещает рекламу банковских, страховых и иных финансовых услуг лицами, не имеющими соответствующего статуса. Согласно п. 1 ст. 29 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама ценных бумаг, предложение которых неограниченному кругу лиц не предусмотрено федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. Нарушитель этих требований -

рекламодатель, рекламопроизводитель или рекламораспространитель может быть привлечен к административной ответственности (п. 1 ст. 14.3 КоАП).

Федеральный закон от 27.07.2010 N 224-ФЗ "О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" устанавливает запрет на осуществление манипулирования рынком, не ограничивая его конкретным перечнем субъектов. Таким образом, если, действия финансовых инфлюенсеров, как и иных лиц, содержат признаки манипулирования рынком, они могут быть привлечены к административной (ст. 15.30 КоАП РФ) или уголовной (ст. 185.3 УК) ответственности.

Таким образом, в настоящее время в законодательстве уже присутствует весь необходимый инструментарий для контроля за деятельностью финансовых инфлюенсеров. Обращаем внимание, что аналогичный подход, предусматривающий подчинение финансовых инфлюенсеров общим правилам регулирования недобросовестных практик на финансовом рынке (Market abuse regulation,<sup>1</sup> включая регулирование инвестиционных рекомендаций, инсайдерскую торговлю, манипулирование и т.д.), устанавливает ESMA<sup>2</sup>. Вместе с тем, считаем возможным обсуждение размеров административных санкций с точки зрения степени общественной опасности соответствующих правонарушений.

#### Комментарии к вопросам для обсуждения главы 2.3 Доклада

1. Какие требования и ограничения должны быть установлены в отношении публикуемой финансовым инфлюенсером информации в социальных медиа?
2. Какие меры могут применяться к финансовым инфлюенсерам, нарушающим требования к публикуемой информации? (Например, предупреждение, штрафы, блокировка онлайн-ресурса (временная или постоянная), исключение из реестра финансовых инфлюенсеров (в случае создания такого реестра), публикация опровержений (контрреклама).)
3. В каких случаях применение меры в виде блокировки онлайн-ресурса финансового инфлюенсера или иного лица, публикующего финансовую информацию, представляется вам оправданным и соразмерным? (Например, выявление в социальных медиа контента, содержащего финансовую информацию

---

<sup>1</sup> REGULATION (EU) No 596/2014 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL ([Regulation - 596/2014 - EN - MAR - EUR-Lex](#))

<sup>2</sup> ESMA's Statement on Investment Recommendations on Social Media ([https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esma70-154-2780\\_esmas\\_statement\\_on\\_investment\\_recommendations\\_on\\_social\\_media.pdf](https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esma70-154-2780_esmas_statement_on_investment_recommendations_on_social_media.pdf))

и публикуемого лицом, не включенным в реестр финансовых инфлюенсеров, но соответствующим критериям для включения в него; нарушение финансовым инфлюенсером двух и более требований, установленных на законодательном уровне к публикуемой информации.)

4. В отношении каких каналов размещения информации финансовыми инфлюенсерами целесообразно вести надзор? (Например, социальные сети, видеохостинги, кроссплатформенные мессенджеры, сайты в сети Интернет.)
5. Поддерживаете ли вы необходимость публичного раскрытия надзорным органом информации о мерах, примененных к финансовым инфлюенсерам, и выявленных недобросовестных практиках?
6. Какую еще информацию о деятельности финансовых инфлюенсеров целесообразно раскрывать надзорному органу?
7. Должен ли надзорный орган обезличивать раскрываемую публично информацию?
8. Поддерживаете ли вы разработку надзорным органом методологии оценки качества контента финансовых инфлюенсеров?
9. Поддерживаете ли вы необходимость введения требований к раскрытию на сайте финансовой организации перечня всех привлекаемых ею финансовых инфлюенсеров?
10. Какие проблемы в сфере финансовых рекомендаций в социальных медиа, на ваш взгляд, не отражены в докладе? Какие дополнительные предложения вы хотели бы внести?

Как было сказано выше, НАУФОР не видит необходимости в специальном регулировании финансовых инфлюенсеров. НАУФОР разделяет беспокойство противоправной деятельностью с использованием анонимных онлайн ресурсов (в том числе телеграмм-каналов), однако считает, что, во-первых, требование об их деанонимизации не имеет перспектив, а во-вторых, анонимность затрудняет, но не исключает выявление правонарушителей с использованием административных и оперативно-розыскных полномочий. НАУФОР также разделяет беспокойство некомпетентностью финансовых инфлюенсеров, однако считает, что и установление критериев, которым должны соответствовать финансовые инфлюенсеры, лишено перспектив - критическое отношение к такому мнению со стороны населения должно формироваться в рамках финансового просвещения.

По мнению НАУФОР, проблемы, описанные в Докладе, лежат не в плоскости отсутствия норм права, а в области правоприменения, а также в области финансового просвещения. К мерам, целесообразным к реализации НАУФОР относит:

проведение Банком России разъяснительной работы о том, как действующие нормы права могут быть применены к финансовым инфлюенсерам, (например, как сделано ESMA<sup>3</sup>);

публикацию вспомогательных материалов для финансовых инфлюенсеров (чек-листов) о том, как подготовить информационные материалы, не нарушая регуляторных требований (например, как это сделано ESMA для добросовестной рекламы финансовых продуктов финансовыми инфлюенсерами<sup>4</sup>, а в России – НАУФОР<sup>5</sup> в отношении правил предоставления информации, которая может быть воспринята как индивидуальная инвестиционная рекомендация);

широкую информационную кампанию Банка России в соответствии с рекомендациями IOSCO<sup>6</sup> о возможных рисках, которые влечет за собой следование рекомендациям финансовых инфлюенсеров;

публикацию Банком России и правоохранительными органами сведений о выявленных случаях использования недобросовестных практик финансовых инфлюенсеров.

---

<sup>3</sup> Warning For people posting Investment Recommendation on social media ([https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2024-02/ESMA74-1103241886-912\\_Warnings\\_on\\_Social\\_Media\\_and\\_Investment\\_Recommendations.pdf](https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2024-02/ESMA74-1103241886-912_Warnings_on_Social_Media_and_Investment_Recommendations.pdf))

<sup>4</sup> Finfluencers - tips for responsible promotion (<https://www.esma.europa.eu/document/finfluencers-tips-responsible-promotion>)

<sup>5</sup> Финансовый контент без регуляторного риска. Инструкция для блогеров и инвестиционных советников (<http://naufor.ru/tree.asp?n=14923>)

<sup>6</sup> Chaper 6.1, Finfluencers Final report (<https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD795.pdf>)