

# Информационное письмо

## Новый законопроект о маркетплейсах внесен в Госдуму




14 марта 2024 г.

### Уважаемые дамы и господа!

Обращаем Ваше внимание, что 5 марта 2024 г. в Госдуму был внесен новый [законопроект](#) о маркетплейсах, регулирующий их деятельность по аналогии с антимонопольным регулированием, которое установлено в отношении торговых сетей.

### Основные идеи




Предлагается принять **отдельный специальный закон**, регулирующий отношения между:

-  • продавцами товаров,
-  • владельцами маркетплейсов и
-  • владельцами пунктов выдачи заказов (ПВЗ)

Законопроектом установлен правовой статус указанных участников, определен круг их прав и обязанностей.

Кроме того, законопроект защищает и права покупателей, в частности, запрещает маркетплейсам требовать от покупателей компенсационных и иных платежей в связи с возвратом товара, а также требует обеспечения достоверности информации о товарах и продавцах на маркетплейсах.

Проектом вводятся следующие **понятия**:


-  • **агрегатор<sup>1</sup> информации о товарах** (т. е. маркетплейс) и его **владелец**
-  • **агрегатор, занимающий значимое положение на рынке** (т. е. маркетплейс, который занимает более 20% на рынке)
-  • **инфраструктура агрегатора** (т. е. ПВЗ, сортировочные центры, ПО и пр., используемые в процессе доставки/приема товаров, реализуемых на маркетплейсе) и др.

### Подход, аналогичный Закону о торговле

По аналогии с Законом № 381-ФЗ, регулирующим отношения между торговыми сетями и их поставщиками, законопроект устанавливает существенные условия и иные требования к **договорам**, которые маркетплейсы заключают:

- с продавцами (*договор об оказании услуг агрегатора информации о товарах*) и
- с владельцами ПВЗ (*договор, заключаемый владельцем агрегатора информации о товарах с владельцем ПВЗ*).

Так же, как и Закон о торговле, проект требует от маркетплейсов:

- ✓ размещение договоров на сайте 
- ✓ прозрачного и понятного изложения условий взаимодействия

Аналогично регулированию торговых сетей и поставщиков, **для пресечения навязывания маркетплейсами невыгодных условий** продавцам законопроект запрещает включение в договор об оказании услуг агрегатора информации о товарах каких-либо иных услуг (маркетинговых, логистических и пр.).

### Поправки в Закон о торговле

Отношения в рамках торговли через маркетплейсы прямо исключаются из-под действия Закона о торговле. При этом, если маркетплейс самостоятельно продает продовольственные товары, его отношения с продавцами будут подпадать под нормы Закона о торговле (кроме статьи 14).



Также Законом о торговле предлагается урегулировать вопросы безопасности, в частности, утвердить требования к обеспечению маркетплейсами антитеррористической защищенности (АТЗ) и определить правила взаимодействия

<sup>1</sup> Определение почти полностью построено исходя из дефиниции «владельца агрегатора информации о товарах (услугах)», содержащейся в Законе о защите прав потребителей (в ред. Закона № 250-ФЗ от 29 июля 2018 г. – «Закона об агрегаторах»).

маркетплейсов с госорганами, занимающимися ОРД или обеспечением безопасности РФ.

### Выделение «крупных» маркетплейсов

Как видно из списка новых введенных понятий, проект предлагает выделить среди всех маркетплейсов крупных игроков - «агрегаторов информации о товарах, занимающих значимое положение на рынке», и соответственно, разделить требования к деятельности маркетплейсов на две группы:

Единые требования для всех маркетплейсов 	Особые требования для «значимых» маркетплейсов 
<ul style="list-style-type: none"><li>• соблюдение законных требований к товарообороту</li><li>• обоснованность, мотивированность и соразмерность применяемых санкций</li><li>• доведение всех необходимых сведений до покупателей</li><li>• проверка возраста покупателей при продаже товаров для лиц, достигших определенного возраста</li><li>• не допущение размещения информации о товарах, оборот которых в РФ запрещен</li><li>• запрет требовать с покупателя компенсации за возврат товара</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• запреты аналогичные запретам для доминантов (дискриминация, навязывание невыгодных условий, создания препятствий, и пр.)</li><li>• запрет включения в договор условий об отказе от конкуренции и условий о ценовом паритете</li><li>• обязательное уведомление об изменении договора, ухудшающем положение продавцов или владельцев ПВЗ, за 30 дней до их вступления в силу</li><li>• запрет на выплаты, не являющиеся стоимостью услуг или мерами ответственности</li><li>• верхний предел для сопутствующих услуг (не выше 10%) и для всех неустоек (не выше 15%)</li><li>• размещение на сайте торгово-сбытовой (коммерческой) политики</li></ul>



### Уполномоченный орган - ФАС России

Инициаторами предлагается предоставить ФАС России полномочия (в т. ч., с правом выдачи соответствующих предписаний) по рассмотрению дел о нарушении предлагаемого закона в порядке, предусмотренном антимонопольным законодательством.

### Далеко не первый законопроект о маркетплейсах

В последнее время вопрос регулирования маркетплейсов довольно часто стоит на повестке дня властей.

- После долгих обсуждений, начиная с 2018 г., 1 сентября 2023 г. вступил в силу **пятый «цифровой» антимонопольный пакет**, который регулирует, в частности, и работу маркетплейсов, так как ввел **новые** критерии доминирующего положения на цифровых рынках и формально не допускает злоупотреблений со стороны маркетплейсов. Однако из-за **моратория на проверки, действующего до конца 2024 г.**, в настоящее время ФАС России и маркетплейсы договариваются о добровольном устранении нарушений.
- Кроме того, 25 сентября 2023 г. в Госдуму был внесен **законопроект**, который, в частности, предлагает определить юридический статус маркетплейсов, ввести ответственность за недостоверную информацию и бракованный товар на площадках, урегулировать выставление штрафов маркетплейсами, ограничить возможность изменения оферты с продавцами и владельцами ПВЗ (не чаще 1 раза в год), а также полностью запретить продажу собственных товаров для компаний с оборотом более 150 млрд руб. Указанный проект еще не был рассмотрен в первом чтении.
- В январе 2024 г. Совфед **подготовил** законопроект, ограничивающий открытие новых пунктов выдачи для маркетплейсов, чья рыночная доля выше 25% от объема всех онлайн-продаж товаров за предыдущий финансовый год.

### Текущий статус законопроекта

Зарегистрирован в Госдуме 5 марта 2023 г. 6 марта был направлен в комитет Госдумы по промышленности и торговле.

Согласно ч. 3 ст. 1 и ст. 12 законопроекта новшества могут вступить в силу **с 1 марта 2025 г.**

## Мнения властей

На круглом столе в Совфеде идея ограничить маркетплейсы по аналогии с торговыми сетями [поддержки не нашла](#). В то же время МВД выступило за ужесточение требований к маркетплейсам по информационной безопасности пользователей, а Росаккредитация - за обязательное подтверждение качества товара продавцом.

Минпромторг и ФАС России также не поддержали идею установить для маркетплейсов предельную долю рынка в 25% и запретить им открывать новые ПВЗ, как предлагал комитет Совфеда по экономической политике.

Минпромторг [счел](#) избыточной идею обязать маркетплейсы обеспечивать антитеррористическую защищенность складов и пунктов выдачи заказов, так как антитеррористическое законодательство, включая постановление о защищенности торговых объектов, распространяется в том числе на маркетплейсы. При этом Минпромторг говорит о целесообразности «дополнительного государственного регулирования сегмента электронной торговли».

## ФАС России «пойдет» на маркетплейсы из без принятия новых законов

В январе ФАС России [признала](#) Wildberries и Ozon коллективно доминирующими, заявив, что вместе они занимают более 80% на рынке (Wildberries занимает 47%, а Ozon — 35,5%). По мнению ФАС России, отношения маркетплейсов с покупателями, продавцами и пунктами самовывоза отличаются от отношений в структуре торговой сети. В связи с этим установка для онлайн-площадок требований, аналогичных тем, которые есть для торговых сетей, «может не разрешить существующие проблемы, а, наоборот, замедлить и ограничить развитие новых сфер ведения бизнеса».

ФАС России ожидает снятия моратория и активного использования имеющихся инструментов в действующем антимонопольном законодательстве после принятия 5-го пакета.

Глава ФАС России Максим Шаскольский на заседании комитета Совфеда [заявил](#), что «в ближайшие дни» антимонопольный контроль будет выведен из-под действия постановления правительства РФ № 448, регулирующего проверки IT-компаний. После этого ФАС России получит право проверять агрегаторы и маркетплейсы.

## Множество недочетов и спорных вопросов

- Большинство норм законопроекта имеет декларативный характер. Проект включает огромное количество обязанностей и требований, но не предполагает конкретных санкций за их нарушения.
- Статья 10 законопроекта не имеет конкретики, фактически нормы законопроекта не предусматривают конкретную ответственность.
- Аналогия с Законом о торговле крайне спорна. История применения Закона о торговле - неудачный опыт. С точки зрения юридической техники некоторые нормы Закона о торговле скудны и не исполняются: на практике 10%-порог для бонусов, а также определенные запреты Закона о торговле (запрет заключения договоров комиссии) обходятся.
- Задвоение терминов: как будут соотноситься термины «агрегат информации о товарах» и «цифровая платформа» из 5-го антимонопольного пакета? Законопроект обращается к антимонопольному регулированию, однако в антимонопольном законодательстве уже имеется термин, определяющий маркетплейсы «цифровая платформа».

## Предварительные выводы

Учитывая стремительный рост [конфликтов](#) и [исков](#) в отношении маркетплейсов, властям, действительно, важно сдерживать недобросовестные практики. Однако полагаем, что настоящий законопроект не будет принят в ближайшем будущем, в крайнем случае, не в данной редакции.

Действия маркетплейсов должны будут ограничивать имеющиеся на данный момент (и еще не примененные регулятором ввиду моратория) инструменты 5-го антимонопольного пакета. По результатам применения имеющихся норм будет целесообразно говорить о необходимости принятия нового регулирования.

Также, возможно, следует запрещать конкретные недобросовестные практики маркетплейсов не путем принятия новых законов, а путем издания приказов и информационных писем ФАС России по аналогии с зарубежными директивами.

Надеемся, предоставленная информация окажется для Вас полезной. Если кто-то из Ваших коллег также хотел бы получать наши информационные письма, пожалуйста, направьте ему/ей ссылку на [электронную форму подписки](#). Если Вы хотите больше узнать о нашей практике Административного регулирования бизнеса, пожалуйста, сообщите об этом в ответном письме - мы будем рады направить Вам наши материалы.

*Примечание: Обращаем Ваше внимание на то, что вся информация была взята из открытых источников. Авторы данного письма не несут ответственность за последствия, возникшие в результате принятия решений на основе данной информации.*

В случае возникновения вопросов, пожалуйста, свяжитесь с Партнерами АЛРУД



**Максим Алексеев**  
Старший Партнер  
Административное  
регулирование бизнеса

E: [malekseyev@alrud.com](mailto:malekseyev@alrud.com)



**Герман Захаров**  
Партнер  
Антимонопольное  
регулирование

E: [gzakharov@alrud.com](mailto:gzakharov@alrud.com)

С Уважением,  
Юридическая фирма АЛРУД