

Есть ложь, наглая ложь, статистика и ... недостоверная реклама в новостройках

В Управлении Федеральной антимонопольной службы России рассказали о наиболее часто встречающихся видах обмана, которые используют ульяновские застройщики.

По мере развития строительного рынка в Ульяновске с каждым годом в эксплуатацию вводятся все больше и больше МКД. По темпам ввода жилья из расчета на тысячу человек наш регион занимает 3-е место в ПФО. Сегодня у людей есть огромный выбор, и их интересует уже не только стоимость квадратного метра, но и многие другие параметры. Особенно, когда речь идет о приобретении квартиры для себя, а не с целью перепродажи. И вот тут, чтобы завлечь покупателей, застройщики идут на различные не совсем честные, а иногда и совсем нечестные ухищрения.

Нагрели с коммуналкой

На сегодняшний день очень существенным фактором для жителей является не только стоимость непосредственно квадратных метров, но и цена их дальнейшего содержания и обслуживания. Самой дорогой коммунальной услугой является отопление, поэтому люди прежде всего интересуются системой теплоснабжения дома. И именно здесь застройщики чаще всего хитрят.

Так, например, строящийся долевым способом многоквартирный жилой дом «Юг-5» на ул. Скобелова в микрорайоне «Искра» рекламировался в буклетах и сети Инстаграм как дом с автономной котельной. Надо сказать, что на сегодняшний день это один из самых выгодных вариантов теплоснабжения МКД. И на официальной странице компании (очень известного в городе

несколько домов. То есть при покупке квартир людей ввели в заблуждение.

- Здесь мы проанализировали абсолютные значения тарифов, которые применялись для жителей в доме, который рекламировался как с автономным отоплением, и для соседних близлежащих МКД. Они практически не отличаются, разница составила всего 3%. Поэтому говорить о том, что вы сэкономите, было не совсем честным, - прокомментировал заместитель руководителя УФАС по Ульяновской области Иван СПИРИДОНОВ.

Покупая квартиры в доме с «автономной котельной», люди, конечно же, предполагали, что (как обычно в таких случаях) будут платить только за потребленный газ. Но на деле оказалось, что котельная не входит в общее домовое имущество, и расплачиваться пришлось по установленному тарифу за гигакалорию.

Не самый лучший дом

Иногда бывает и другая ситуация, когда явную рекламу пытаются выдать за правдивую информацию. Представители застройщика очень долго пытались убедить УФАС, что плакат «САМЫЙ ЛУЧШИЙ ДОМ» на фасаде старого частного дома на ул. Транспортной якобы для внутреннего пользования.

- Однако плакат висел по адресу будущего строительства и был обращен в сторону дороги, то есть его видели и пешеходы, и люди, проезжающие мимо на транспорте. Причем это довольно оживленная улица, то есть никоим образом это не могло быть рассчитано только на работников. Если так, то плакат разместили бы где-то в бытовке или забором, - пояснил Иван СПИРИДОНОВ.

В первом полугодии 2019 года в Ульяновске значительно выросло количество нарушений закона о рекламе: - за последние месяцы возбуждено уже 24 уголовных дела. Нарушения касаются, в том числе, размещения рекламы в неустановленных местах, внутри подъездов и на фасадах зданий.

застройщика) в Интернете сообщалось, что «собственная газовая котельная позволит сэкономить на отоплении и снизить строку расходов на коммуналку». То же самое было написано и в буклетах, которые раздавал менеджер. Однако, получив платежку, жители поняли, что не сэкономили. Выяснилось, что пристроенная к дому котельная собственникам МКД не принадлежит, а обслуживает

На самом деле закон не запрещает хвалить свою продукцию, но при этом необходимо указывать критерий, по которому данный товар является «самым лучшим». Вот если бы, например, они написали на плакате «Самый лучший дом, по мнению бабушки нашего директора фирмы», - это еще можно было бы повесить на всеобщее обозрение. А голословное утверждение в рекламе, что вы



«первый», «№1» и т.п. без объективного тому подтверждения, - недопустимо.

Без согласия не пиши

Еще один вид нарушений - недосказанность. Когда вроде и не обманули, но не дали полную информацию. На этом попадают застройщики, которые ведут излишне агрессивную рекламную кампанию и задействуют все каналы информации зачастую против воли потребителей. Например, в июле 2019 года УФАС рассматривало обращение от гражданина, которому стали приходить СМС о покупке квартир от ЖК «Аквармарин».

Человек возмутился, что рекламные СМС приходят без его согласия, а в УФАС при проведении проверки обнаружили и другие существенные нарушения. В коротком сообщении говорилось: «...живите комфортно, платите выгодно! Рассрочка от застройщика 0%, ипотека от 6,8% годовых. Подробнее по телефону...». Мало того, что ничего не говорилось о том, что это за рассрочка, так еще указывались проценты займа, а это уже финансовые услуги. Между тем при указании процентов ипотеки по закону необходимо указывать полный перечень условий. Как было установлено затем проверкой, данный низкий процент применялся только в течение первых двух лет пользования кредитом.

- Кроме того, рекламировался строящийся дом, а в этом случае необходимо указывать, где можно ознакомиться с проектной декларацией. Но выбранный способ рекламы через СМС, конечно, не позволяет представить полный объем информации, который требуется по закону, - сказала ведущий специалист-эксперт Управления Наталья КУРЧАНГИНА.

Согласно ч. 1 ст. 18 Федерального закона «О рекламе», рас-

пространение рекламы по сетям электросвязи (то есть и через СМС в том числе), а также по электронной почте допускается только при условии предварительного согласия абонента. Причем согласие должно быть явно выраженным. В данном же случае человек всего лишь позвонил узнать стоимость квартир в ЖК «Аквармарин», а застройщик решил, что человек заинтересован в получении рекламы, и начал слать ему СМС.

- На самом деле в данном случае все удалось решить быстро, застройщик исправил свою ошибку. А, как правило, рассылка электронной рекламы очень запутана, видимо, так работает отдельный бизнес. Договор заключается через 7-8 ступеней с разными юрлицами, которые могут находиться в разных городах. Но все равно мы их ищем и находим, причем они уже у нас на заметке, - отметил Иван СПИРИДОНОВ.

В Интернете не всё правда

Эксперты УФАС обратили внимание еще на один очень важный момент: не всякая информация является рекламой и не все, что пишут в Интернете, можно верить.

- К нам обратился житель, который сообщил, что в Сети рекламируется строящийся в Засвияжском районе МКД жилого комплекса «Парк Ушакова», у которого судом отозвано разрешение на строительство. Мы проверили и установили, что информация о доме действительно размещается на сайте «Domofond.ru» в разделе «Новостройки». Однако эта информация не является рекламой, и дело было прекращено, - рассказала Наталья КУРЧАНГИНА.

Она призвала жителей Ульяновска обратить внимание на то, что сведения, размещаемые на таких

сайтах, как «Avito.ru», «Domofond.ru» и «Cian.ru», не всегда являются рекламой. Данные ресурсы сделаны по принципу Интернет-каталога объявлений, которые публикуются из так называемых открытых источников. Проще говоря, любой может написать что угодно о продаже или аренде квартиры, и проверить это сайты-посредники не обязаны и ответственности за достоверность не несут. Поэтому, доверяя такой информации из Интернета, вы действуете на свой страх и риск.

Согласно п. 2 ч. 3 ст. 17 Федерального закона №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», лицо, оказывающее услуги по хранению информации и обеспечению доступа к ней, не несет гражданско-правовой ответственности за распространение информации, если оно не могло знать о незаконности такого распространения.

Конечно, это вовсе не значит, что никому верить нельзя и правды нет! Просто надо смотреть на источник информации. Застройщик, конечно, размещает информацию о продаже квартир в строящемся доме на собственном сайте. А вот проверить достоверность информации о новостройках можно в Единой информационной системе жилищного строительства (ЕИСЖС) на официальном сайте «Наш дом.рф» (<https://наш.дом.рф/>). Застройщики обязаны размещать подробную информацию об объекте строительства в ЕИСЖС, согласно Федеральному закону №214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов».

Рекламе слепо доверять нельзя - такой вывод делают эксперты УФАС. Конечно, можно попросить антимонопольщиков провести проверку, однако это приведет лишь к назначению штрафа за выявленные нарушения. Чтобы получить компенсацию за ущерб от недобросовестной рекламы, вам придется действовать самостоятельно через суд.