

## Постановление

### о наложении штрафа по делу № 012/04/14.3-374/2023 об административном правонарушении

«22» июня 2023 года г. Йошкар-Ола

Заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл <...>, рассмотрев протокол от «08» июня 2023 года и материалы дела № 012/04/14.3-374/2023 об административном правонарушении, возбужденного в отношении должностного лица ООО «Маркетплейс» <...> (паспорт <...>, выдан <...>, дата выдачи <...>, дата рождения <...>, место рождения: <...>, адрес регистрации: <...>) по факту нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившегося в размещении рекламы «-86%. 620 P. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...» в сервисе «Яндекс.Директ» (решение Комиссии Марийского УФАС России о признании рекламы ненадлежащей от 05.04.2023 по делу № 012/05/5-810/2022), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии представителей ООО «Маркетплейс» по доверенности от 23.05.2023 <...>, по доверенности от 23.05.2023 <...>.

#### Установила:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) в отношении ООО «Маркетплейс» (ИНН 9701048328, ОГРН 1167746803180) 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».

Решением Комиссии Марийского УФАС России по делу № 012/05/5-810/2022 от 05.04.2023 реклама «-86%. 620 P. Портативные колонки Xiaomi Mi Smart Speaker...», размещенная в сервисе «Яндекс.Директ», признана ненадлежащей, поскольку она не соответствует требованиям пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Марийским УФАС России возбуждено дело № 012/04/14.3-374/2023 об административном правонарушении и проведении административного расследования в отношении должностного лица ООО «Маркетплейс» по факту нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Определение о возбуждении дела об административном правонарушении № 012/04/14.3-374/2023 и проведении административного расследования (исх. ОЕ/2340/23 от 11.05.2023) с указанием места, даты, времени составления

протокола об административном правонарушении направлено по юридическому адресу ООО «Маркетплейс» (согласно отчету об отслеживании письмо с почтовым идентификатором 80091184773794 получено 16.05.2023).

В ответ на определение о возбуждении дела об административном правонарушении № 012/04/14.3-374/2023 и проведении административного расследования (исх. ОЕ/2340/23 от 11.05.2023) представитель ООО «Маркетплейс» по доверенности в пояснениях от 19.05.2023 № 3563-ЭП/23 сообщил, что лицом, ответственным за распространение рекламной информации, является <...>, которая занимает в ООО «Маркетплейс» должность руководителя Управления по интернет-маркетингу, что подтверждается Трудовым договором от 13.08.2018г., Приказом от 01.06.2020г. о переводе работника на должность Руководителя управления по интернет-маркетингу и Должностной инструкцией.

Протокол об административном правонарушении № 012/04/14.3-374/2023 от 08.06.2023 составлен специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...> в соответствии со статьями 28.2 КоАП РФ в присутствии представителей <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте составления протокола (<...> по адресу регистрации 30.05.2023 направлено повторное уведомление о составлении протокола (исх.№ АБ/2749/23), в адрес Марийского УФАС России направлена копия повторного уведомления о составлении протокола с отметкой <...> о его получении.

Копия протокола от 08.06.2023 № 012/04/14.3-374/2023 об административном правонарушении (исх. № ЕИ/2940/23 от 08.06.2023) с указанием даты, времени, места рассмотрения дела об административном правонарушении была направлена по месту регистрации <...> (согласно отчету об отслеживании письмо с почтовым идентификатором 80082185732996 не получено <...>), о получении протокола <...> свидетельствует направление в адрес Марийского УФАС России копии протокола с отметкой о его получении <...> 22.06.2023.

Таким образом, на момент рассмотрения административного дела № 012/04/14.3-374/2023 <...> была надлежащим образом уведомлена о дате, месте и времени рассмотрения административного дела.

Событие административного правонарушения выразилось в следующем.

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 Р. 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.

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.

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.

Марийским УФАС России установлено, 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, Марийское УФАС России пришло 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 рекламодателю (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.lozenkova@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 Яндекса 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 незамедлительного, 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», признана Марийским УФАС России 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 Марийским УФАС России установлено, 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».

Ответственность за данное нарушение предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно пункту 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно статье 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в

связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники, а также лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

Под должностным лицом в КоАП РФ следует понимать лицо – руководителя, работника организации, совершившее административное правонарушение в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций.

Одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении, является виновность лица в совершении административного правонарушения (статья 26.1 КоАП РФ).

В силу статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично. Административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Марийским УФАС России установлено, что ответственным за распространение рекламной информации является <...>, которая занимает в ООО «Маркетплейс» должность руководителя Управления по интернет-маркетингу, что подтверждается Трудовым договором от 13.08.2018г., Приказом от 01.06.2020г. о переводе работника на должность Руководителя управления по интернет-маркетингу и Должностной инструкцией.

Антимонопольным органом установлено, что <...> при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы могла предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имела возможность выполнить возложенную на нее обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняла всех зависящих от нее мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган на основе собранных по делу доказательств приходит к выводу, что вина <...> в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

**Место, время совершения и событие административного правонарушения:**

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация.

Время совершения административного правонарушения: 02.09.2022 по 07.09.2022.

**Состав административного правонарушения** по пункту 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, совершенного <...>, образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;

- объективная сторона — действия <...>, направленные на доведение рекламы до потребителей с нарушением пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;

- субъект правонарушения – <...>;

- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у <...> имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но ею не были приняты все зависящие от нее меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения <...>. Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

В пояснениях от 29.05.2023 № 3899-ЭП/23 и в рамках составления протокола представители <...> указали, что действия должностного лица ООО «Маркетплейс» подлежат квалификации в качестве малозначительного правонарушения в связи с тем, что действия должностного лица ООО «Маркетплейс» не нанесли существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Должностным лицом Марийского УФАС России исследован вопрос о признании правонарушения малозначительным.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Как разъяснил Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума от 24.03.2005 №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений. При этом такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение

причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Действия <...> содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении Общества к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Совершенное <...> правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

Более того, действия <...> привели к невозможности приобретения товара покупателями по цене 620 руб., указанной в рекламной кампании.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное <...> правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным, поскольку посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

Обстоятельства, смягчающие и отягчающие административную ответственность, не установлены

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 КоАП РФ.

Таким образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение может быть применено по статье 14.3 КоАП РФ в случае, если дело об административном правонарушении

было возбуждено по итогам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с контролируемым лицом, проверки, в ходе которых было установлено соответствующее нарушение законодательства о рекламе.

В случае, если дело об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, проверки, часть 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежит применению.

Указанная позиция отражена в письме ФАС России №МШ/116843/22 от 27.12.2022.

Таким образом, учитывая вышеизложенное, должностное лицо Марийского УФАС России считает возможным назначить <...> административное наказание в виде штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.9, 2.10, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ,

#### **постановила:**

Привлечь <...> (паспорт <...>, выдан отделением <...>, дата выдачи <...>, дата рождения <...>, место рождения: <...>, адрес регистрации: <...>) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить ей наказание в виде штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

администратор поступлений в бюджет – Марийское УФАС России

ИНН 1215026787, КПП 121501001, ОКТМО 88701000

Наименование получателя – УФК по Республике Марий Эл (Марийское УФАС России), счет: 40102810545370000075

Банк получателя – ОТДЕЛЕНИЕ-НБ РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ БАНКА РОССИИ//УФК по Республике Марий Эл г. Йошкар-Ола

БИК банка 018860003, счет получателя 03100643000000010800

код бюджетной классификации 16111601141010003140

УИН 16100500000001696719

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 1, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение: квитанция для оплаты штрафа.

Заместитель руководителя управления - начальник отдела