

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-06/09-2019

### о возбуждении дела по признакам нарушения

### законодательства Российской Федерации о рекламе

15 февраля 2019 года

№ 055/05/05-97/2019

по делу г. Омск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> - заместитель руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (далее - ИП <...>) требований пункту 2 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

#### УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России поступили материалы из прокуратуры Центрального административного округа г. Омска по факту распространения 22.11.2018 на сайте [www.mlsn.ru](http://www.mlsn.ru) недостоверной рекламы. В частности, в рекламном объявлении № 10341834 к продаже предлагается 1 – комнатная квартира в доме № 5 по ул. 36-я Северная в г. Омске. При этом в разделе «Описание» указанного объявления, содержится следующая информация: «...Дом 2-х подъездный, расположен в районе ул. Герцена ост мкб. 33-я Северная. В 15 минутах езды до центра города. **Квартира студия**, под ключ, обои, окна ПВХ, сан узел (панели) с душевым поддоном, унитазом, смесителем, ц/отопление, импортные радиаторы отопления, полностью благоустроенная, в кух. Гарнитур, эл. Счетчики. Рядом д/сад, гастроном, аптека, школа, учебные заведения. **Дом сдан** и заселен. 1 собственник. Наличный расчет. Ес...».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») **реклама** - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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 силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **объектом рекламирования** является товар, средства 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **товар** - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в сети Интернет в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к 1- комнатной квартире по ул. 36-я Северная, д. 5 в г. Омске.

Согласно имеющимся в материалах дела пояснениям представителя по доверенности ИП <...> <...> от 12.11.2018 «... ИП <...> принадлежит на праве собственности **объект незавершенного строительства**, расположенный по адресу: ул. 36-я Северная, д. 5 в ЦАО г. Омска.

Реконструкция объекта в многоквартирный жилой дом осуществляется на основании разрешения, выданного ДАГ Администрации г. Омска 11.05.2018. Реконструкция объекта осуществляется в части достройки объекта незавершенного строительства.

С гражданами, желающими приобрести жилые помещения в доме, заключаются предварительные договоры купли-продажи жилого помещения с условием предварительной оплаты. Предметом договора является жилое помещение, так как **в будущем** граждане получают **в собственность именно жилое помещение**.

**Жильями помещения будут признаны после проведения реконструкции здания в многоквартирный дом. Итоговая проверка ГАСН запланирована на 15.12.2018.**

Комнаты в квартирах объекта незавершенного строительства переданы гражданам по актам приема – передачи во владение и пользование, проведение отделки».

Таким образом, на момент фиксации вышеуказанной рекламы, объект, расположенный по адресу: ул. 36-я Северная, д. 5 в г. Омска, являлся объектом незавершенного строительства, а помещения, находящиеся в нем, не имели статуса – «жилые».

Однако в рассматриваемой рекламе указано, что **«Дом сдан»**.

По определению (часть 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе») реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (далее - Гражданский кодекс Российской Федерации) **товаром** по договору купли-продажи могут быть любые вещи с соблюдением правил, предусмотренных статьей 129 настоящего Кодекса.

В силу пункта 2 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации **предметом договора купли-продажи** может быть как товар, имеющийся в наличии у продавца в момент заключения договора, так и товар, который будет создан или приобретен продавцом в будущем, если иное не установлено законом или не вытекает из характера товара (договор купли-продажи будущей вещи).

На основании части 1 статьи 549 Гражданского кодекса Российской Федерации **по договору купли-продажи недвижимого имущества** (договору продажи недвижимости) продавец обязуется передать в собственность покупателя земельный участок, здание, сооружение, **квартиру или другое недвижимое имущество**.

При этом в силу части 1 статьи 551 Гражданского кодекса Российской Федерации **переход права собственности на недвижимость** по договору продажи недвижимости к покупателю **подлежит государственной регистрации**.

На основании части 1 статьи 130 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ **к недвижимым вещам относятся жилые и нежилые помещения**, а также предназначенные для размещения транспортных средств части зданий или сооружений (машино-места), если границы таких помещений, частей зданий или сооружений описаны в установленном законодательством о государственном кадастровом учете порядке.

Согласно части 2 статьи 15 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (далее - Жилищный кодекс Российской Федерации) **жилым помещением** признается изолированное помещение, которое является недвижимым имуществом и пригодно для постоянного проживания граждан (отвечает установленным санитарным и техническим правилам и нормам, иным требованиям законодательства).

На основании части 1 статьи 16 Жилищного кодекса Российской Федерации к жилым помещениям относятся:

- 1) жилой дом, часть жилого дома;
- 2) **квартира**, часть квартиры;
- 3) комната.

В силу части 3 статьи 16 Жилищного кодекса Российской Федерации **квартирой** признается структурно обособленное помещение в многоквартирном доме, обеспечивающее возможность прямого доступа к помещениям общего пользования в таком доме и состоящее из одной или нескольких комнат, а также помещений вспомогательного использования, предназначенных для удовлетворения гражданами бытовых и иных нужд, связанных с их проживанием в таком обособленном помещении.

Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, воспринимающего рекламу буквально. При этом реклама влияет на мотивацию потребителя при выборе товара, побуждая людей совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования.

Таким образом, указание в рекламе словосочетаний **«1-комнатная квартира»**, **«квартира-студия»**, **«Дом сдан»** может создать у потребителей рекламы ощущение того, что рекламируемое помещение является жилым, тем самым ввести их в заблуждение.

В силу части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

На запрос Омского УФАС России ООО «МЛСН» в ответе от 24.01.2019 исх. № 168 указало, что рекламное объявление № 10341834 «...Добавлено в базу данных 16.08.18... Добавлено пользователем с логином «<...>» из личного кабинета № 89800.

Название АН: «Главстрой»...».

На запрос Омского УФАС России ИП <...> (агентство недвижимости «Главстрой») даны пояснения (вх. № 1341 от 12.02.2019) о том, что «...в январе 2018 года к нам в компанию обратилась гражданка <...>, с просьбой помочь продать жилое помещение площадью 19.3 кв. м., расположенное на первом этаже, по адресу: <...>. Данный дом, к тому моменту, уже был заселен жителями и у нас, соответственно, даже не возникло подозрения о том, что дом не введен в эксплуатацию. О халатности одного из сотрудников не была проведена юридическая экспертиза документов, но было размещено объявление о продаже данного объекта недвижимости на портале mlsp.ru. в настоящее время данное объявление удалено...».

По определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») индивидуальный предприниматель <...> является рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 и частью 7 статьей 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

**1.** Возбудить производство по делу № 055/05/05-97/2019 по признакам нарушения требований пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

**2.** Признать лицом, участвующим в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуальный предприниматель <...> (<...>, адрес (место нахождения): <...>).

**3.** Назначить дело № 055/05/05-97/2019 к рассмотрению **на 26 февраля 2019 года в 16:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, 12 А, к. 102.

**4.** ИП <...> **в срок до 22 февраля 2019 года** представить в адрес Управления (644010, г. Омск, пр. К.Маркса, д. 12А) письменный отзыв на настоящее определение (при необходимости).

*Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.*

Явка ИП <...> для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Председатель Комиссии <...>