

«12» января 2021 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: А. В. Логошин – заместитель руководителя управления-начальник отдела;

члены Комиссии: С. А. Лисенко – государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; Н. М. Федирчук – государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело № 036/05/5-1262/2020 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью специализированным застройщиком «Выбор» (ИНН 3662047623) (далее – ООО специализированный застройщик «Выбор») ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 7 ст. 28 Федерального Закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») и индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) ч. 1, 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО специализированного застройщика «Выбор» (уведомлено надлежащим образом); ИП <...> (уведомлена надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

09.09.2020 г. в рамках мониторинга объектов наружной рекламы, сотрудниками Воронежского УФАС России был совершен осмотр рекламного щита 3x18 оператора наружной рекламы «Billboard36» (сторона – из центра города), расположенного на разделительной полосе автомобильной дороги по Московскому проспекту в непосредственной близости к бизнес-центру «Стэл-Инвест» (г. Воронеж, пр-т Московский, д. 109/1) и автомобильной заправочной станции «ВТК» (г. Воронеж, пр-т Московский, д. 86) (51.712562, 39.180423).

Актом осмотра от 09.09.2020 года установлено распространение информации следующего содержания: «8 800 100 4 999 /.../ ВЫБОР /.../ ИПОТЕКА ОТ 0,7%* ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОГРАНИЧЕНО» (далее – рассматриваемая информация).

Текст рассматриваемой информации выполнен крупным шрифтом, в то время как существенная информация, расположенная в левой нижней части рекламного щита, о всех условиях при соблюдении которых потребителю предоставляется ипотечный кредит на покупку жилья у строительной компании «Выбор» с процентной ставкой 0,7% годовых (текст: «В РАМКАХ ПРОГРАММЫ «ИПОТЕКА С ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКОЙ ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ» ПАО СБЕРБАНК ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ БАНКОВСКИХ ОПЕРАЦИЙ № 1491 ОТ 11.08.2015 Г ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ У ЗАСТРОЙЩИКА ПО СТАВКЕ 0,7% ГОДОВЫХ НА СРОК СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ ПРИ УСЛОВИИ ПРОВЕДЕНИЯ СДЕЛКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕРВИСА «ЭЛЕКТРОННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ», А ТАКЖЕ ОФОРМЛЕНИЯ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ ЗАЕМЩИКА В АККРЕДИТОВАННЫХ ПАО СБЕРБАНК КОМПАНИЯХ С БОЛЕЕ ПОДРОБНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ И УСЛОВИЯХ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, А ТАКЖЕ СПИСКОМ ОБЪЕКТОВ УЧАСТНИКОВ МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ В ОФИСАХ ПРОДАЖ ООО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ВЫБОР» И НА САЙТЕ WWW.VIBORSTROI.RU ПЕРИОД ДЕЙСТВИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ С 15.07.2020 ДОЛЕВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО В РАМКАХ 214-ФЗ ОТ 30.12.2004 С ПРОЕКТНЫМИ ДЕКЛАРАЦИЯМИ МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ В ОФИСАХ ПРОДАЖ ООО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ВЫБОР» И НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ»), выполнена мелким шрифтом,

более чем в 30 раз меньше шрифта привлекательной информации («ИПОТЕКА», «0,7%*») и является нечитаемой без использования специальных технических средств, что не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Кроме того, информация, выполненная мелким шрифтом, является недоступной, 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.

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 (ипотечный кредит на покупку жилья у строительной компании «Выбор»), поддерживает интерес к ним и способствует продвижению товара на рынке (далее – рассматриваемая реклама).

Согласно ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество).

Слово «ипотека» в контексте спорной рекламы воспринимается потребителем как возможность приобретения жилья посредством долгосрочного ипотечного жилищного кредитования, т. е. как банковская услуга.

Согласно п. 1 и 2 ст. 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах; фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» общество должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Общество вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Полное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное наименование общества и указание на его организационно-правовую форму - акционерное общество, а полное фирменное наименование публичного общества на русском языке - также указание на то, что общество является публичным. Сокращенное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное или сокращенное наименование общества и слова "акционерное общество" либо аббревиатуру "АО", а сокращенное фирменное

наименование публичного общества на русском языке - полное или сокращенное наименование публичного общества и слова "публичное акционерное общество" либо аббревиатуру «ПАО».

В рассматриваемой рекламе отсутствует (недоступна) информация о лице, оказывающем финансовую услугу, что содержит признаки нарушения ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Также, согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Вместе с тем, рассматриваемая реклама содержит процентную ставку ипотеки (от 0,7%) и умалчивает (информация недоступна) об иных условиях оказания соответствующей услуги (оформление страхования жизни и здоровья заемщика в аккредитованных ПАО «Сбербанк» компаниях), влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица.

В соответствии с ч. 7 ст. 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 адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется размещение 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.

В рассматриваемой рекламе отсутствует (недоступна) информация о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, что содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

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.

В рассматриваемой рекламе отсутствует существенная информация о всех существенных условиях при соблюдении которых потребителю предоставляется ипотечный кредит на покупку жилья у строительной компании «Выбор» с процентной ставкой 0,7% годовых; об адресе сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется размещение проектной декларации; о лице/лицах оказывающем финансовую услугу (ипотека); условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой (ипотека) лица, что является нарушением требований ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 5 ст. 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», рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1, 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Учитывая, что объектом рекламирования рассматриваемой рекламы является в том числе строительная компания «Выбор», ООО специализированный застройщик «Выбор» являлся предполагаемым рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Учитывая изложенное, действия ООО специализированный застройщик «Выбор», связанные с распространением рассматриваемой рекламы, имеют признаки нарушения ч. 7 ст. 5 и ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Определением от 02 ноября 2020 года № 036/05/5-1262/2020 в отношении ООО специализированного застройщика «Выбор» возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Дело назначено к рассмотрению на 11:00 (мск) 19 ноября 2020 года в здании Воронежского УФАС России (г. Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний).

19 ноября 2020 года на заседание Комиссии ООО специализированный застройщик «Выбор» не явилось (доказательства надлежащего уведомления лица, на момент рассмотрения, в деле отсутствовали).

Истребованная у ООО специализированного застройщика «Выбор» информация на момент рассмотрения дела не предоставлена.

В соответствии с п. 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее по тексту – Правила), Рассмотрение дела может быть отложено антимонопольным органом с указанием даты и времени его рассмотрения:

по мотивированному ходатайству стороны по делу или иного лица, привлеченного к участию в деле, об отложении рассмотрения дела в связи с невозможностью явки на его рассмотрение по уважительной причине, подтвержденной соответствующими документами;

в связи с необходимостью получения антимонопольным органом либо лицом, участвующим в деле, дополнительных доказательств;

в связи с необходимостью привлечения, по мнению антимонопольного органа, к участию в деле других лиц;

в случае неявки на рассмотрение дела в антимонопольный орган лица (лиц), участвующего (участвующих) в деле, если антимонопольный орган примет решение о невозможности рассмотрения дела в отсутствие данного лица (лиц).

Таким образом, в связи с отсутствием надлежащего уведомления ООО специализированного застройщика «Выбор», в связи с непредоставлением лицом истребуемой информации, в целях объективного, полного и всестороннего рассмотрения дела, определением об отложении рассмотрения дела № 036/05/5-1262/2020 от 19.11.2020 года Комиссией рассмотрение дела было отложено и назначено на к рассмотрению на 11 часов 00 минут (мск) 10 декабря 2020 года в помещении Воронежского УФАС России (г. Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний). Определением о продлении срока рассмотрения дела № 036/05/5-1262/2020 срок рассмотрения дела № 036/05/5-1262/2020 продлен до 02 февраля 2021 года.

ООО специализированный застройщик «Выбор» в своем письменном ответе (вх. № 01-11/4473 от 02.12.2020 года) на Определение о возбуждении дела № 036/05/5-1262/2020 Воронежского УФАС России указало, что между Обществом и ИП <...> заключен договор возмездного оказания услуг № 201219 от 20.12.2019 года на предоставление комплекса работ и услуг, направленных на организацию и проведение рекламных компаний по размещению и техническому обслуживанию рекламных материалов на объектах наружной рекламы – рекламных конструкциях, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности. Таким образом, ООО специализированный застройщик «Выбор» является рекламодателем рассматриваемой рекламы, ИП <...> является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Учитывая изложенное, в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств и сведений, в целях объективного, полного и всестороннего рассмотрения дела, а также необходимостью привлечения, по мнению антимонопольного органа, к участию в деле ИП <...>, Определением об отложении рассмотрения дела № 036/05/5-1262/2020 от 10.12.2020 года Комиссией рассмотрение дела было отложено и назначено к рассмотрению на 11 часов 00 минут (мск) 10 декабря 2020 года в помещении Воронежского УФАС России (г. Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний).

ИП <...>, в своем письменном ответе (вх. № 01-10/901 от 28.12.2020 года) на Определение об отложении рассмотрения дела № 036/05/5-1262/2020 от 10.12.2020 года, вину признала и сообщила об отсутствии умысла нарушения законодательства РФ о рекламе.

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.

Рассматриваемая реклама является наружной и размещена на установленном на разделительной полосе многополосной автомобильной дороги рекламном щите, при отсутствии у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, следовательно, она предназначена для относительно быстрого и четкого осознания потребителями (пассажирами, водителями транспортных средств) 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 вдоль автомобильной дороги; текст рекламы находится не на уровне глаз потребителя, а на определенной высоте от уровня земли (6-8 метров), что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом, даже для лица, находящегося в непосредственной близости от рекламной конструкции.

Между тем, текст существенных условий предложения (ипотека от 0,7%) расположен на 12 строках по 54-78 символов, занимает около 16,3% от всего рекламного полотна площадью 54 кв. м. и требует значительного времени для прочтения, что невозможно по определению при движении на транспортном средстве ни в качестве пассажира, ни тем более водителя транспортного средства.

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 всех существенных условиях при соблюдении которых потребителю предоставляется ипотечный кредит на покупку жилья у строительной компании «Выбор» с процентной ставкой 0,7% годовых; об адресе сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется размещение проектной декларации; о лице/лицах оказывающем финансовую услугу (ипотека); условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой (ипотека) лица, 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 ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ст. 2, ст. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе». В силу п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Комиссия находит основания для выдачи ООО специализированному застройщику «Выбор» предписания о прекращении нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ст. 2, ст. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе» и ИП <...> предписания о прекращении нарушения ч. 1, 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе», в том числе с целью пресечения противоправного поведения Обществ 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: «8 800 100 4 999 /.../ ВЫБОР /.../ ИПОТЕКА ОТ 0,7%* ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОГРАНИЧЕНО» «В РАМКАХ ПРОГРАММЫ «ИПОТЕКА С ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКОЙ ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ» ПАО СБЕРБАНК ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ БАНКОВСКИХ ОПЕРАЦИЙ № 1491 ОТ 11.08.2015 Г ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ У ЗАСТРОЙЩИКА ПО СТАВКЕ 0,7% ГОДОВЫХ НА СРОК СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ ПРИ УСЛОВИИ ПРОВЕДЕНИЯ СДЕЛКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕРВИСА «ЭЛЕКТРОННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ», А ТАКЖЕ ОФОРМЛЕНИЯ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ ЗАЕМЩИКА В АККРЕДИТОВАННЫХ ПАО СБЕРБАНК КОМПАНИЯХ С БОЛЕЕ ПОДРОБНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ И УСЛОВИЯХ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, А ТАКЖЕ СПИСКОМ ОБЪЕКТОВ УЧАСТНИКОВ МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ В ОФИСАХ ПРОДАЖ ООО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ВЫБОР» И НА САЙТЕ WWW.VIBORSTROI.RU ПЕРИОД ДЕЙСТВИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ С 15.07.2020 ДОЛЕВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО В РАМКАХ 214-ФЗ ОТ 30.12.2004 С ПРОЕКТНЫМИ ДЕКЛАРАЦИЯМИ МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ В ОФИСАХ ПРОДАЖ ООО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ВЫБОР» И НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ», размещенную/размещаемую на рекламном щите 3x18 оператора наружной рекламы «Billboard36» (сторона – из центра города), расположенном на разделительной полосе автомобильной дороги по Московскому проспекту в непосредственной близости к бизнес-центру «Стэл-Инвест» (г. Воронеж, пр-т Московский, д. 109/1) и автомобильной заправочной станции «ВТК» (г. Воронеж, пр-т Московский, д. 86) (51.712562, 39.180423), поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ненадлежащая реклама).

2. Выдать ООО специализированному застройщику «Выбор» (ИНН 3662047623) предписание о прекращении нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы, либо приведением рекламы в соответствие с законодательством РФ о рекламе, а именно путем корректного указания в рекламе информации о всех существенных условиях при соблюдении которых потребителю предоставляется ипотечный кредит на покупку жилья у строительной компании «Выбор» с процентной ставкой 0,7% годовых; об адресе сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется размещение проектной декларации; о лице/лицах оказывающем финансовую услугу (ипотека); условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой (ипотека) лица, доступной для относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание всем потребителям рекламы.

3. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения ч. 1, 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы, либо приведением рекламы в соответствие с законодательством РФ о рекламе, а именно путем корректного указания в рекламе информации о всех существенных условиях при соблюдении которых потребителю предоставляется ипотечный

кредит на покупку жилья у строительной компании «Выбор» с процентной ставкой 0,7% годовых; об адресе сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется размещение проектной декларации; о лице/лицах оказывающем финансовую услугу (ипотека); условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой (ипотека) лица, доступной для относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание всем потребителям рекламы.

4. 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 15 января 2021 года.

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

Председатель Комиссии
Члены Комиссии

А. В. Логошин
С. А. Лисенко
Н. М. Федирчук