

Или всё, или ничего

10 февраля 2015, 12:20

Рекламу о продаже квартир потребительским кооперативом «ЖСК Сходня», в которой отсутствуют сведения об участии в ЖСК, 9 февраля 2015 года Комиссия ФАС России признала ненадлежащей. Такая реклама искажает смысл рекламной информации и вводит потребителя в заблуждение относительно существа отношений по приобретению квартир.

«ЖСК Сходня-2», как рекламодателю ненадлежащей рекламы, выдано обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения.

Реклама кооператива размещалась в Фитнес-центре «Шиска» (Микрорайон Сходня, поселок Золотые купола), возле железнодорожной станции Сходня в виде рекламных щитов и буклетов, а также на билбордах автомобилей расположенных на Новосходненском шоссе, то есть была доступна восприятию широкого круга граждан. С претензией к рекламе о продаже квартир потребительским кооперативом «ЖСК Сходня» в ФАС России обратилась Межрегиональная общественная благотворительная организация «Общество защиты прав потребителей и окружающей среды «Принципъ»». Анализ рекламы показал, что в ней указана стоимость квадратного метра в рублях, предлагается рассрочка платежа и ипотека, что характерно для продажи квартир, и дает основание потребителям полагать, что осуществляется именно продажа квартир.

Согласно части 1 статьи 110 Жилищного кодекса Российской Федерации жилищным или жилищно-строительным кооперативом признается добровольное объединение граждан и в установленных настоящим Кодексом, другими федеральными законами случаях юридических лиц на основе членства в целях удовлетворения потребностей граждан в жилье, а также управления многоквартирным домом.

Согласно части 3 статьи 110 Жилищного кодекса Российской Федерации члены жилищно-строительного кооператива своими средствами участвуют в строительстве, реконструкции и последующем содержании многоквартирного дома.

Согласно статье 124 Жилищного кодекса Российской Федерации гражданину или юридическому лицу, принятым в члены жилищного кооператива, на основании решения общего собрания членов жилищного кооператива (конференции) предоставляется жилое помещение в домах жилищного кооператива в соответствии с размером внесенного паевого взноса. Основанием владения, пользования и в установленных законодательством пределах распоряжения жилым помещением является членство в жилищном кооперативе.

Следовательно, участие в ЖСК не является заключением договора купли продажи квартиры. В рекламе, таким образом, отсутствуют сведения об участии в ЖСК, что искажает ее смысл и вводит потребителя в заблуждение о покупке квартир.

«Пресекая ненадлежащую рекламу о покупке жилья, мы помогаем гражданам сделать осознанный выбор на основании достоверной информации», - отметил начальник управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов.

Полный текст решения по делу в ближайшее время будет опубликован на сайте.

В соответствии с частью 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 вводится в заблуждение потребитель рекламы.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».