

об административном правонарушении

«08» июня 2023 года г. Йошкар-Ола

Протокол составлен специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> в соответствии со статьей 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении должностного лица ООО «Маркетплейс» <...> (паспорт <...>, выдан отделением <...>, 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 данное административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Место, время совершения и событие административного правонарушения:

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация.

Время совершения административного правонарушения: 02.09.2022 по 07.09.2022.

Событие административного правонарушения:

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 Ефимюком Д.С. 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 sberrmegamarket.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.

Марийским 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 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

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 L09GQBH4221RU (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 рекламодатель (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 рекламной информации 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», 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 рекламодателем. 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; рекламодателем - 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».

Ответственность за данное нарушение предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

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.

В соответствии со статьей 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.

Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители коммерческих и некоммерческих организаций несут ответственность как должностные лица.

Согласно представленным ООО «Маркетплейс» пояснениям от 19.05.2023 № 3563-ЭП/23 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.

Так, согласно должностной инструкции к специальным (профессиональным) должностным обязанностям относятся определение направлений развития управления по интернет-маркетингу; анализ рынка, поиск новых инструментов и возможностей для продвижения контекста, таргетинга, ретаргетинга, продвижение мобильных приложений и других инструментов и пр.

В соответствии с пунктом 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами, в том числе правом обжаловать постановление по делу в течение 10 дней согласно статьям 30.1, 30.3 КоАП РФ.

В силу части 2 статьи 24.2 КоАП РФ лицам, участвующим в производстве по делу об административном правонарушении и не владеющим языком, на котором ведется производство по делу, обеспечивается право выступать и давать объяснения, заявлять ходатайства и отводы, приносить жалобы на родном языке, либо на другом свободно избранном указанными лицами языке общения, а также пользоваться услугами переводчика.

Согласно статье 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против самого себя, своего супруга и близких родственников.

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в присутствии представителей <...> по доверенности от 23.05.2023 <...>, по доверенности от 23.05.2023 <...> с использованием системы видео-конференц связи через программу «True Conf».

В адрес ООО «Маркетплейс» направлено определение о возбуждении дела об административном правонарушении № 012/04/14.3-374/2023 и проведении административного расследования в том числе на адрес электронной почты (исх. № ОЕ/2340/23 от 11.05.2023). Согласно сведениям официального сайта «Почта России», отправление с почтовым идентификатором 80091184773794 получено ООО «Маркетплейс» 16.05.2023. Обществом на определение о возбуждении дела об административном правонарушении № 012/04/14.3-374/2023 и проведении административного расследования представлены пояснения от 19.05.2023 вх. № 3563-ЭП/23. В пояснениях ООО «Маркетплейс» указало, 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.

Марийским УФАС России в адрес <...> направлено повторное уведомление о составлении протокола от 30.05.2023 № АБ/2749/23 с

указанием даты, места и времени составления протокола. В адрес Марийского УФАС России направлена копия повторного уведомления о составлении протокола (от 06.06.2023 вх. № 4105-ЭП/23) с отметкой <...> о его получении 30.05.2023.

В пояснениях от 29.05.2023 № 3899-ЭП/23 представитель должностного лица ООО «Маркетплейс» <...> – <...> указала, что в действиях должностного лица ООО «Маркетплейс» отсутствует умысел, в связи с чем деяние, совершенное должностным лицом Общества, подлежит квалификации как совершенное по неосторожности, так как должностное лицо ООО «Маркетплейс» не знало и не могло знать о факте распространения некорректной цены на спорный товар на момент фиксации ее заявителем. Более того, в пояснениях представитель указала, 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, на основании этого просит прекратить производство по делу № 012/04/14.3-374/2023 в отношении <...>.

Аналогичные пояснения даны представителями по доверенности от 23.05.2023 <...>, по доверенности от 23.05.2023 <...> при составлении протокола.

Дата, место и время рассмотрения дела об административном правонарушении: «22» июня 2023 года в 10 час. 00 мин. по адресу: ул. Волкова, д. 164, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, 424000.

С протоколом ознакомлен(а),

права и обязанности разъяснены.

Даю согласие на обработку персональных данных. _____

(ФИО, подпись лица, привлекаемого к административной ответственности)

<...>

(Ф.И.О. составившего протокол)

«08» июня 2023 года _____

(подпись)

Объяснения лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении:

В соответствии со ст. 28.2 КоАП РФ копию протокола получил:

(ФИО лица, получившего протокол)

« » _____ 2023 г. _____

(подпись)

Также сообщаем, что возможность участия в рассмотрении дела будет организована посредством удаленного доступа через программу «True Conf» по ссылке <https://fas1.tconf.rt.ru/c/2549195720>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Информацию об участии в рассмотрении дела посредством удаленного доступа необходимо сообщить в Марийское УФАС России по телефону 8 (8362) 41-76-21.

2023-3408