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 – <…>),

У С Т А Н О В И Л А:

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 300-3-222 /…/» (далее – рассматриваемая информация).

Текст: «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% 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 опубликовывается 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

недостоверной 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 указания 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 читаемом 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 х 18 м. (S 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 согласовывать 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 рекламораспространителем, 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
Р Е Ш И Л А:
1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% www.vmu-2.ru 300-3-222 /…/», распространявшуюся 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 В. Г. Попов

Члены Комиссии О. Г. Козинина

Н. М. Федирчук

С. А. Лисенко