A low-angle photograph of a modern skyscraper with a curved glass facade, reflecting the sky. The building's structure is composed of dark metal frames and large glass panels. A prominent feature is a curved, cylindrical section of the building that spirals upwards. The sky is a clear, bright blue.

ЗАКОН И ПОРЯДОК В РЕКЛАМЕ НЕДВИЖИМОСТИ

В жизни всегда
есть место открытию

open.ru

 **открытие** | БАНК

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

✓ Часть 8 ст. 28 Закона о рекламе в новой редакции закрепляет, что реклама долевого строительства не допускается:

- до выдачи разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости;
- до выдачи документов на земельный участок;
- При отсутствии заключения о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям 214 ФЗ (если 1й ДДУ заключен после 01 января 2017г).

✓ В силу ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе положения о необходимости идентификации застройщика распространяются также на его имиджевую рекламу.

ЕСЛИ ЕЩЕ НИЧЕГО НЕТ, А ПРОДАВАТЬ НАДО



РАЗМЕР ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

ЖК «XXXX XXXX»

- На рекламных носителях обязательно указание застройщика (фирменное наименование/коммерческое обозначение в соответствии с проектной декларацией) и место размещения проектной декларации;
- Размещение коммерческого обозначения жилого комплекса/многоквартирного дома возможно только при указании данного обозначения в проектной декларации, при условии своевременного размещения последней на официальном сайте застройщика.

XXX-XX-XX
WWW.XXXX.RU

Застройщик ЗАО «СММ» - Российская Федерация
на строительство ПУБЛИЧНОГО ЖИЛОГО
комплекса «Морей» Новосибирска
13 сентября 2008г.
Проектная декларация
находится на сайте
www.smm.ru

Законодательством не определен минимальный шрифт, но в судебной практике закон на стороне покупателя.

ИНФОРМАЦИЯ, ПОДЛЕЖАЩАЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОМУ РАЗМЕЩЕНИЮ НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ ЗАСТРОЙЩИКА:

- Проектная декларация (в новой утвержденной форме).
- Разрешения на ввод в эксплуатацию объектов за последние 3 года.
- Аудиторское заключение за последний год осуществления предпринимательской деятельности.
- Разрешение на строительство, заключение экспертизы проектной документации, правоустанавливающие документы на земельный участок.
- Проект ДДУ.
- Применяемые способы обеспечения исполнения обязательств застройщика.
- Бухгалтерская отчетность: ежеквартальная - в течение **5 календарных дней** после окончания отчетного периода), годовая и аудиторское заключение - не позднее **120 календарных дней** после окончания отчетного года.
- Фотографии строящегося объекта, отражающие текущее состояние строительства размещаются **ежемесячно**.
- Любые изменения (новая редакция, приложения, дополнения) и новые документы должны быть размещены на сайте **в течение 5 рабочих дней**.

Застройщик в соответствии с законодательством Российской Федерации несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанности по раскрытию информации, полноту и достоверность информации, подлежащей раскрытию.

ИНФОРМАЦИЯ НА БАННЕРАХ

На рекламном носителе всегда указываем:

- ссылка на проектную декларацию;
- наименование застройщика;
- раскрытие информации об акциях/скидках;
- «не является публичной офертой».

ТИПОВЫЕ ОШИБКИ

Нажимаешь на «подробнее об акции» и при переходе попадаешь в раздел покупки, а не ипотеки...

(!) При рекламировании ипотечной программы недостаточно указания только минимальной процентной ставки.

Баннер без упоминания застройщика, без проектной декларации, без правил проведения акции и без сайта.



ЗАПРЕЩЕНО

Изображение квартиры на сайте жилого комплекса, в котором квартиры продаются без отделки

Введение клиента в заблуждение



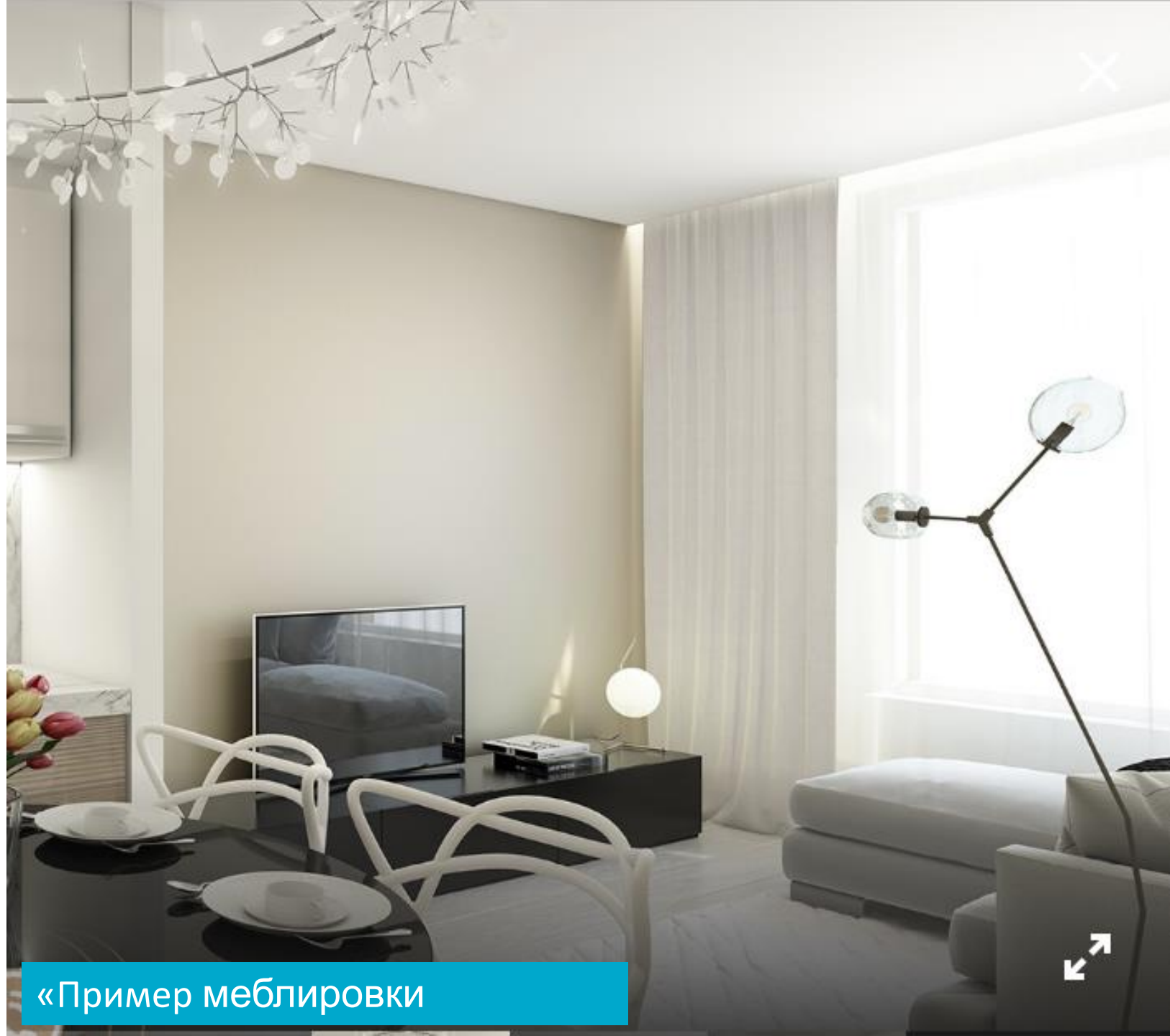
ЗАПРЕЩЕНО

Размещение рендеров квартир на сайте с отделкой, а продавать квартиры без отделки.

Клиент может решить, что мебель идет в подарок – введение в заблуждение.

+ при создании рендеров отделки необходимо использовать реальные данные по обоям/ламинату/дверям; в противном случае необходимо подписывать, что это примерный вид, и он может поменяться.

РАЗРЕШЕНО



«Пример мебелировки»

ГДЕ РЕКЛАМА РАЗМЕЩЕНА С НАРУШЕНИЕМ ЗАКОНА?

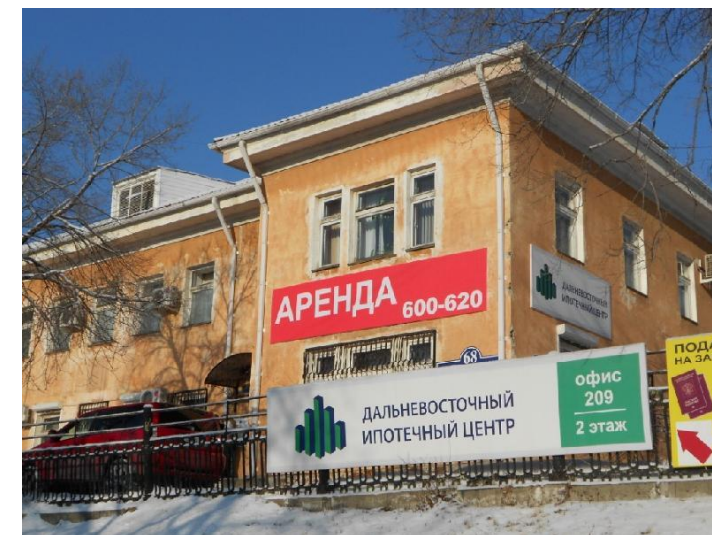
Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3



Штраф до 500 000 рублей

РАЗРЕШЕНО

Разместите рекламу в окнах
офиса продаж



Сделайте офис продаж с витриной



Подсветите кран



Порядка 30% обращений в офис продаж происходит в результате правильного оформления стройки.

РАЗРЕШЕНО

Если здание находится в государственной или муниципальной собственности, то право размещения рекламной конструкции надо получать через конкурс или аукцион.

При размещении рекламы на фасаде многоквартирного дома необходимо будет провести общее собрание собственников жилья и осветить следующие вопросы:

- возможность размещения рекламы на крыше или стене здания;
- выбор лица, который от имени жильцов будет заключать договор с рекламодателем;
- условия, в том числе условия оплаты, на которых жильцы дома соглашаются разместить рекламу.

По каждому из этих вопросов должно быть принято решение не менее чем 2/3 от общего количества голосов собственников жилья.



ВЕЛИКИЙ И МОГУЧИЙ РУССКИЙ ЯЗЫК



Окказионализм

Ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе является отсылочной к общим положениям законодательства Российской Федерации, за нарушение данной нормы в ст. 38 Закона о рекламе не предусмотрен субъект ответственности, соответственно **возбуждение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе за нарушение правил использования русского языка не допускается.**

ПЕРЕВОД ИНОСТРАННЫХ СЛОВ

ЗАПРЕЩЕНО



Все иностранные слова в рекламе необходимо перевести на русский язык или написать идентичные по содержанию и оформлению слова на русском языке

РАЗРЕШЕНО



Когда название на иностранном языке является зарегистрированным товарным знаком

Использование в рекламе иностранных слов и выражений может привести к искажению смысла информации. И тогда антимонопольные органы смогут расценить это как нарушение п. 1 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Штраф в размере от 100 до 500 тыс. рублей (ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ).

В ПОГОНЕ ЗА КРЕАТИВОМ НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О ФАС



«Демонстрирует образ социального поведения, оскорбительный для убеждений граждан об институте семьи, как высшей ценности человечества».



Родители негодуют



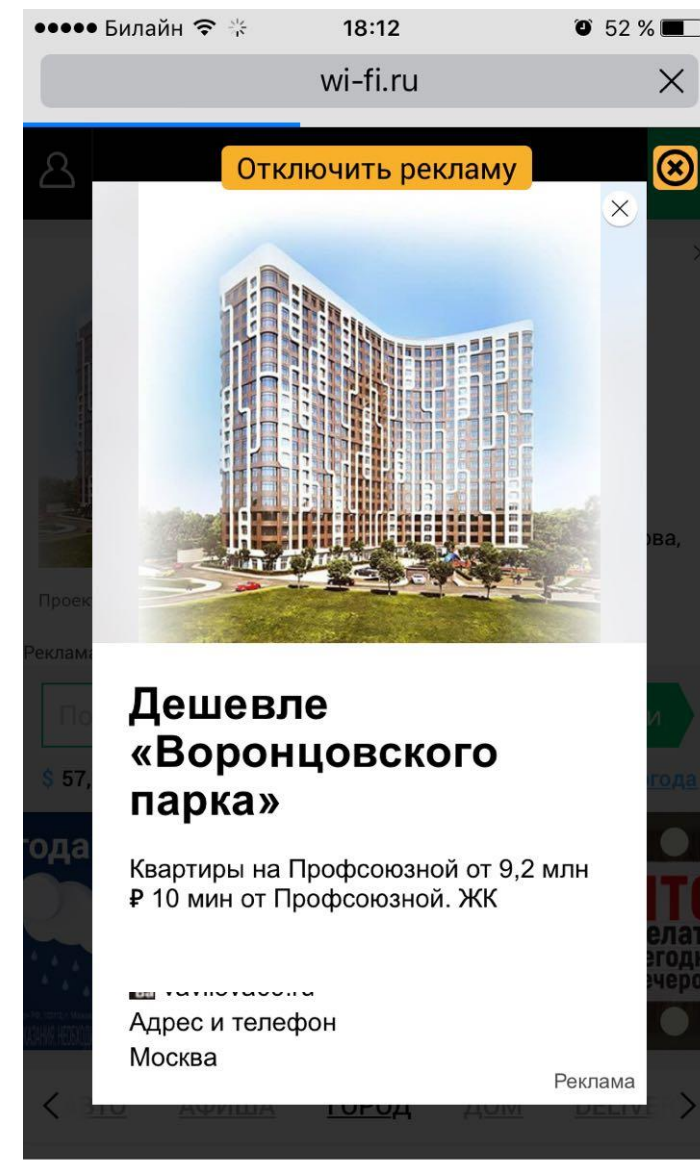
Ж — это жилплощадь, а не то, что вы подумали

НЕКОРРЕКТНО СРАВНИВАТЬ РЕКЛАМИРУЕМЫЙ ЖК С КОНКУРЕНТАМИ

В соответствии со ст. 5 закона О рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно нормам указанной статьи, недостоверной является реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.



ДИПЛОМ ЛАУРЕАТА КОНКУРСА НЕ ДАЁТ ПРАВА НАЗЫВАТЬ СЕБЯ «ЛУЧШИМ»

ПРЕССА

- Новости
- СМИ о нас
- Мероприятия

НОВОСТИ

22

05 | 17

Акционерный коммерческий банк "АК БАРС" аккредитовал ЖК «Орехово-Борисово»!

15

05 | 17

РГ – Девелопмент получила почетную награду в рамках премии Move Realty Awards сезона 2016!

10

05 | 17

Сотрудники РГ - Девелопмент посетили Краснопресненский завод железобетонных конструкций!

«Рога и Копыта» получила почетную награду в рамках премии Move Realty Awards сезона 2016!

15 МАЯ 2017

Уважаемые покупатели!

Рады сообщить, что компания РГ – Девелопмент получила почетную награду в рамках премии Move Realty Awards сезона 2016.

Проект ЖК «Родной город. Октябрьское поле» стал финалистом номинаций: «Народный выбор» и «Проект года комфорт-класса» в Москве. Всего в премии Move Realty Awards сезона 2016 участвовали порядка 150 проектов жилой недвижимости.

Move Realty Awards – ежегодная профессиональная премия в сфере недвижимости, задача которой – определить надежных застройщиков, комфортные для проживания объекты недвижимости и компании, предлагающие наиболее эффективные услуги по интернет-рекламе. Благодаря премии Move Realty Awards, девелоперские компании получают уникальную возможность продемонстрировать клиентам преимущества своих проектов.



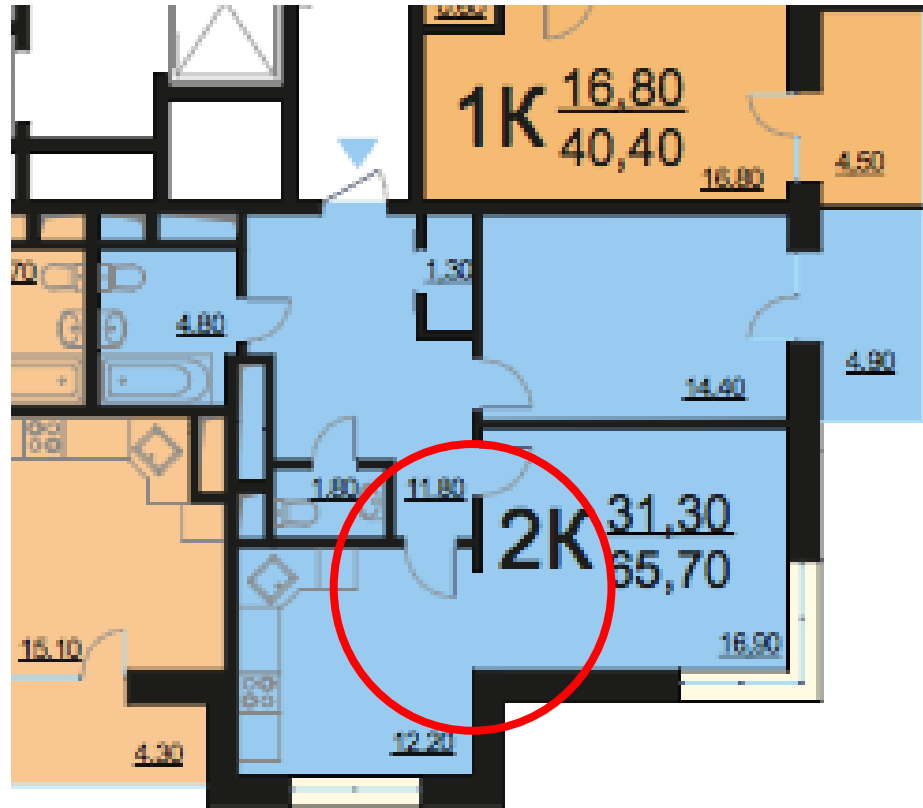
По факту компания номинировалась на премию, но победителем не стала. Ей вручили диплом финалиста.



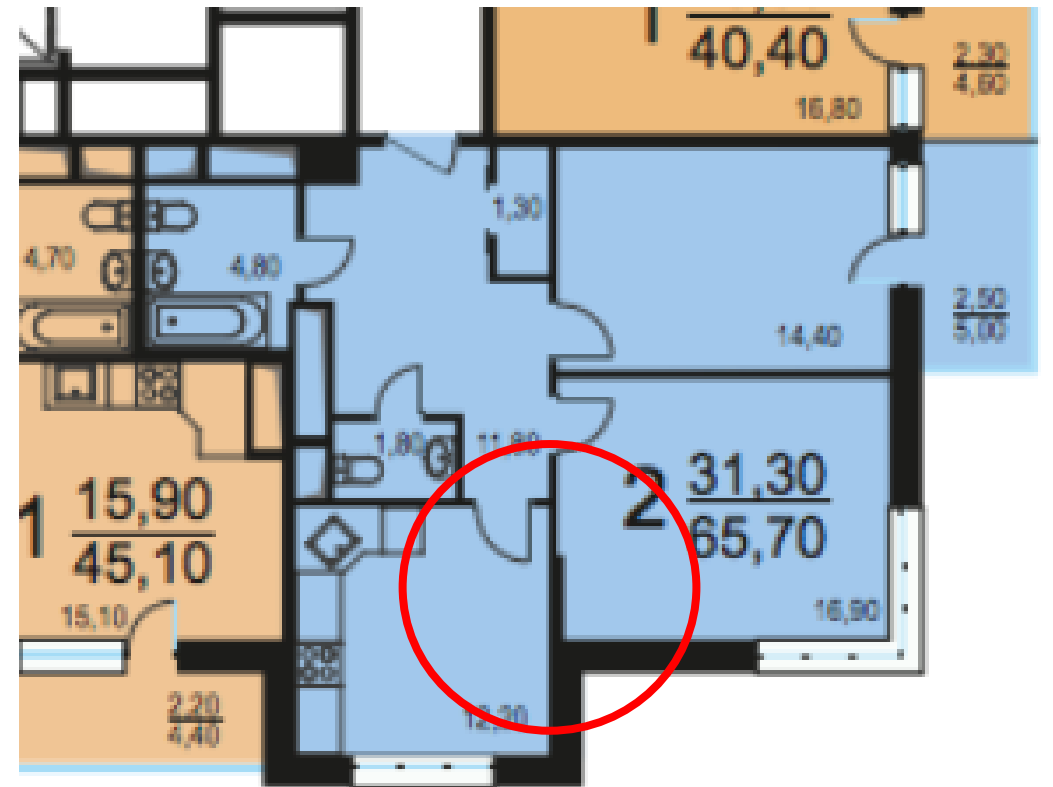
В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами закона О рекламе, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления 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», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

ПЛАНИРОВКИ НА САЙТЕ

Первоначальная планировка

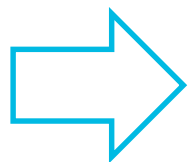


Спустя полгода



ИЗОБРАЖЕНИЯ НА САЙТЕ

Рендер на сайте



Реальность



ИЗОБРАЖЕНИЯ



При использовании изображений в рекламных макетах не забывайте:

- Покупать изображения из фотобанков
- Использовать достоверные изображения
- При размещении фото ребенка получать письменное разрешение от родителей
- Не использовать фото знаменитостей (даже если вы скачали его из фотобанка)
- Делать собственные уникальные фотографии