



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Свердловской области**

ул. Московская, 11, г. Екатеринбург, 620014
тел. (343) 377-00-83, факс (343) 377-00-84
e-mail: to66@fas.gov.ru

№ _____

На № _____ от _____

ООО «Пиццерия № 1»

Станкостроителей ул., д. 20,
оф. 17Б, г. Ульяновск, 432042

feedback@dodopizza.com
mr@eatdodo.ru

РЕШЕНИЕ
по делу № 066/05/5-1594/2021

Резолютивная часть оглашена 08.06.2021

В полном объеме изготовлено 18.06.2021

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии, рассмотрев дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 08.03.2021 рекламы «*Чизбургер-пицца в подарок 25 см при заказе от 695 р...*», содержащей признаки нарушения п. 3 и п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе)

при участии в качестве:

- заявитель – физическое лицо (извещено);

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства (рекламодатель): ООО «Пиццерия № 1» (ОГРН 1167325053280432042, ИНН 7327077004, юр. адрес: г. Ульяновск, ул. Станкостроителей, д. 20, оф. 17Б) – <...> (доверенность б/н от 20.05.2021).

УСТАНОВИЛА:

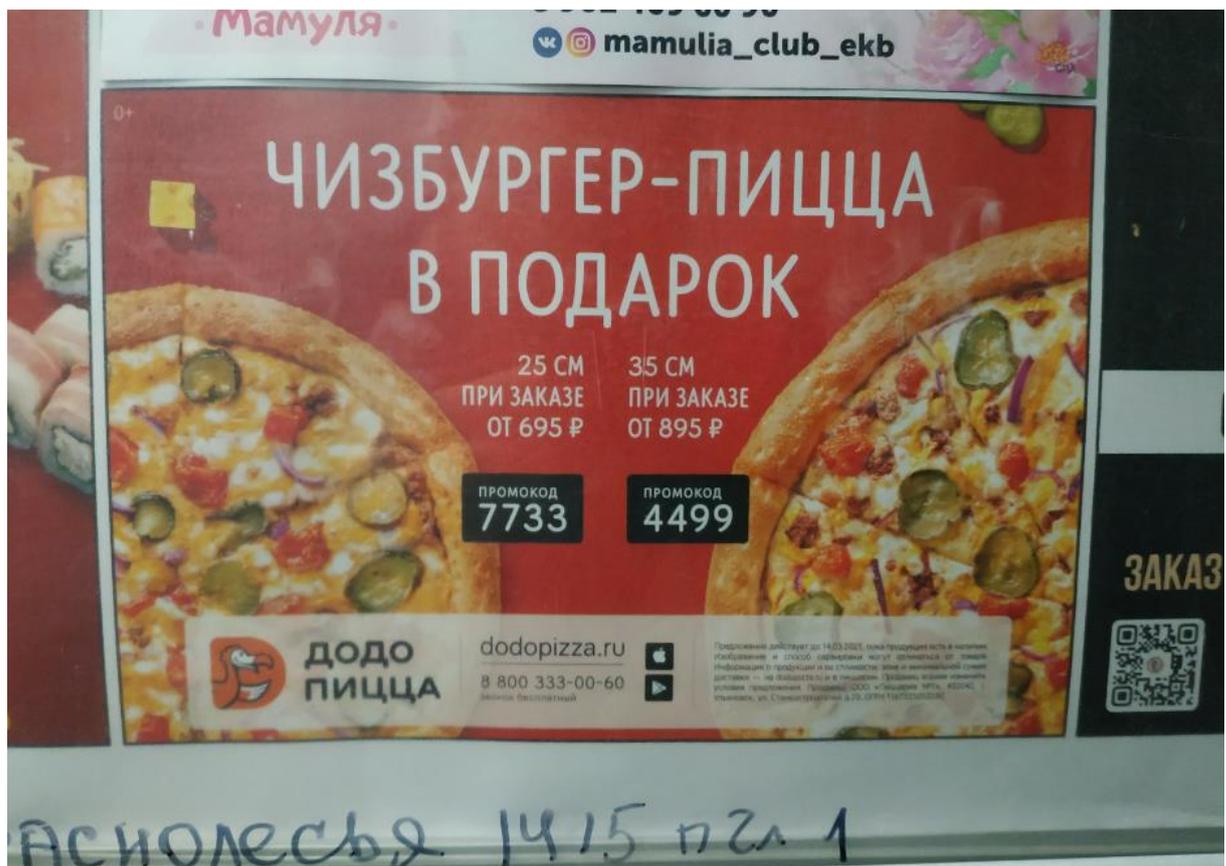
Дело возбуждено в отношении ООО «Пиццерия № 1» определением от 30.04.2021 на основании сведений, содержащихся в заявлении физического лица (вх. № 01-7146 от 11.03.2021).

Рассмотрение дела определением от 30.04.2021 назначено на 08.06.2021 в 17 час. 00 мин. путем проведения видеоконференцсвязи с использованием программы «TrueConf» по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/0762644925>.

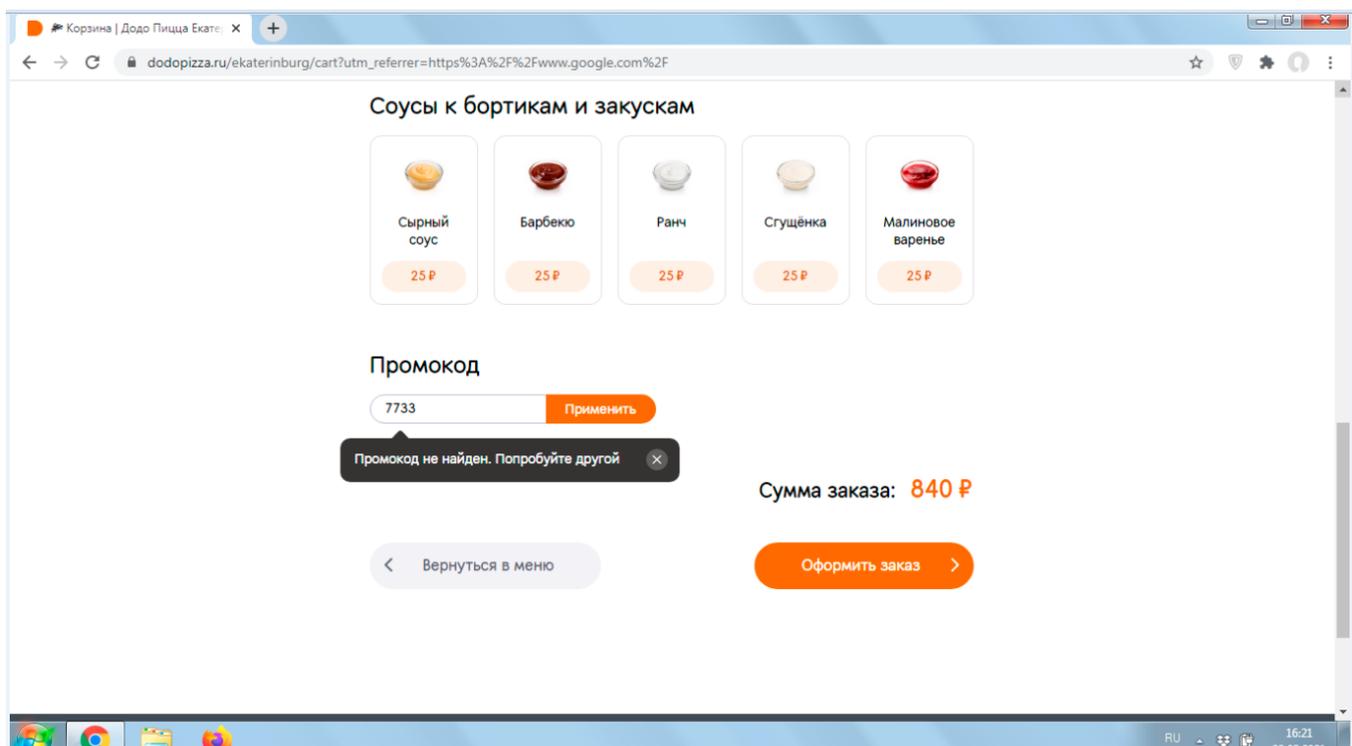
При рассмотрении дела установлено следующее.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх. № 01-7146 от 11.03.2021) о распространении 08.03.2021 в г. Екатеринбурге на рекламных стендах, размещенных в лифте многоквартирного дома по адресу: ул. Краснолесья, д. 14, к. 5 (подъезд 2) рекламы следующего содержания:

«Чизбургер-пицца в подарок 25 см при заказе от 695 р – промокод 7733, 35 см при заказе от 895 р. – промокод 4499. Додо Пицца. Dodopizza.ru. 8 800 333-00-60. Мелкий шрифт: Предложение действует до 14.03.2021, пока продукция есть в наличии. Изображение и способ сервировки могут отличаться от товара. Информация и продукции и ее стоимости, зоне и минимальной сумме доставки – на dodopizza.ru и в пиццерии. Продавец вправе изменить условия предложения. Продавец: ООО «Пиццерия № 1». 432042, г. Ульяновск, ул. Станкостроителей, д. 20. ОГРН 1167325053280» с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).



Заявитель указал, что в рекламе указано, что до 14.03.2021 при заказе от 695 рублей, покупатель получает в подарок «Чизбургер-пиццу» диаметром 25 см. Для получения подарка при заказе необходимо было ввести промокод – 7733. 8 марта 2021 г. заявитель сделал заказ на сайте «Додо Пицца» <https://dodopizza.ru/> на сумму 840 рублей. Однако система приема заказов отказалась принять промокод, указанный в рекламе. Оператор колл-центра также отказалась включить в заказ подарок.



После чего заявитель посредством электронной почты отправил письменную претензию «Команде поддержке Додо Пиццы». В ответе на претензию компания признала свою ошибку, однако, как указал заявитель, выполнить взятые на себя в рекламе обязательства отказалась.

#79659655 Не сработал промокод Входящие



Команда поддержки Додо Пиццы

кому: я

пн, 8 мар., 17:27 (3 дня назад)

Даниил, промокод исправили. Спасибо за то, что заметили ошибку. Хорошего дня!

Специальный агент Додо-поддержки, Валерия.

Пожалуйста, оцените ответ на письмо.

Это поможет нам стать лучше!

С любовью, Додо Пицца



[#ID-79659655]

8 марта 2021 г. 15:58, Даниил Макаров:

Здравствуйте!

Заказал пиццу. Екатеринбург, 08 марта, номер 131. Промокод 7733 не сработал. Сначала не обратил внимания. Когда заметил, позвонил, чтобы добавили. Оператор сказала, что акция действовала до 07.03. Ещё раз посмотрел на рекламу - внизу мелко написано, что акция действует до 14.03. Фото прикладываю.

Нарушение закона о рекламе здесь вижу я. Довезите пиццу при случае.

Даниил Макаров,
+7 905 8030530

Ответить

Переслать

ООО «Пиццерия № 1» в письменных пояснениях (вх. № 01-15739 от 31.05.2021) сообщило следующее.

ООО «Пиццерия №1» зарегистрировано в качестве субъекта предпринимательской деятельности с ноября 2018 г.

Генеральным директором является <...>.

В качестве основного вида экономической деятельности, согласно выписки из ЕГРЮЛ является - деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания (код: 56.10).

Свою предпринимательскую деятельность ООО «Пиццерия №1» осуществляет под товарным знаком «Додо» на основании договора коммерческой концессии.

Деятельность организации по оказанию услуг общественного питания оказывается в пределах г. Екатеринбурга.

В ходе осуществления коммерческой деятельности по оказанию услуг общественного питания, Общество, в целях развития рекламы и привлечения массового внимания к коммерческому обозначению ведет работу в области маркетинга.

Ответственным за создание и распространение рекламы является сотрудник - <...> (далее – маркетолог).

<...> работает в Обществе по трудовому договору № 25 от 08 октября 2018 года и осуществляет должностную функцию маркетолога. Согласно п. 2.4. Должностной инструкции в обязанности <...> входит управление маркетингом, а именно: планировать, организовывать и контролировать рекламные кампании по продвижению товаров и услуг Компании на локальном рынке. То есть <...> является ответственной за организацию рекламы в средствах массовой информации и адресной рекламы; за организацию спонсорских и представительских мероприятий; за организацию внутренней рекламы через декоративно-оформительские средства и на информационных носителях. Согласно п. 3.2. Должностной инструкции, маркетолог имеет право готовить и представлять непосредственному руководителю свои предложения по совершенствованию маркетинга, деятельности отдела (его дополнительному кадровому, материально-техническому обеспечению).

Третье лицо (потребитель услуг и товаров ООО «Пиццерия №1; Додо Пицца») указал, что 8 марта 2021 г. он сделал заказ на сайте «Додо Пицца» на сумму 840 рублей, однако система приема заказов отказалась принимать промокод, указанный в рекламе. Оператор колл-центра отказалась включить в заказ подарок. Заявитель указал, что оформил претензию на электронную почту. Рекламодатель признал свою ошибку, однако выполнить требования, указанные в претензии отказался (данный факт опровергается информацией, представленной от ООО «Додо КЦ Сыктывкар»).

На основании вышеизложенного УФАС по Свердловской области указывает, что вышеназванная реклама признается недостоверной.

14 января 2019 г. между Обществом (рекламодатель) и ООО «ИнПро» (Исполнитель, Рекламораспространитель) был заключен договор №89-РУ/19. Согласно предмету договора Исполнитель принимает на себя обязательства по изготовлению, размещению, демонстрации графических, рекламно-информационных изображений и техническому обслуживанию рекламных стендов в лифтовых кабинах жилых домов г. Екатеринбурга.

Спорная реклама размещалась именно в соответствии с вышеназванным договором.

Согласно п. 2.1. Договора Исполнитель обязан изготовить и предложить Заказчику бесплатно варианты дизайн-макетов. Стоимость логотипов, авторских иллюстраций и макетов оговаривается отдельно.

В данном случае, макет разрабатывался иждивением ООО «Пиццерия №1», данные о промокодах были сообщены Исполнителю Рекламодателем.

Данная реклама распространялась на территориях, определенных согласно приложению к договору (Приложение № 6 от 03.02.2021). Районы размещения – весь город, количество рекламных мест – 4350 шт.

Рекламная компания носила локальный характер (реклама не в пределах всей сети «Додо Пицца»).

Алгоритм составления рекламной кампании, переговоры с подрядчиками:

1. После выбора канала распространения рекламы, маркетолог ООО «Пиццерия №1» составляет акционное предложение для продвижения в данном канале.
2. Определяете подрядчиком период размещения.
3. Создает во внутренней системе Додо ПС, промоакцию с указанием сроков. И генерирует промокод для акции. Информационная Система Dodo IS (по тексту настоящего Договора «Dodo IS») – программа ЭВМ облачного типа, доступ к которой предоставляется в онлайн режиме, способствующая автоматизации бизнес-процессов Предприятий Сети.
4. Маркетолог создает макет, либо выбирает из имеющегося банка макетов подходящий.
5. Открывает его в редакторе иллюстраций, добавляет промокод. Меняет информацию в футере (срок, данные юр.лица)
6. Направляет подрядчику готовый макет в формате PDF по электронной почте
7. В ответ подрядчик после согласования со своей стороны высылает в формате PNG итоговый вариант который пойдет в печать, для того чтобы на общей картинке исключить перемещения текста или иллюстраций на картинке (что всё осталось на своем месте).
8. Маркетолог ООО «Пиццерия №1» согласовывает макет, отправляя ответного письмо с текстом «Согласовано»
9. Подрядчики вставляют макет в общую раскладку и отправляют в печать
10. В указанную дату размещают макет, отправляют ссылку на фотоотчет.

Организация рекламной кампании с ООО «ИнПро».

- 1) ООО «Пиццерия №1» и ООО «ИнПро» оговорили сроки размещения с 8.02.21 по 7.03.21г.
- 2) Маркетолог <...> создала акцию в Додо ПС, со сроком с 8.02.21 по 7.03.21. Создала промокод.
- 3) Макет для рекламной кампании маркетологом был взят из банка имеющихся согласованных макетов.
- 4) В имеющийся макет в редакторе иллюстраций Маркетолог добавила созданный промокод. Поменяла в футере информацию о юр.лице. Срок проглядела в макете.
- 5) Маркетолог направила подрядчику готовый макет в формате PDF по электронной почте.
- 6) В ответ подрядчик (ООО «ИпПро») со своей стороны выслал макет в формате PNG на согласование.
- 7) <...>, оценив все ли картинки и текст на своем месте, его согласовала ответным письмом по электронной почте с текстом «Согласовано».
- 8) Подрядчик вставил макет в общую раскладку и отправил в печать.
- 9) Ответственным за создание промокодов, которые не могли быть активированы является маркетолог <...>.

Данное нарушение произошло в отсутствии умышленной формы вины.

После выяснения обстоятельств: о факте нарушения закона «О рекламе» (о невозможности активации промокода) со стороны ООО «Пиццерия №1», а также Управляющей компании были совершены действия, направленные на возмещение убытков, вызванных распространением недостоверной рекламы.

Так, Потребителю (<...>) были начислены Додо рубли в размере - 1000 (одна тысяча), которые могут быть потрачены клиентом при оформлении последующих заказов в сети «Додо Пицца». <...>15 марта 2021 г. были потрачены Додо рубли при приобретении продукции сети «Додо Пицца».

Также стоит отметить, что после этого иных случаев невозможности активации указанного в рекламе промокода зафиксировано не было, жалоб со стороны иных Потребителей не поступало.

В отношении сотрудника было назначено служебное расследование.

Учитывая положения трудового договора и должностной инструкции, полагаем, что осуществление рекламных акций и мероприятий по привлечению внимания потребителя должны были быть совершены <...> в строгом соответствии с законодательством РФ, а именно с законом «О рекламе».

По данному нарушению в ООО «Пиццерия №1» была создана комиссия и был поставлен вопрос о привлечении <...> к дисциплинарной ответственности. Было предложено подготовить объяснения по факту размещения рекламы с промокодом, который не мог быть активирован.

В объяснении <...> ссылается на то, что допущенное нарушение имело форму неосторожности, не имело умысла, и что она не надлежащим образом исполнила возложенные на нее трудовые обязанности (согласно должностной инструкции).

По результату рассмотрения комиссией письменных объяснений, генеральным директором <...> было принято решение о привлечении маркетолога <...> дисциплинарной ответственности в виде замечания.

Данная мера дисциплинарной ответственности была выбрана, так как ранее сотрудник выполняла свои должностные обязанности с надлежащим качеством, замечаний со стороны УФАС не имелось, на лицо неосторожная форма вины.

Также на сотрудника <...> была возложена обязанность по разработке внутреннего локального акта «Методическое руководство по рекламе», с последующим утверждением данного документа генеральным директором - <...>.

О том, что нарушение норм рекламного законодательства произошло по неосторожности указывает и тот факт, что маркетологом указан федеральный номер сети.

Нарушение каких-либо положений действующего законодательства влечет ответственность со стороны Управляющей компании (ООО «Додо КЦ Сыктывкар»).

При рассмотрении материалов, ООО «Пиццерия №1» просит учесть следующие обстоятельства:

1. Ранее ООО «Пиццерия №1» к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства и законодательства «О рекламе» не привлекалось.

2. ООО «Пиццерия №1» относится к категории СМП. Возложение значительных финансовых санкций может значительно ухудшить финансовые показатели общества.

3. Обществом предприняты меры в конкретной ситуации по предотвращению негативных последствий, которые возникли для конкретного потребителя Товара (ему переведены додо рубли, которые были использованы).

4. Нарушение закона «О рекламе» не создало опасности для окружающих, для Общества или государства (в рекламе отсутствует призыв к насилию, жестокости, отсутствуют элементы неэтичной рекламы или иные признаки нарушения законодательства, которые могли бы повлечь нарушение интересы других - третьих лиц).

5. Обществом предпринят ряд дополнительных мер (привлечение к дисциплинарной ответственности сотрудника, разработка методических указаний по рекламе, внесение дополнений в должностную инструкцию), которые должны сыграть

положительную и превентивную роль в недопущении в последующем какого-либо рода нарушений рекламного законодательства.

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующих в деле лиц, Комиссия приходит к следующим выводам.

В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации) под информацией понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством Российской Федерации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

Законодательством Российской Федерации, согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации, могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

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 (п. 1 ст. 3 Закона 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 (п.2 ст.3 Закона о рекламе).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закон о рекламе).

Из определения понятия «реклама» следует, что для признания информации рекламой она должна одновременно выполнять несколько условий, а именно:

- быть распространенной любым способом, в любой форме;
- быть адресованной неопределенному кругу лиц;
- быть направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования,

формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данной норме под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Соответственно, распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц,

поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировании к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя. Под рекламой следует понимать сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям. Реклама призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Материалами дела установлено, что в г. Екатеринбурге с 08.02.2021 по 07.03.2021 на рекламных стендах, размещенных в лифте многоквартирных домов, в количестве 4350 рекламных мест, распространена реклама следующего содержания:

**ЧИЗБУРГЕР-ПИЦЦА
В ПОДАРОК**

25 CM ПРИ ЗАКАЗЕ ОТ 695 ₽	35 CM ПРИ ЗАКАЗЕ ОТ 895 ₽
---------------------------------	---------------------------------

ПРОМОКОД **7733** ПРОМОКОД **4499**

ДОДО ПИЦЦА dodopizza.ru 8 800 333-00-60
звонок бесплатный

Предложение действует до 14.03.2021, пока продукция есть в наличии. Изображение и способ сервировки могут отличаться от товара. Информация о продукции и ее стоимости, зоне и минимальной сумме доставки — на оборотной и в глянцере. Продавец вправе изменить условия предложения. Продавец: ООО «Глянцера 191», 432042, г. Ульяновск, ул. Станкостроительная д.20. ОГРН 1167325052281.

«Чизбургер-пицца в подарок 25 см при заказе от 695 р – промокод 7733, 35 см при заказе от 895 р. – промокод 4499. Додо Пицца. Dodopizza.ru. 8 800 333-00-60. Мелкий шрифт: Предложение действует до 14.03.2021, пока продукция есть в наличии. Изображение и способ сервировки могут отличаться от товара. Информация и продукция и ее стоимости, зоне и минимальной сумме доставки – на dodopizza.ru и в пиццерии. Продавец вправе изменить условия предложения. Продавец: ООО «Пиццерия № 1». 432042, г. Ульяновск, ул. Станкостроителей, д. 20. ОГРН 1167325053280».

Указанная информация соответствует понятию реклама, изложенному в п. 1. ст. 3 Закона о рекламе, поскольку распространена посредством распространения на рекламных стендах в лифтовых кабинах многоквартирных домов, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к объекту рекламирования – рекламной акции ООО «Пиццерия № 1» «чизбургер-пицца в подарок», и продвижение данного объекта рекламирования на рынке.

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п. 4 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит:

3) об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;

4) не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Таким образом, реклама содержит недостоверные сведения об условиях приобретения товаров при заказе от определенной суммы на сайте <https://dodopizza.ru/>, а именно о предоставлении чизбургер-пиццы в подарок, в период проведения акции до 14.03.2021, по промокодам, которые не могут быть активированы до 14.03.2021, так как при создании акции во внутренней информационной системе ООО «Пиццерия № 1» сотрудником был создан промокод со сроком действия с 08.02.2021 по 07.03.2021.

Таким образом, в рекламе имеются нарушения п. 3 и п. 4 ч. 3 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (ст. 3 Закона о рекламе).

Управление многоквартирным домом по адресу: г. Екатеринбург, ул. Краснолесья, 14, к. 5, осуществляет ТСЖ «Краснолесье». ТСЖ «Краснолесье» за вх. № 01-9985 от 05.04.2021 представило копии заключенных с ООО «РЦИН» (ИНН 1832114139) договоров, предметом которых является предоставление услуг по обеспечению возможности размещения в лифтовых кабинах зданий (г. Екатеринбург, ул. Краснолесье, д. 14, к. 5, подъезд № 2), средств рекламы и информации, а именно договор от 01.07.2018 № 21/18 с ООО «РЦИН» с приложением от 01.07.2018 № 1, который расторгнут согласно дополнительному соглашению от 31.12.2020; договор от 01.01.2021 № 310/21.

Для установления рекламодателя рассматриваемой рекламы направлен запрос ООО «РЦИН».

ООО «РЦИН» за вх. № 01-10724 от 12.04.2021 сообщило, что подтверждает наличие и исполнение договора об оказании услуг по обеспечению возможности размещения в лифтовых кабинах зданий (г. Екатеринбург, ул. Краснолесье, д. 14, к. 5),

заключенного с ТСЖ «Краснолесье». В то же время, принадлежащие ООО «РЦИН» информационные стенды, переданы в аренду ООО «ИнПро», которое непосредственно осуществляет деятельность в качестве рекламодателя и заключает договоры о размещении рекламы с рекламодателями. Ввиду того, что ООО «РЦИН» деятельность по непосредственному взаимодействию с рекламодателями не осуществляет, стороной договора о размещении рекламы, заключенного между рекламодателем и рекламодателем, не является, то сведениями о рекламодателе рекламного сообщения не располагает. Сведения о рекламодателе рекламы, размещаемой по адресу: г. Екатеринбург, ул. Краснолесье, д. 14, к. 5: ООО «ИнПро» (ОГРН 1176658056486, ИНН 6685134282, юр. адрес: 620089, г. Екатеринбург, ул. Онежская, д. 8-А, помещения 14-25, почтовый адрес: 620028, г. Екатеринбург, ул. Мельникова, д. 27, офис 6.3, адрес электронной почты: inpro-reklama@bk.ru, тел./факс: 8 (343) 305-5000).

ООО «РЦИН» представлена копия договора аренды б/н от 02.10.2017, согласно условиям которого Арендодатель (ООО «РЦИН») предоставляет Арендатору (ООО «ИнПро») в аренду (во временное владение и пользование) информационные стенды для размещения Арендатором рекламно-информационных материалов (далее – РИМ), расположенные (смонтированные Арендодателем) в лифтовых кабинах многоквартирных домов (далее – рекламоноситель), а Арендатор уплачивает Арендодателю арендную плату в соответствии с условиями настоящего договора (п. 1.1 договора). Адресный перечень многоквартирных домов, количество передаваемых в аренду рекламоносителей в каждом из домов, а также общее количество арендуемых рекламоносителей указываются сторонами в приложении, которое является неотъемлемой частью данного договора (п. 1.2 договора).

Управлением направлен запрос ООО «ИнПро» (исх. № 7218 от 13.04.2021) о предоставлении копии договора с рекламодателем указанной рекламы в срок до 29.04.2021. Вместе с тем, по состоянию на 30.04.2021 информация в Свердловское УФАС России не поступила.

ООО «Пиццерия № 1» сообщило, что реклама распространялась в соответствии с заключенным 14.01.2019 между Обществом (рекламодатель) и ООО «ИнПро» (Исполнитель, Рекламодатель) договора №89-ПУ/19 и приложением от 03.02.2021 № 6 к нему. Согласно предмету договора Исполнитель принимает на себя обязательства по изготовлению, размещению, демонстрации графических, рекламно-информационных изображений и техническому обслуживанию рекламных стендов в лифтовых кабинах жилых домов г. Екатеринбурга.

Приложением № 6 от 03.02.2021 к договору от 14.01.2019 №89-ПУ/19 установлено следующее.

График размещения:

Срок оказания услуг
08.02.21-07.03.21

Характеристика рекламных мест (программа размещения):

- 28 (двадцать восемь) календарных дней.

- замена рекламной информации 7 календарных дней.

№ п/п	Вид (тип) объекта на котором расположено рекламное место	Местоположение рекламных мест	Количество рекламных мест (шт.)	Размер рекламной продукции (мм.)
1	Информационные стенды	Района размещения «Весь город»	4350	A5:190*128

Таким образом, учитывая, что заявителем реклама была обнаружена 08.03.2021, период распространения рекламы с 08.03.2021 по 08.03.2021.

Рекламодателем является ООО «Пиццерия № 1» (ОГРН 1167325053280432042, ИНН 7327077004, юр. адрес: г. Ульяновск, ул. Станкостроителей, д. 20, оф. 17Б), указанное в рекламе в качестве продавца.

В связи с тем, что распространение рекламы прекращено, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламного законодательства образует событие предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) административного правонарушения.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Юридические лица, согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями Особенной части КоАП РФ, а ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность юридических лиц.

Защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического

лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

Законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

В соответствии с ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (ст. 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

Под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Под организационно - распорядительными функциями понимаются полномочия, которые связаны с руководством трудовым коллективом или находящимися в их служебном подчинении отдельными работниками, с формированием кадрового состава и определением трудовых функций работников, с организацией порядка прохождения службы, применения мер поощрения или награждения, наложения дисциплинарных взысканий и т.п. К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия.

Под административно-хозяйственными функциями понимаются полномочия по управлению и распоряжению имуществом и (или) денежными средствами, находящимися на балансе и (или) банковских счетах организаций, учреждений, воинских частей и подразделений, а также по совершению иных действий (п. 4 и п. 5 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 16.10.2009 №19 «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий»).

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит

иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922), Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную с 08.02.2021 по 07.03.2021 на рекламных стендах, размещенных в лифтах многоквартирных домов, в количестве 4350 рекламных мест, реклама следующего содержания: *«Чизбургер-пицца в подарок 25 см при заказе от 695 р – промокод 7733, 35 см при заказе от 895 р. – промокод 4499. Додо Пицца. Dodopizza.ru. 8 800 333-00-60. Мелкий шрифт: Предложение действует до 14.03.2021, пока продукция есть в наличии. Изображение и способ сервировки могут отличаться от товара. Информация и продукции и ее стоимости, зоне и минимальной сумме доставки – на dodopizza.ru и в пиццерии. Продавец вправе изменить условия предложения. Продавец: ООО «Пиццерия № 1». 432042, г. Ульяновск, ул. Станкостроителей, д. 20. ОГРН 1167325053280»*, нарушающей п. 3 и п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку реклама содержит недостоверные сведения об условиях приобретения товаров, а именно о предоставлении чизбургер-пиццы в подарок при заказе от определенной суммы на сайте <https://dodopizza.ru/> в период проведения акции до 14.03.2021, по промокодам, которые не могут быть активированы до 14.03.2021.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. Свердловское УФАС России уведомляет **ООО «Пиццерия № 1»** о необходимости явки в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **21 июля 2021 г. в 15 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

ООО «Пиццерия № 1» вправе представить в Свердловское УФАС России письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту нарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить **в письменной форме** и раскрыть в них свою позицию относительно указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами. В письменных пояснениях также следует отразить сведения о должностном лице (выполняющем организационно-распорядительные или административно-хозяйственные

функции), ответственном за соответствие рассматриваемой рекламы законодательству Российской Федерации, с приложением копии его паспорта (разворот первой и второй страниц, страниц с адресом регистрации) и документов, подтверждающих его служебное положение.

4. **Генеральному директору ООО «Пиццерия № 1» <...>** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **15 июля 2021 г. в 15 час. 30 мин.** для составления в отношении должностного лица протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение либо обеспечить ознакомление с данным решением и явку должностного лица (выполняющего организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции), ответственного за соответствие рассматриваемой в настоящем деле рекламы законодательству Российской Федерации, и **в срок до 12 июля 2021 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения (их надлежаще заверенные копии) в отношении ответственного должностного лица:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию паспорта (разворот первой и второй страниц, страниц с адресом регистрации);
- документы, подтверждающие служебное положение (копии приказа о назначении/переводе на должность с отметкой об ознакомлении (на момент размещения рассматриваемой рекламы), должностной инструкции, иное);
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

Согласно ч. 6 ст. 19.8 КоАП РФ представление сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных таких сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>