

## РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-810/2022

### о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«05» апреля 2023 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «05» апреля 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «05» апреля 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя - начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

член Комиссии – главный государственный инспектор отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

рассмотрев дело № 012/05/5-810/2022, возбужденное по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении ООО «Маркетплейс», ООО «Мобайл Ритейл», ООО «Яндекс» по факту размещения рекламы «-86%. 620 Р. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...» в сервисе «Яндекс.Директ»,

в присутствии заявителя <...> , представителей ООО «Маркетплейс» по доверенности от 22.04.2022 № 63-2022 <...> , от 21.11.2022 № б/н <...> , представителя ООО «Мобайл Ритейл» по доверенности от 10.11.2022 <...> , представителя ООО «С-Маркетинг» по доверенности № 157 от 28.03.2023 <...> , представителей ООО «Яндекс» по доверенности от 14.02.2022 <...> , от 16.04.2022 <...> ,

#### УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее — Марийское УФАС России) поступило заявление от 05.09.2022 вх. № 354-Е о нарушении Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Исходя из текста обращения следует, что <...> обнаружена реклама «86%. 620 P. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...» в сервисе «Яндекс.Директ» следующего содержания:

Указанное рекламное объявление «кликабельно», при переходе на сайт sbermegamarket.ru указана следующая информация:

Цена товара «умная колонка Xiaomi Mi Smart Speaker L09GQBH4221RU (White)» указана в размере 3690 руб., что не соответствует информации, указанной в рекламе в системе Яндекс.Директ.

03.11.2022 Марийским УФАС России в адрес Федеральной антимонопольной службы направлено ходатайство (№ ОЕ/6332/22) о наделении Марийского УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы в сервисе «Яндекс.Директ» «-86%. 620 P. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...», содержащей признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Письмом от 15.11.2022 вх. № 8646-ЭП/22 ФАС России наделила Марийское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы в сервисе «Яндекс.Директ» с выражением «-86%. 620 P. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...», содержащей признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Марийским УФАС России в отношении ООО «Маркетплейс» (ИНН 9701048328, ОГРН 1167746803180), ООО «Мобайл Ритейл» (ИНН 5074072030, ОГРН 1215000112282) возбуждено дело № 012/05/5-810/2022 по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе по факту размещения рекламы «-86%. 620 P. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...» в сервисе «Яндекс.Директ».

Также определением от 20.01.2023 по делу № 012/05/5-810/2022 статус ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543, ОГРН 1027700229193) изменен с заинтересованного лица на лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

ООО «Маркетплейс» в ходе рассмотрения дела пояснило, что данные о ценах товаров, реализуемых продавцами на площадке СбермегаМаркет, предоставляются непосредственно продавцами. В рамках заключённых договоров с продавцами ООО «Маркетплейс» оказывает услуги по организации и проведению маркетинговых акций по продвижению товаров. Предоставление РИМ происходит путем сбора ФИДов и направления данных в Яндекс. Объект рекламирования и содержание текста рассматриваемой рекламы определяет ООО «Маркетплейс». ООО «Маркетплейс» также указало, что рекламодателем рекламной информации является ООО «Маркетплейс», рекламопроизводителем и рекламораспространителем является ООО «Яндекс». 02.09.2022 продавец ООО

«Мобайл Ритейл» передал данные о цене 620 рублей за товар «Умная колонка Xiaomi Mi Smart Speaker L09G QBH4221RU (White)». 02.09.2022 ООО «Маркетплейс» передало данные в ООО «Яндекс» о цене товара 620 рублей. 02.09.2022 ООО «Яндекс» скачало со своего сервера ФИД с ценой товара 620 рублей. 02.09.2022 ООО «Мобайл Ритейл» заблокировало размещение своих товарных предложений, в связи с чем ООО «Маркетплейс» передало данные в Яндекс о цене товара 3690 рублей. 07.09.2022 года ООО «Яндекс» скачало со своего сервера ФИД с ценой товара 3690 рублей. 15.09.2022 года от представителя ООО «Яндекс» было получено письмо с подтверждением возникших в период с 02.09.2022 года по 06.09.2022 года технических проблем с производством и распространением РИМ из-за невозможности скачать ФИД. Общество также сообщило (письменные пояснения от 26.01.2023), что срок хранения передачи фида в систему Яндекс.Директ составляет 2 месяца, функционал личного кабинета в системе «Яндекс.Директ» не предусматривает возможность отслеживания истории передачи фидов. Фид на рассматриваемый товар продолжает обновляться, в личном кабинете отражается только актуальная дата последнего обновления.

На рассмотрении дела, а также в письменных пояснениях представитель ООО «Маркетплейс» пояснила, что по правилам сервиса Яндекс, после получения информации об обновлении цены, рекламная информация в системе Яндекс обновляется в течении 24 часов.

ООО «Мобайл Ритейл» указало, что 02.09.2022 у ООО «Мобайл Ритейл» возник сбой при транслировании цены товара на маркетплейсе «СбермегаМаркет», так как при запуске смены цен в личном кабинете общества на сайте ООО «Маркетплейс» файл прогрузился с ошибками. 02.09.2022 года ООО «Мобайл Ритейл» заблокировало размещение своих товарных предложений, цена 620 рублей более не отображалась на сайте Маркетплейс.

Согласно пояснениям ООО «С-Маркетинг», размещение рассматриваемой рекламы осуществлялось ООО «Маркетплейс» самостоятельно в рамках заключенного договора. ООО «С – Маркетинг» создает рекламные кабинеты в Яндекс.Директ, MyTarget, Вконтакте по запросу ООО «Маркетплейс» и предоставляет доступ к личным кабинетам с возможностью самостоятельного ведения рекламной кампании ООО «Маркетплейс» без участия ООО «С – Маркетинг». При этом размещение рассматриваемой рекламы, включая предоставление доступов к рекламным кабинетам, осуществлялось в рамках заключенного с ООО «Реактив» договора оказания услуг.

ООО «Реактив» в ходе рассмотрения дела указало, что фактическое оказание услуг по предоставлению ООО «С-Маркетинг» рекламных кабинетов Яндекс.Директ для самостоятельной настройки и размещения рекламной кампании осуществлялось через ООО «РА Биплан Медиа» на основании заключенного между ООО «Реактив» и ООО «РА Биплан Медиа» агентского договора. Указанное связано с тем, что ООО «РА Биплан Медиа» является сертифицированным агентством по предоставлению услуг сервиса Яндекс. Директ. Общество также указало, что ни ООО «Реактив», ни ООО «РА Биплан Медиа» не получали информацию о цене рассматриваемого товара и иную информацию об объекте рекламирования, так как не производили размещение спорного рекламного объявления. Настройка и размещение рекламной кампании производились рекламодателем самостоятельно через рекламный кабинет

Яндекс.Директ.

Также ООО «Яндекс» в письменных пояснениях и в ходе рассмотрения дела указало, что 02.09.2022 в 20:39 ООО «Яндекс» был получен ФИД, содержащий цену 620 рублей, 06.09.2022 в 08:14 при попытке загрузки обновлений ФИДа произошла ошибка загрузки, 07.09.2022 в 09:26 ООО «Яндекс» был получен ФИД, содержащий цену 3690 рублей. Следовательно, распространение рассматриваемой рекламы с указанием цены товара 620 руб. продолжалось с 02.09.2022 по 07.09.2022 года. Более того, ООО «Яндекс» указывает, что взаимодействие рекламодателя и Яндекс по вопросу изменения рекламы осуществляется с помощью клиентского веб-интерфейса сервиса «Яндекс.Директ». Взаимодействие иными способами, в том числе посредством «телеграм-канала», договором не предусмотрено. ООО «Яндекс» указало, что лицом, разместившим рассматриваемую рекламу по договору возмездного оказания услуг, является ООО «РА Биплан Медиа», ООО «Яндекс» не вступало в какие – либо взаимоотношения в отношении рассматриваемой рекламы с ООО «Маркетплейс», фид получен от ООО «РА Биплан Медиа», размещение и прекращение размещения рекламных материалов в сервисе «Яндекс.Директ» осуществляется лицом, которое заключило договор с ООО «Яндекс». При этом в договоре, заключенном с ООО «РА Биплан Медиа», не установлены какие-либо сроки для изменения содержания размещаемых рекламных материалов после внесения изменений в фиды в силу технической невозможности заблаговременного установления таких сроков. Кроме того, в соответствии с пунктом 11.2 Оферты на оказание услуг Яндекс.Директ, за исключением гарантий, прямо указанных в тексте оферты, Яндекс не предоставляет никаких иных прямых или подразумеваемых гарантий по договору. ООО «Яндекс» также указало, что вносимые рекламодателем изменения, не могут быть отражены мгновенно после обращения рекламодателем за внесением таких изменений.

Также ООО «Яндекс» указало, что рекламодатель имеет возможность удалить самостоятельно конкретное предложение товара либо весь ФИД.

Рассмотрев представленные в материалы дела документы и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

В силу пункта 2 статьи 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.

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования является Портативная колонка Xiaomi Mi Smart Speaker L09GQBH4221RU.

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.

Направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации.

Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Квалификация информации как рекламы зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации (Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 26.12.2022 по делу № А82-3249/2022).

Таким образом, информация, размещенная в сервисе «Яндекс.Директ» «86%. 620 P. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...» в силу статьи 3 Закона о рекламе является рекламой, так как отвечает всем юридически значимым требованиям к определению рекламы.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Недостоверной признается реклама, в соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Как следует из фактических обстоятельств, рекламное объявление, размещенное в сети Интернет, представляет собой текстовое сообщение небольшого размера, с помощью которого пользователь может перейти на сайт лица, разместившего объявление. Само объявление не может рассматриваться отдельно от сайта, на который он ведет, и не является само по себе основанием для принятия лицом, его увидевшим, решения воспользоваться услугой либо приобрести товар. Фактически объявление, неразрывно связанное с сайтом, является частью того сайта, который открывается после «клика» на объявление, и не может рассматриваться в отрыве от самого сайта.

Пленум ВАС РФ в пункте 29 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Из представленных сведений следует, что продавцом товара, реклама которого отображалась в системе Яндекс.Директ являлось ООО «Мобайл Ритейл». В рекламе была сделана ссылка на электронную площадку sbermegamarket.ru, где покупатель мог оформить заказ на приобретение товара у продавца ООО «Мобайл Ритейл».

ООО «Мобайл Ритейл» заключило с ООО «Маркетплейс» договор посредством акцепта оферты ООО «Маркетплейс». Согласно «Правил оказания услуг связи с размещением товарных предложений в сети «Интернет» ООО «Маркетплейс» предоставляет продавцам возможность самостоятельно размещать товарные предложения в сети «Интернет» в целях заключения с покупателями розничных договоров купли-продажи товаров.

В соответствии с пунктом 4.5.1 Правил Маркетплейс предоставляет продавцам возможность размещения различных видов контента на сайте, в том числе, помимо прочего, возможность размещения товарных предложений, включающих в себя информацию о товарах и изображения, относящиеся к товарам.

Как указало ООО «Маркетплейс» и следует из представленных документов, 02.09.2022 года продавец, ООО «Мобайл Ритейл», передал данные о цене 620 рублей за товар Умная колонка Xiaomi Mi Smart Speaker L09G QBH4221RU (White).

02.09.2022 продавец ООО «Мобайл Ритейл» заблокировал товарное предложение 620 рублей в отношении товара умная колонка Xiaomi Mi Smart Speaker L09GQBH4221RU».

ООО «Маркетплейс» представлены сведения о сделанных заказах товара «умная колонка Xiaomi Mi Smart Speaker L09GQBH4221RU» за 02.09.2022 в период времени с 10:04 по 11:43.

В переписке ООО «Мобайл Ритейл» с менеджерами СберМегаМаркет общество сообщило об отмене заказов по магазину Мобайл Ритейл ID39795 в связи с установкой некорректной цены через акции.

Таким образом, товар «умная колонка Xiaomi Mi Smart Speaker L09GQBH4221RU» с предложенной в рекламе ценой 620 рублей потребителям не реализовывался.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что реклама «- 86%. 620 Р. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...» со ссылкой на торговую площадку sbermegamarket.ru, размещенная в сервисе «Яндекс.Директ» являлась недостоверной, поскольку содержала несоответствующие действительности сведения о цене товара, предлагаемого к продаже.

Реклама в системе Яндекс.Директ распространялась со ссылкой на сайт sbermegamarket.ru, на котором возможно получить информацию о товаре и оформить заказ.

Владельцем сайта sbermegamarket.ru и мобильного приложения СберМегаМаркет является ООО «Маркетплейс». Общество является агрегатором информации о товарах, что позволяет размещать товарные предложения продавцов, а для покупателя предоставляется возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца, заключить с продавцом договор купли-продажи, а также произвести предварительную оплату товара. Доступ продавцов к использованию

сайта осуществляется при регистрации на сайте Маркетплейс sbermegamarket.ru с присвоением учетной записи и пароля, заключении договора посредством акцепта оферты <http://sbermegamarket.ru/docs/contract> с предоставлением необходимых документов для заключения договора, продавец при этом осуществляет интеграцию программного обеспечения продавца с системой Маркетплейс согласно требованиям интеграции. Взаимодействие продавца и Маркетплейс осуществляется в соответствии с Правилами оказания услуг связи с размещением товарных предложений в сети интернет.

Формирование рекламной кампании в системе Яндекс.Директ осуществляется через клиентский веб-интерфейс Яндекс.Директ.

В соответствии с пунктом 3.3 оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ» об условиях использования рекламодаделец (представитель рекламодателя) самостоятельно осуществляет подготовку и редактирование Рекламной кампании, в том числе составление/изменение рекламных объявлений, подбор ключевых слов, в соответствии с установленной формой в подразделе «Создать кампанию» сайта Яндекс.Директ или соответствующей прикладной программы (в том числе для мобильных устройств) с учетом всех требований, определенных Офертой, если иное не согласовано Сторонами дополнительно. Рекламодатель самостоятельно и в полном объеме несет предусмотренную законодательством ответственность как лицо, осуществившее с использованием предоставленных системой Яндекс.Директ возможностей приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, и гарантирует соответствие составленных и предоставленных им для размещения Яндексом Рекламных объявлений всем требованиям действующего законодательства.

В силу пункта 3.3.1. Оферты доступ к указанной форме для создания рекламной кампании рекламоладельцу (представителю рекламодателя) предоставляется через клиентский веб-интерфейс после авторизации в качестве зарегистрированного пользователя сайта Яндекс.ру (в том числе через соответствующие прикладные программы (включая программы для мобильных устройств) путем ввода логина и пароля Рекламодателя.

Доступ к клиентскому веб-интерфейсу Яндекс.Директ был предоставлен ООО «Маркетплейс» путем последовательности заключения следующих договоров.

Так, между ООО «Маркетплейс» и ООО «С-Маркетинг» был заключен договор об оказании услуг № 24-02/2021 от 24.02.2021 по размещению ООО «Маркетплейс» рекламы на интернет-медийных позициях на сайтах, включая Яндекс.Директ. Согласно дополнительному соглашению № 2 от 01.03.2021 года к договору № 24-02/2021 от 24.02.2021, в рамках оказания услуг по данному дополнительному соглашению ООО «С-Маркетинг» вправе предоставить ООО «Маркетплейс» доступ к рекламным аккаунтам «Яндекс.Директ», «Google Ads», «target.my.com», «facebook.com», «vk.com».

Согласно приложению № 19 к дополнительному соглашению № 2 от 01.03.2021 к договору № 24-02/2021 от 24.02.2021 г. ООО «С – Маркетинг» обязуется в период с 01.09.2022 года по 30.09.2022 года оказать услуги по размещению рекламно-информационного материала на площадке Яндекс.Директ.

Согласно пояснений ООО «С-Маркетинг» размещение рассматриваемой рекламы осуществлялось ООО «Маркетплейс» самостоятельно в рамках договора с возможностью самостоятельного ведения рекламной кампании ООО «Маркетплейс» без участия ООО «С-Маркетинг». Размещение рассматриваемой рекламы, включая предоставление доступов к рекламным кабинетам, осуществлялось в рамках заключенного ООО «С-Маркетинг» с ООО «Реактив» договора оказания услуг № 59/19 от 05.08.2019, в соответствии с которым исполнитель, ООО «Реактив», обязалось обеспечить оказание услуг по размещению рекламных материалов заказчика в сети интернет, изготовление рекламных материалов.

В свою очередь, между ООО «Реактив» и ООО «РА Биплан Медиа» заключен агентский договор № K01072021-1 от 01.07.2021, в рамках которого агент, ООО «РА Биплан Медиа», осуществляет различные действия, направленные на организацию и техническое сопровождение размещения информационных материалов ООО «Реактив» в сети интернет, организацию изготовления рекламных материалов; иные действия.

Кроме того, из представленных ООО «Яндекс» сведений и документов следует, что реклама была размещена в рамках договора возмездного оказания услуг № 32293/15 от 01.03.2015, заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «РА Биплан Медиа».

В соответствии с условиями заключенного договора с ООО «РА Биплан Медиа» от 01.03.2015 №32293/15 ООО «Яндекс» принимает на себя обязательства оказывать, ООО «РА «Биплан Медиа» обязуется принимать и оплачивать рекламные услуги, связанные с размещением в сети Интернет, предоставленных ООО «РА «Биплан Медиа» рекламных материалов третьих лиц в соответствии с условиями договора № 32293/15 от 01.03.2015 и приложений к нему.

В соответствии с пунктом 1.3. договора возмездного оказания услуг № 32293/15 от 01.03.2015 ООО «РА «Биплан Медиа» предоставляет ООО «Яндекс» для размещения рекламу своих клиентов.

В соответствии с пояснениями ООО «Маркетплейс» от 19.09.2022 на практике предоставление РИМ со стороны Маркетплейс происходит в автоматическом режиме напрямую через API-интеграцию с базами Яндекс. Так, ООО «Маркетплейс» собирает от продавцов и передает в Яндекс следующие данные в виде «фид»: наименование товара, ссылка на сайт sbermegamarket.ru, на котором размещается товарное предложение, цена товара, указанная продавцом, иные сведения. При этом подготовка и размещение РИМ осуществляется ООО «Яндекс» в автоматическом режиме (скачивает со своего сервера «фид», предоставленный ООО «Маркетплейс» и осуществляет конечное производство РИМ и их размещение на портале yandex.ru)

Из представленных в Марийское УФАС России сведений и документов следует, что 02.09.2022 года ООО «Маркетплейс» передало данные в систему Яндекс.Директ путем формирования фида о цене товара 620 рублей. 02.09.2022 года ООО «Яндекс» скачало со своего сервера ФИД с ценой товара 620 рублей.

Из представленных скриншотов ООО «Яндекс» от 31.01.2023 №2384888 (приложение № 1 к ответу от 31.01.2023 №2384888) следует, что фид с ценой товара 620,00 рубля



получен 02.09.2022, при этом фид с новой ценой товара получен 07.09.2022.

07.09.2022 года ООО «Яндекс» скачало со своего сервера ФИД с ценой товара 3690 рублей.

ООО «Яндекс» указало, что 02.09.2022 в 20:39 обществом был получен ФИД, содержащий цену 620 рублей, 06.09.2022 в 08:14 при попытке загрузки обновлений ФИДа произошла ошибка загрузки, 07.09.2022 в 09:26 ООО «Яндекс» был получен ФИД, содержащий цену 3690 рублей.

Также из письменных пояснений ООО «Яндекс» от 27.10.2022 следует, что 06.09.2022 в 08:14 при попытке загрузки фида произошла ошибка загрузки. По имеющейся у ООО «Яндекс» информации, указанная ошибка была вызвана проблемами при обращении к сайту рекламодателя при попытке загрузки обновлений фида из-за неустойчивого интернет-соединения.

Следовательно, из пояснений ООО «Маркетплейс», ООО «Яндекс» установлено, что распространение рассматриваемой рекламы с указанием недостоверной цены товара 620 руб. продолжалось с 02.09.2022 по 07.09.2022 года, распространение рекламы прекращено 07.09.2022 года, путем скачивания ООО «Яндекс» ФИДа с ценой товара 3690 рублей.

ООО «Яндекс» указывает, что взаимодействие рекламодателя и ООО «Яндекс» по вопросу изменения рекламы осуществляется с помощью клиентского веб-интерфейса сервиса «Яндекс.Директ». Взаимодействие иными способами, в том числе посредством «телеграм-канала», договором не предусмотрено (письменные пояснения ООО «Яндекс» от 28.10.2022 вх. № 8209-ЭП/22, от 31.03.2023 вх. № 2260-ЭП/23).

При этом ООО «Маркетплейс» в письменных пояснениях от 19.09.2022 указало, что взаимодействие между Маркетплейс и Яндекс осуществляется через телеграмм-канал. Так, 02.09.2022 ООО «Маркетплейс» обратилось в Яндекс через телеграмм-канал с жалобой на то, что система Яндекса не может скачать корректный «фид».

Также из сведений, направленных ООО «Яндекс» в адрес ООО «Маркетплейс» посредством телеграмм-канала 13.09.2022 следует, что в промежутке с 02.09.2022 по 06.09.2022 информация из фида не запрашивалась для генерации баннера 12112388263 из-за большой очереди генерации (поскольку на основании этого фида генерируется большое количество групп баннеров) (переписка велась посредством телеграмм-канала – Приложение №11 к ответу ООО «Маркетплейс» от 19.09.2022).

Кроме того, 15.09.2022 ООО «Маркетплейс» от представителя ООО «Яндекс» (с электронной почты an.losenkova@yandex-team.ru) было получено письмо об отсутствии установления конкретного срока для проверки и последующего обновления в системе загруженных фидов, так как указанные обстоятельства находятся вне контроля Яндекс и зависят от размера фида (количества офферов в нем), загруженности системы и иных объективных факторов, что также подтверждается договорами, имеющимися в материалах дела и положениями ООО «Яндекс» об оказании услуг.

В соответствии с пояснениями ООО «Яндекс» от 27.10.2022, по условиям оферты,

Яндекс не гарантирует ошибок при работе указанной функциональности, также Яндекс не устанавливает сроки, в течение которых информация, предоставленная рекламодателем, должна быть обработана Яндекс. В соответствии с пунктом 11.1 Оферты, в течение срока действия договора Яндекс предпримет все усилия для устранения каких-либо сбоев и ошибок в максимально короткие сроки. При этом Яндекс не гарантирует каких-либо ошибок и сбоев при размещении рекламных объявлений, в том числе в отношении работы программного обеспечения.

05.04.2023 ООО «Яндекс» представлены скриншоты из Личного кабинета сервиса «Яндекс.Директ», отражающие возможность удаления информации, что также подтверждает тот факт, что ООО «Маркетплейс» имело возможность самостоятельно удалить рекламную информацию без вмешательства ООО «Яндекс».

Кроме того, ООО «Яндекс» указало, что пунктом 3.12.1 Правил показа «Яндекс.Директ», являющихся частью Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», предусмотрено, что остановка рекламной кампании осуществляется в течение от 10 до 60 минут (средний срок обработки данного действия составляет 30 минут) после нажатия рекламодателем кнопки. Соответственно, в случае если рекламодатель обнаружил, что разместил недостоверную рекламу, он может в кратчайшие сроки прекратить её размещение.

На основании собранных документальных доказательств и пояснений лиц, участвующих в деле, следует, что ООО «Маркетплейс» имело возможность удалить недостоверные сведения самостоятельно, что обществом не было совершено. Также ООО «Маркетплейс», направляя ФИД с новой ценой, располагало информацией о том, что данные сведения могут быть скачены ООО «Яндекс» только в течении 24 часов, следовательно, ООО «Маркетплейс», обладая данной информацией, заведомо знало, что рассматриваемая недостоверная реклама не может быть изменена незамедлительно, а, следовательно, она будет доступна неопределенному кругу потребителей в указанный период.

Таким образом, учитывая, что товар с ценой 620 рублей фактически отсутствовал в реализации, что подтверждается письменными пояснениями ООО «Мобайл Ритейл», ООО «Маркетплейс», реклама «-86%. 620 Р. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...», размещенная в сервисе «Яндекс.Директ», признается Комиссией не соответствующей требованиям пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На основании представленных пояснений и документов следует, что

рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Маркетплейс», поскольку выбор товара для размещения в рекламе, определение объекта рекламирования и содержание текста рассматриваемой рекламы определяет ООО «Маркетплейс».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства.

Из пояснений и документов, представленных в материалы дела, следует, что размещение рекламного объявления в системе Яндекс.Директ осуществлялось в период 02.09.2022 по 07.09.2022.

Комиссия Марийского УФАС России считает, что основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «-86%. 620 Р. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...», размещенную в сервисе «Яндекс.Директ», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечении лица к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

2023-1917