



Народная

12+

Газета

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ
ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

<http://ulpravda.ru>

№ 31 (292), 31 июля 2019 г.



ДАЧНЫЕ ДЕЛА

Как сделать стильный букет из цветов в палисаднике

СУД ДА ДЕЛО

У автовладельцев требуют вернуть машины

СЕЗОН КРАЖ

Воры ищут не богатые квартиры

В БЛОКНОТ ПОТРЕБИТЕЛЮ

Чем знакомый сантехник хуже знакомого стоматолога?

В Ульяновске активно развивается «альтернативный» рынок жилищно-коммунальных услуг. Составит ли «муж на час» конкуренцию специалистам из управляющей компании?

■ стр. 5

Полвека по соседству

Жильцы дома № 53 по улице Орджоникидзе в Ульяновске вместе отметили юбилей

Продолжение темы на стр. 8-9

ЧЕЛОВЕК. ОБЩЕСТВО. ЗАКОН

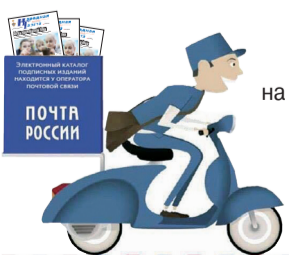
Жильё с сюрпризом

В рекламном буклете написано, что дом имеет автономное отопление, а по факту котельная общая на несколько новостроек. Интернет-ресурс сообщает о продаже квартир на объекте, а по факту строительство дома запрещено решением суда. Застройщики обещают рассрочку в 0%, по факту же она действует только два года. Воротилы рекламного бизнеса способны и не на такое!

■ стр. 10



Для вашего удобства
МЫ ПРОДОЛЖАЕМ
ОНЛАЙН-ПОДПИСКУ
НА «НАРОДНУЮ ГАЗЕТУ»



Оформить подписку на любой почтовый адрес можно на официальном сайте «Почты России» в разделе «Подписка онлайн»: <https://podpiska.pochta.ru>

Специалисты ФАС рассказали, как обманывают покупателей квартир в новостройках. «Народная газета» собрала топ самых скандальных историй этого года.

Начало на стр. 1

ПЕРВОЕ МЕСТО**Не верь буклетам**

Жительница Ульяновска решила приобрести квартиру в одном из домов комплекса «Юг-5» (Ленинский район, «Искра»), встретила менеджера, тот вручил ей рекламный буклет. Покупательница была в восторге: среди прочих преимуществ новостройки ей обещали автономное отопление. Платить, дескать, придется только за газ. Собственно, та же информация была размещена в социальных сетях: газовая котельная позволит сэкономить на отоплении и снизить строку расходов на «коммуналку» и так далее.

Вот только когда дом был сдан (а наша покупательница участвовала в долевом строительстве), выяснилось, что никакой «автономией» тут и не пахнет. Котельная была, но не в собственности домовладельцев, да и работала она на несколько домов. То есть по факту никаких преимуществ автономного отопления покупатели не получили, да и платежи, как позже выяснит УФАС, ниже не стали. Вывод простой: не верьте буклетам, проверяйте информацию!

Можно ли будет «вернуть» квартиру, реклама которой была ненадлежащей? По словам специалистов УФАС, сделать это можно будет только в судебном порядке. А что грозит застройщикам за подобное? Штрафы до полумиллиона рублей. Что, к сожалению, окупается прибылью, которую они получают с продажи «квартир в мешке».

**ЧЕТВЕРТОЕ МЕСТО****И до СМС добрались**

Еще одно заявление, поступившее в УФАС, - на этот раз против застройщиков ЖК «Аквамарин». Горожанин пожаловался, что компания без его согласия отправляла ему рекламные тексты в СМС. К примеру, такие: «...живите комфортно, платите выгодно! Рассрочка от застройщика 0%, ипотека от 6,8% годовых. Подробнее по тел...».

Мало того что никто не давал согласия на рассылку - само сообщение оказалось неполным. Описанные льготные условия, пояснили в УФАС, действуют только два года, но никакой сноски об этом в СМС-сообщении не было.

Вообще, телефонных спамеров привлечь к ответственности за нарушение рекламного законодательства крайне сложно: все эти организации, управляющие нами сотни СМС с предложениями взять кредит под 146% годовых или поучаствовать в супервыгодной акции, как правило, действуют через цепочку организаций в разных городах. Выйти на конечного заказчика, конечно, можно, но сложно.

Почему не штрафуют ту компанию, чья реклама пришла в СМС? Потому что конкуренты в таком случае смогут подставлять друг друга недобросовестной рекламой. Это для застройщика штраф в полмиллиона неприятен, но не критичен. А маленький ресторан он может попросту разорить.

Жильё с сюрпризом

ВТОРОЕ МЕСТО**Не реклама - каталоги!**

Трудно найти правдивую информацию и в сети Интернет, но там недобросовестных продавцов еще и к ответственности почти не привлечешь. К примеру, популярные сайты «Циан», «Авито» и «Домофонд» - это не более чем справочные интернет-каталоги, которые нельзя привлечь к ответственности за недобросовестную рекламу.

Приведем свежий пример: житель города обнаружил на сайте domofond.ru объявление о продаже квартир третьего строящегося многоквартирного дома жилого комплекса «Парк Ушакова». Вот только возведение этого дома было запрещено решением Заволжского районного суда. А на портале дом красовался в разделе «Новостройки».

Специалисты УФАС установили, что сайт «Домофонд» публикует материалы из открытых источников (в данном случае источниками информации были сайт застройщика и единая информационная система жилищного строительства) и не обязан проверять информацию на достоверность. А значит, и спора с ресурса нет - на него действие закона «О рекламе» не распространяется.

Дело было прекращено, но Управление ФАС решило разъяснить, что действие (в данном случае недействительное) закона касается не только сайта «Домофонд», но и других популярных интернет-каталогов, включая «Циан» и «Авито». Специалисты порекомендовали проверять всю информацию на ресурсе наш.дом.рф - единой информационной системе жилищного строительства.

ПОЛЕЗНЫЙ ТЕЛЕФОН

Хотите очистить свой подъезд от рекламы? Сфотографируйте рекламное объявление в нем и отправьте в УФАС. Телефон Ульяновского управления:

8 (8422) 41-32-03. Почтовый адрес: to73@fas.gov.ru

В ТЕМУ**В чужой подъезд со своим пиаром**

Специалисты УФАС рассказали, какая реклама в подъездах законна, а какая - нет. Ответ короткий: она вся незаконна. Если, конечно, на ее размещение не согласятся все владельцы квартир, а такого, как вы понимаете, не бывает практически никогда.

Любой баннер в лифте, между этажами, у входной двери подъезда - это крупный штраф для компании, разместившей его. Правда, к борьбе против «подъездного пиара» жители присоединяются неохотно, а у самого УФАС зачастую нет ни ресурсов, ни возможностей, чтобы обходить дома. Правда, компании за это все-таки штрафуют, чаще всего попадают сотовые операторы.

ТРЕТЬЕ МЕСТО**Самый лучший дом. По мнению моей бабушки**

Еще одни застройщики из Ульяновска решили повесить возле своей стройплощадки плакат «Самый лучший дом», что, по требованиям законодательства, конечно, запрещено. Любые сравнительные характеристики в рекламе должны быть подтверждены: пишешь «Старейший ломбард города» - должен иметь выписки из архива, доказывающие это. Иначе штраф. Вот только некоторые фразы в принципе не могут иметь подобных подтверждений («Самый лучший...», «Самый вкусный...», «Самый красивый...»), их специалисты по рекламе должны категорически избегать.

Авторы «Самого лучшего дома» решили выкрутиться - они заявили, что плакат повесили для подрядчиков,

чтобы у них была мотивация строить самый лучший дом и качественно выполнять свои обязанности. Правда, специалисты УФАС застройщикам не поверили - действительно, зачем на мотивационном плакате указаны номера телефонов и прочие данные новостройки?

В итоге компания исполнила предписание УФАС и убрала из рекламы слова-сравнения. Впрочем, у них была альтернатива: как пояснили специалисты управления, фразу «Самые лучшие круассаны в городе» можно легко сделать законной, добавив в конце «... по мнению нашего повара». И с домом можно было поступить так же. Главное, не печатать продолжение фразы маленькими белыми буквами на почти белом фоне.

Андрей ТВОРОГОВ