

РЕШЕНИЕ № 400-132р

«08» июля 2019 года

город Воронеж

(дата оглашения резолютивной части решения)

Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: В. Г. Попов – заместитель руководителя управления;

члены Комиссии: О. Г. Козинина – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; Н. М. Федирчук – специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; С. А. Лисенко – государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело № 400-132р по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью специализированным застройщиком «Воронежское монтажное управление-2» (394033, г. Воронеж, ул. Витрука, д. 15, зарегистрировано 27.01.2015 года межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 12 по Воронежской области за ИНН/ОГРН 3661039235/1153668002388) (далее – ООО специализированный застройщик «ВМУ-2»), индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) п. 1 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 7 ст. 28 Федерального Закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе») и Обществом с ограниченной ответственностью «Реальное время» (394028, г. Воронеж, ул. Туполева, д. 5 О, ИНН 3666168530) (далее – ООО «Реальное время») ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие законного представителя ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» (Общество уведомлено надлежащим образом), в присутствии – представителя ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» по доверенности <...> (далее – <...>),

в присутствии законного представителя – <...> ООО «Реальное время» <...> (далее – <...>),

в отсутствие – ИП <...> (уведомлен надлежащим образом), в присутствии – представителя ИП <...> по доверенности <...> (далее – <...>),

#### **УСТАНОВИЛА:**

17.07.2018 г. в рамках мониторинга объектов наружной рекламы, сотрудниками Воронежского УФАС России был совершен осмотр объекта наружной рекламы (рекламной конструкции), расположенного по адресу: (51.682138, 39.278997) г. Воронеж, ул. Остужева (рекламный щит, размещенный над участниками дорожного движения после перекрестка улиц Минская и Остужева г. Воронежа в направлении из центра г. Воронежа, (сторона рекламного щита, обращенная к участникам дорожного движения, направляющимся из центра г. Воронежа).

Актом осмотра от 17.07.2018 г. установлено распространение информации следующего содержания: «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% [www.vmu-2.ru](http://www.vmu-2.ru) 300-3-222 /.../» (далее – рассматриваемая информация).

Текст: «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% [www.vmu-2.ru](http://www.vmu-2.ru) 300-3-222» выполнен крупным шрифтом, в то время как иная существенная информация, расположенная в правом нижнем углу рекламного щита, является нечитаемой без использования специальных технических средств.

В соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама – информация, распространенная 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 п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – 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.

Рассматриваемая информация в соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (квартиры ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» в микрорайоне «Боровое» города Воронежа, акция «Летняя цена -17%»), поддерживает интерес к ним и способствует продвижению товара на рынке (далее – рассматриваемая реклама).

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «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.

Существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости у ООО специализированного застройщика «ВМУ-2», в том числе в рамках проведения акции «Летняя цена -17%», напечатанная мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Кроме того, информация, выполненная мелким шрифтом, является недоступной для потребителей вследствие отсутствия у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, а также ограниченного времени считывания указанной информации из проезжающего по полосе движения транспорта, в связи с чем, потребитель фактически не может получить предусмотренную законом информацию.

Вместе с тем, в соответствии с ч. 3 ст. 16 Жилищного кодекса РФ от 29.12.2004 №188-ФЗ (далее – ЖК РФ), 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.

Объектом рекламирования в спорной рекламе являются именно квартиры (т.е. обособленные помещения, предназначенные для удовлетворения гражданами бытовых и иных нужд, связанных с их проживанием).

В то же время, по состоянию на 17.07.2018 года (дата фиксации антимонопольным органом распространения спорной рекламы), объект капитального строительства, расположенный по адресу г. Воронеж, ул. Сельская, 2М, находился в стадии возведения (строительства).

Таким образом, рассматриваемая реклама имеет признаки нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» поскольку, существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости у ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» и об условиях акции «Летняя цена -17%», является нечитаемой без использования специальных технических средств, а также не содержит указания на способ приобретения квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом строительстве, что искажает смысл информации, вводит в заблуждение потребителя рекламы, в том числе, в части возможности приобретения готовых квартир на основании договоров купли-продажи.

В соответствии с частью 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе», реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Согласно статье 19 ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» проектная декларация включает в себя информацию о застройщике и информацию о проекте строительства. Проектная декларация публикуется застройщиком в средствах массовой информации и (или) размещается в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети «Интернет»).

В рассматриваемой рекламе не содержится указания на способ приобретения квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом строительстве, а также отсутствует информация о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение, что искажает смысл информации, вводит в заблуждение потребителя рекламы, в том числе, в части возможности приобретения готовых квартир на основании договоров купли-продажи, тем самым рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 и части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012г. №58 о некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов "лучший", "первый", "уникальный", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться

недостовойной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

В рассматриваемой рекламе для характеристики объектов рекламирования использовано слово «УНИКАЛЬНЫЙ» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и которое имеет объективное подтверждение, таким образом, рассматриваемая реклама содержит, в том числе признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Определением от 24 июля 2018 года № 400-132р в отношении ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Дело назначено к рассмотрению на 10:30 (мск) 14 августа 2018 года по адресу: г. Воронеж, ул. Кольцовская, д. 72, каб. 5.

ООО специализированный застройщик «ВМУ-2» в своем письменном ответе (вх. № 01-11/1820 от 09.08.2018) на Определение от 24 июля 2018 года № 400-132р указало, что между ООО специализированным застройщиком «ВМУ-2» и ИП <...> (далее – ИП <...>) заключен Договор № 111, согласно которому ИП <...> обязался оказать услуги по привлечению денежных средств физических и юридических лиц – покупателей объектов недвижимости, предлагаемых к продаже ООО специализированным застройщиком «ВМУ-2», в том числе уполномочен, являться лицом, определяющим объект рекламирования, содержание рекламы, а также осуществляющим распространение рекламы объектов недвижимости, предлагаемых к продаже ООО специализированным застройщиком «ВМУ-2» любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, а ИП <...> в свою очередь заключил Договор № Щ 01/07 с Обществом с ограниченной ответственностью «Реальное время» (394028, г. Воронеж, ул. Туполева, д. 5, О, ИНН 3666168530), в соответствии с которым ООО «Реальное время» оказываются услуги по размещению, демонстрации, техническому обслуживанию и освещению, предоставленной ИП <...> рассматриваемой рекламы.

На рассмотрения дела № 400-132р <...> подтвердила устно позицию, изложенную в письменном ответе ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» (вх. № 01-11/1820 от 09.08.2018).

Таким образом, в соответствии с п. 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Правила), в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств, а также о необходимости привлечения к участию в рассмотрении дела № 400-132р ИП <...> и ООО «Реальное время», определением об отложении дела № 400-132р от 14.08.2018г. рассмотрение дела было назначено на 10 часов 00 минут (мск) 18 сентября 2018 года; Определением о продлении срока рассмотрения дела № 400-132р срок рассмотрения дела продлен до 24 октября 2018 года.

ИП <...> в своем письменном ответе (вх. № 01-10/590 от 04 сентября 2018 года) на Определением об отложении рассмотрения дела № 400-132р от 14.08.2018г. предоставил договор возмездного оказания услуг № 111 от 01.06.2018г., согласно которому ИП <...> обязуется по заданию ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» оказать ему услуги по привлечению денежных средств физических и юридических лиц – покупателей объектов недвижимости, продавцом которых является ООО специализированный застройщик «ВМУ-2», а именно осуществлять рекламирование объектов недвижимости, предлагаемых к продаже, а также договор № Щ 01/07, согласно которому ИП <...> поручает, а ООО «Реальное время»

оказывает ему услуги по размещению, демонстрации и техническому обслуживанию, а также по организации освещения рекламной информации ИП <...> на специальных конструкциях (ул. Остужева-дорога на Репное (портал) въезд/выезд) с 01.06.2018г. по 31.08.2018г.

ООО «Реальное время» в своем письменном ответе (вх. № 01-11/2049 от 10 сентября 2018 года) на Определением об отложении рассмотрения дела № 400-132р от 14.08.2018г. предоставило договор № Щ 01/07, согласно которому ООО «Реальное время» по поручению ИП <...> оказывает услуги по размещению, демонстрации и техническому обслуживанию, а также по организации освещения рекламной информации ИП <...> на специальных конструкциях (ул. Остужева-дорога на Репное (портал) въезд/выезд) с 01.06.2018г. по 31.08.2018г.

На рассмотрения дела № 400-132р 18.09.2018г. представитель ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» <...> подтвердила устно позицию, изложенную в письменном ответе ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» (вх. № 01-11/1820 от 09.08.2018).

На рассмотрения дела № 400-132р 18.09.2018 года, в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств и сведений, в целях объективного, полного и всестороннего рассмотрения дела, Комиссией определением об отложении дела № 400-132р от 14.08.2018г. рассмотрение дела было назначено на 10 часов 00 минут (мск) 09 октября 2018 года.

09 октября 2018 года на рассмотрении дела № 400-132р, в соответствии с пунктом 3.52 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России от 23.11.2012 N 711/12, в целях объективного, полного и всестороннего рассмотрения дела, в том числе, в связи с необходимостью установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия принимает решение о приостановлении рассмотрения дела.

В соответствии с пунктом 3.54. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России от 23.11.2012 N 711/12, рассмотрение дела возобновляется после устранения обстоятельств, вызвавших его приостановление, и начинается сначала.

25.06.2019 года Комиссия, ознакомившись с материалами дела, приходит к выводу о необходимости возобновления рассмотрения дела № 400-132р о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, Определением о возобновлении производства по делу № 400-132р, рассмотрение назначено на 08 июля 2019 года в 10 часов 00 минут (мск) по адресу: г. Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний.

В соответствии с пунктом 3.55. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России от 23.11.2012 N 711/12, течение срока при приостановлении рассмотрения дела прерывается и продолжается с даты возобновления дела.

08.07.2019 года на рассмотрении дела № 400-132р представитель ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» по доверенности <...> поддержала позицию, изложенную ранее в предоставленных Воронежскому УФАС России объяснениях ООО специализированного застройщика «ВМУ-2»;

<...> ООО «Реальное время» <...> поддержал позицию, изложенную ранее в предоставленных Воронежскому УФАС России объяснениях ООО «Реальное время»;

представитель ИП <...> по доверенности <...> (далее – <...>) поддержала позицию, изложенную ранее в предоставленных Воронежскому УФАС России объяснениях ИП <...>.

Комиссия, ознакомившись с материалами дела, принимая во внимание пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к следующим выводам.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его стоимости и приобретении, качестве и потребительских свойствах.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу полных сведений и условий приобретения товара.

То обстоятельство, что в положениях ФЗ «О рекламе» не указан размер шрифта текста, не свидетельствует о том, что размер шрифта на распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации.

По смыслу данной нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

В случае если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие, свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Так как рассматриваемая реклама является наружной и размещена на рекламной конструкции (щитовой установке) 3 x 18 м. (\$ общ. – 108 кв.м.), следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание).

Вместе с тем, необходимо принимать во внимание факты, снижающие уровень восприятия информации, выполненной в рекламе мелким шрифтом: рекламная конструкция установлена над автомобильной дорогой; отсутствует возможность более тщательного знакомства потребителя с информацией, ввиду отсутствия зоны стоянки/остановки транспортных средств / пешеходной зоны вблизи рекламного щита; текст рекламы находится не на уровне глаз потребителя, а на определенной высоте от уровня земли (5-8 метров), что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом, для потребителей -

водителей и пассажиров автотранспорта.

В данном случае, отрезок улицы Остужева города Воронежа, на которой расположен рекламный щит, предназначен только для движения автотранспорта. Следовательно, спорная реклама направлена для привлечения внимания, потребителей- водителей и пассажиров автотранспорта. Спорная реклама размещена на стороне рекламного щита по направлению движения транспортного потока, что в свою очередь также свидетельствует о намерении Общества привлечь внимание водителей и пассажиров транспорта. Информация, выполненная мелким шрифтом, является недоступной для потребителей вследствие отсутствия у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, а также ограниченного времени считывания указанной информации из проезжающего по полосе движения транспорта, в связи с чем, потребитель фактически не может получить предусмотренную законом информацию.

Между тем, существенные условия предложения занимают 1/16 часть рекламного полотна площадью 108,0 кв. м и требуют значительного времени для ее прочтения, что невозможно по определению при движении на транспортном средстве ни в качестве пассажира, ни тем более водителя транспортного средства. При этом значительная высота, на которой размещен рекламный щит, а также мелкий шрифт затрудняют прочтение, а равно восприятие рекламы.

Таким образом, формальное присутствие в рекламе существенной информации, приведенной мелким нечитаемым шрифтом не свидетельствует о доведении до неопределенного круга лиц требуемой информации надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости (долевое строительство) у ООО специализированного застройщика «ВМУ-2», напечатанная мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Таким образом, при размещении спорной рекламы нарушены требования пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе». В силу пункта 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе». В соответствии с ч. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе», рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с Договором возмездного оказания услуг № 111 от 01.06.2018 года, заключенным между ООО специализированным застройщиком «ВМУ-2» и ИП <...>, ООО специализированный застройщик «ВМУ-2» и ИП <...> являются рекламодателями рассматриваемой рекламы, так как реклама распространялась/распространяется в интересах заказчика – ООО специализированного застройщика «ВМУ-2», с которым по договору в обязательном порядке должен согласовываться макет рекламы перед её

размещением ИП <...>, являющийся по договору исполнителем. При этом ИП <...> является лицом, определяющим объект рекламирования.

В соответствии с Договором № Щ 01/07 от 01.07.2018 года, заключенным между ИП <...> и ООО «Реальное время», ООО «Реальное время» является рекламодателем, поскольку Общество оказывает услуги по размещению и демонстрации рекламной информации, предоставляемой ИП <...>.

Комиссия находит основания для выдачи ООО специализированному застройщику «ВМУ-2» предписания о прекращении нарушения пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе», ИП <...> предписания о прекращении нарушения пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе» и ООО «Реальное время» предписания о прекращении нарушения части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе», в том числе с целью пресечения противоправного поведения хозяйствующих субъектов в дальнейшем.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36 - 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

**1.** Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% [www.vmu-2.ru](http://www.vmu-2.ru) 300-3-222 /.../», распространяющуюся по адресу: (51.682138, 39.278997) г. Воронеж, ул. Остужева (рекламный щит, размещенный над участниками дорожного движения после перекрестка улиц Минская и Остужева г. Воронежа в направлении из центра г. Воронежа, (сторона рекламного щита, обращенная к участникам дорожного движения, направляющимся из центра г. Воронежа) (далее – ненадлежащая реклама), поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

**2.** Выдать ООО специализированному застройщику «ВМУ-2» (ИНН 3661039235) предписание о прекращении нарушения пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 и части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы, либо путем приведения рекламы в соответствие с законодательством РФ о рекламе, а именно путем корректного указания следующей информации: о способе приобретения готовых квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом строительстве; о месте размещения проектной декларации; о конкретном критерии, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение («Железнодорожный» район города Воронежа - «уникальный район»), доступной для относительно быстрого и четкого осознания, понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание всем потребителям рекламы.

**3.** Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 и части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы, либо путем приведения рекламы в соответствие с законодательством РФ о рекламе, а именно путем корректного указания следующей информации: о способе приобретения готовых квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом строительстве; о месте размещения проектной декларации; о конкретном критерии, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение



(«Железнодорожный» район города Воронежа - «уникальный район»), доступной для относительно быстрого и четкого осознания, понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание всем потребителям рекламы.

**4.** Выдать ООО «Реальное Время» (ИНН 3666168530) предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы, либо путем приведения рекламы в соответствие с законодательством РФ о рекламе, а именно путем корректного указания информации о месте размещения проектной декларации, доступной для относительно быстрого и четкого осознания, понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание всем потребителям рекламы.

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

Решение изготовлено в полном объеме 08 июля 2019 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии  
Члены Комиссии

В. Г. Попов  
О. Г. Козина  
Н. М. Федирчук  
С. А. Лисенко