

Директору  
Департамента рынка ценных бумаг  
и товарного рынка  
Банка России

Л.К. Селютиной

Исх. № 868 от 27 ноября 2018 года

Уважаемая Лариса Константиновна!

В связи с поступающими запросами от членов НАУФОР просим разъяснить порядок применения норм Федерального закона от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг», касающихся деятельности по инвестиционному консультированию к предложению продуктов и (или) услуг членов НАУФОР в сети «Интернет» посредством систем «маркетплейс».

Инвестиционные продукты (услуги) могут быть представлены в интерфейсе автоматизированных платформ, предоставляющих потребителю финансовых услуг возможность выбора финансового продукта (витрина, агрегатор). При этом пользователь самостоятельно, без помощи консультанта, выбирает инвестиционный продукт на основании информации, размещенной в интерфейсе, а для заключения договора переходит с сайта витрины на сайт члена НАУФОР. Функционал витрины в данном случае ограничен систематизацией и визуализацией продуктов (услуг) в определенной последовательности, зависящей от заданных пользователем критериев. В описании инвестиционного продукта представлены, как правило, его ключевые характеристики:

- объект инвестирования;
- инвестиционная идея;
- минимальная сумма приобретения;
- условия работы с инструментами (при наличии, например: продукт только для квалифицированных инвесторов);
- уровень риска;
- исторические данные по доходности и др.

По нашему мнению, такая деятельность витрин либо агрегаторов по представлению информации об инвестиционных продуктах (услугах) пользователям не подпадает

под определение понятия деятельности по инвестиционному консультированию, так как предоставляемая информация не носит индивидуальный характер и не является рекомендацией в отношении финансовых инструментов и (или) сделок с ними.

Просим подтвердить правильность указанной позиции.

С уважением,

Президент

А.В. Тимофеев