

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА № 11/01/10-11/2021 О НАРУШЕНИИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА К РАССМОТРЕНИЮ

27 апреля 2021 года город Москва

Председатель Комиссии Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства № 11/01/10-11/2021 (далее - Дело) Иванов Петр Валерьевич — заместитель руководителя ФАС России

УСТАНОВИЛ:

В Федеральную антимонопольную службу поступило коллективное заявление от 8 компаний (вх. от 05.08.2020 № 135268-ДСП/20) (далее – Заявители 1), осуществляющих деятельность цифровых сервисов, ООО «Айриелтор» (сервис Циан), ООО «КЕХ еКоммерц» (сервис Авито), ООО «Амаяма авто» (сервис Дром), ООО «ДубльГИС» (сервис 2ГИС), ООО «ИВИ.ру» (аудиовизуальный сервис Ivi), ООО «Новые туристические технологии» (сервис Туту.ру), ООО «Зун» (сервис Zoon.ru), ООО «Профи.ру» (сервис Профи) о злоупотреблении доминирующим положением ООО «Яндекс» (далее также — Яндекс) на рынке поиска в Интернете путем возможного антиконкурентного продвижения сервисов Яндекс и сервисов лиц, входящих с Яндекс в одну группу лиц (далее — группа Яндекс), в поисковой системе yandex.ru, что приводит (может привести) к негативным последствиям для Заявителей 1 и уходу их с соответствующих товарных рынков.

Ранее в ФАС России также поступали заявления ООО «Кассир.ру» (сервис kassir.ru) и ООО «Вайлдберриз» (сервис WildBerries) на схожие обстоятельства (вх. от 08.04.2019 № 59798/19, вх. от 30.05.2019 № 93180/19) (далее — Заявители 2).

Заявители 1 и Заявители 2 далее совместно — Заявители, их заявления (вх. от 08.04.2019 № 59798/19, вх. от 30.05.2019 № 93180/19, вх. от 05.08.2020 № 135268-ДСП/20) о нарушении ООО «Яндекс» антимонопольного

законодательства в форме злоупотребления доминирующим положением — Заявления.

Кроме того, периодически в ФАС России на рассмотрение поступают обращения граждан, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей с жалобами в том числе на возможное злоупотребление Яндекс своим доминирующим положением на рынке поиска в Интернете путем возможной приоритезации (антиконкурентного продвижения) своих сервисов в поисковой выдаче поисковой системы yandex.ru (материалы обращений приобщены к материалам Дела).

В целях рассмотрения Заявлений и обращений граждан, организаций ФАС России проведен анализ товарного рынка оказания услуг поиска общего характера в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с применением информационных технологий (далее – рынок поиска в Интернете), по результатам которого на указанном товарном рынке в границах Российской Федерации за период с 2018 года по 30 сентября 2020 года установлено коллективное доминирующее положение Яндекс (владеет и управляет поисковой системой yandex.ru) и Google LLC (владеет и управляет поисковой системой google.com) (1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, California, 94043, The United States of America).

В рамках рассмотрения Заявлений установлено, что у Яндекс (группы Яндекс) есть сервисы (в том числе, но не ограничиваясь, следующие сервисы Яндекс.Афиша, Авто.ру, Яндекс.Работа, Яндекс.Маркет, Яндекс.Услуги, Яндекс.Недвижимость, Яндекс.Карты, Кинопоиск (Кинопоиск HD), Яндекс.Путешествия), по функционалу и с пользовательской стороны схожие с сервисами Заявителей. Названными сервисами владеет и управляет Яндекс и группа Яндекс.

Таким образом, Яндекс владеет и управляет поисковой системой yandex.ru, при этом также Яндекс (группа Яндекс) владеет и управляет соответствующими сервисами, конкурирующими с сервисами Заявителей на различных смежных товарных рынках.

По мнению Заявителей, практики Яндекса при организации поисковой выдачи в своей поисковой системе yandex.ru антиконкурентны и направлены на создание преимущественных условий для собственных сервисов Яндекс (группы Яндекс) на соответствующих смежных рынках, что приводит (может привести) к ограничению конкуренции на смежных рынках.

Заявители полагают, что Яндекс манипулирует (может манипулировать) результатами поисковой выдачи посредством применения различных интерактивных элементов поисковой выдачи, в том числе так называемых

«колдунщиков», что приводит (может приводить) к приоритезации сервисов Яндекса в поисковой выдаче поисковой системы yandex.ru, замещая и подменяя реальный выбор пользователя. Также Заявители указывают на использование формата обогащенного ответа о сервисах Яндекс в поисковой выдаче, что привлекает внимание пользователей к сервисам Яндекс. Отмечая, что в нормальных условиях результаты в поисковой выдаче формировались бы только исходя из релевантности ссылки запросу пользователя с учетом его потребительского поведения.

Из материалов Заявлений следует, что колдунщики можно определить как алгоритм, формирующий интерактивный информационный блок в поисковой выдаче (картинку, кликнув на которую, пользователь без перехода или с переходом на сайт сервиса Яндекс (группы Яндекс) может получить необходимую информацию), на приоритетных местах в поисковой выдаче. Таким образом, информация о сервисах Яндекс «перетягивает» на себя внимание потребителя и трафик, увеличивая посещаемость сервисов Яндекс в ущерб Заявителям.

Заявители считают, что практики Яндекса по:

1) формированию интерактивного и (или) выделенного графически информационного блока (колдунщики, обогащенные ответы, объектные ответы и т.д.);

2) размещению с помощью «колдунщиков» ссылок на сервисы Яндекс (группы Яндекс) на верхних позициях в поисковой выдаче поисковой системы yandex.ru,

обеспечивают высокий уровень конверсии (количества переходов к количеству показов) для сервисов Яндекс (группы Яндекс) и снижение уровня конверсии для сервисов конкурентов.

Заявители 1 полагают, что практики Яндекса аналогичны практикам Google, рассмотренным Еврокомиссией в деле *Googleshopping* (2009 – 2017 гг.). Еврокомиссия признала действия Google злоупотреблением рыночной властью на рынке общего поиска¹.

По результатам проведенного ФАС России анализа трафика сервисов Заявителей 1, сервисов Яндекс (группы Яндекс) установлено, что поиск является значимым источником для распространения информации об указанных сервисах и их продвижения в сети Интернет. По информации Заявителей, поиск является основным источником трафика для сервисов Заявителей. При этом органическая поисковая выдача поисковых систем обеспечивает большее количество трафика, чем рекламные ссылки.

По результатам опросов пользователей, представленных в материалах заявления Заявителей 1, пользователи не заменяют общий поиск в сети Интернет иными способами, включая поиск в специализированных системах и на специализированных сайтах (в т.ч. социальных сетях).

Также указанные опросы показали, что пользователи не переходят дальше первой страницы поисковой выдачи. При этом основной объем кликов приходится на верхнюю треть результатов в поисковой выдаче.

Кроме того, пользователи немногим чаще выбирают в поисковой выдаче результат колдунщика по сравнению с другими релевантными результатами в верхней части первой поисковой страницы. При этом если колдунщик появляется ниже первых пяти строк, его выбирают так же часто, как если бы он размещался на первых строках.

Таким образом, самым важным является место выдачи результатов поиска и формат отображения в виде колдунщика, который обеспечивает сохранение внимания, даже если колдунщик опускается немногим ниже первых пяти строк.

ФАС России было установлено, что если имеется сервис Яндекс (группы Яндекс), информация о котором релевантна поисковому запросу пользователя, эта информация всегда появляется на первой странице поисковой выдачи поисковой системы yandex.ru на верхних позициях (после рекламы) или даже над выдачей (в случае покупки билетов на развлекательное мероприятие или просмотра фильма).

Ниже приведены некоторые примеры.

Пример небрендируемого запроса (запрос «билеты в кино» в поиске Яндекс):

В случае брендируемого запроса (например, «смотреть на Иви», «купить на Авито») информация о сервисе Яндекс появляется на первой странице в интерактивном формате в середине страницы или сбоку от результатов поисковой выдачи.

Пример брендируемого запроса (запрос «купить на wildberries телевизор» в поиске Яндекс):

Как следует из описания технологии «колдунщик» на странице Яндекс.Технологии² (на текущий момент времени соответствующая страница удалена, а описание недоступно), в поиске Яндекс работает много колдунщиков, которые обеспечивают быструю и удобную выдачу релевантных результатов, а также выполняют роль «подсказок» - без

необходимости дополнительных переходов. Существуют колдунщики действий или сервисов: например, если запрос предполагает просмотр изображения, колдунщик «картинки» подбирает изображения в Яндекс.картинках; если при введении поискового запроса допускается опечатка или пользователь набирает латиницей, соответствующий колдунщик опечаток автоматически исправляет орфографические ошибки или переводит в кириллицу. Если запрос содержит наименование товара, включается колдунщик Маркет, который подбирает информацию о соответствующем товаре на Яндекс.Маркет.

Иными словами, колдунщики – программы, подбирающие по запросу пользователя максимально релевантную информацию в удобной визуализации.

Но, если существует сервис Яндекс (группы Яндекс), колдунщик обеспечивает выдачу в удобной визуализации на первой странице поисковой выдачи сервиса Яндекс. Информация из других сервисов в колдунщик может попасть только в ограниченных случаях и только по согласованию с Яндекс.

Например, в рамках колдунщика (интерактивного обогащенного ответа) сервиса Яндекс.Путешествия отображается также информация о гостиницах из других агрегаторов (Booking.com, Ostrovok и другие).

В настоящее время Яндекс предлагает Заявителям и третьим лицам следующие интерактивные и (или) выделенные обогащенные ответы (колдунщики, объектные ответы и т.д.):

- обогащенные интерактивные ответы сервисов группы Яндекс, в которых отображается информация в том числе и о сервисах (товарах, работах, услугах) третьих лиц (Яндекс.Путешествия в части гостиниц, Кинопоиск в части фильмов Амедиатеки);

- обогащенные не интерактивные ответы через Турбо страницы Яндекс (подходит для сайтов с конкретными товарными предложениями);

- обогащенные ответы на основе RSS ленты или Rich Site Syndication (обогащенная сводка сайта).

ФАС России было отмечено, что с момента начала визуального мониторинга поисковой выдачи Яндекс (yandex.ru) в 2019 году по настоящее время Яндекс изменяет типы и виды обогащенных ответов (интерактивных и не интерактивных). При этом полный функционал интерактивных обогащенных ответов (колдунщиков, объектных ответов и т. д.), доступный Яндекс (группе Яндекс), недоступен Заявителям и

третьим лицам. Данный факт подтверждался Заявителями и Яндекс.

Вместе с тем результаты визуального мониторинга, проведенного и зафиксированного ФАС России в протоколе осмотра страниц выдачи поисковых систем «Яндекс», «Google», «Yahoo» «Спутник» по запросам поисковой выдачи от 28.08.2019 и протоколе осмотра страниц выдачи поисковых систем «Яндекс», «Google», «Rambler», «Yahoo», «Спутник» по запросам поисковой выдачи от 03.02.2020, показывают, что сервисы Яндекс (группы Яндекс) могут получать визуальные преимущества и возможности по продвижению (привлечению внимания пользователей) в результатах собственного поиска yandex.ru с использованием различных интерактивных обогащенных ответов (колдунчиков, объектных ответов и т.д.), а также посредством того, что на брендированный поисковый запрос пользователя информация о сервисах Яндекс (группы Яндекс) все равно может попадать в соответствующие различные интерактивные обогащенные ответы. При этом проведенный ФАС России визуальный мониторинг показал, что указанные преимущества и возможности по продвижению (привлечению внимания пользователей) в поисковой системе Яндекс (yandex.ru) доступны группе Яндекс, но недоступны либо ограниченно доступны третьим лицам, не входящим в группу Яндекс. Указанные факты возможных визуальных преимуществ по продвижению также подтверждаются актами осмотров, представленными Заявителями в ФАС России.

Ниже приводятся примеры указанных визуальных фактов.

В такой ситуации практически одну треть размера экрана на персональном компьютере занимает интерактивный обогащенный ответ сервиса Яндекс (группы Яндекс).

На смартфоне указанная ситуация усиливается и соответствующий интерактивный обогащенный ответ сервиса Яндекс (группы Яндекс) может занимать уже весь экран или два до момента появления поисковой выдачи.

При этом представленные Яндекс по запросу ФАС России документы и сведения свидетельствуют о том, что Яндекс может обеспечивать для группы Яндекс доступ к преимущественным возможностям по продвижению (привлечению внимания пользователей) в поисковой системе Яндекс (yandex.ru), при которых сервисы группы Яндекс, в том числе используют интерактивные обогащенные ответы (колдунчики, объектные ответы и т.д.) (далее — ИОО³) на страницах поисковой выдачи поисковой системы Яндекс (yandex.ru), при этом у лиц и их сервисов, не входящих с Яндекс в одну группу лиц, такая возможность отсутствует и

(или) не соответствует тем техническим, визуальным и иным возможностям и преимуществам ИОО поисковой системы Яндекс (yandex.ru), которые получают сервисы лиц, входящих в группу Яндекс.

Таким образом, по результатам рассмотрения Заявлений, обращений граждан и организаций, а также основываясь на документах и сведениях, представленных Яндекс, ФАС России пришла к выводу, что Яндекс своими действиями (бездействием) может создавать дискриминационные условия на рынке поиска в Интернете.

Согласно пункту 8 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции) запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей, в том числе создание дискриминационных условий.

С учетом наличия у ООО «Яндекс» доминирующего положения на рынке поиска в Интернете (в составе коллективного с Google LLC), указанные действия данного общества содержат признаки нарушения пункта 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Согласно положениям статьи 39.1 Закона о защите конкуренции в случае выявления в действиях (бездействии) доминирующего субъектам признаков нарушения пункта 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции данному субъекту выдается предупреждение о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства. Принятие антимонопольным органом решения о возбуждении дела по данному пункту без вынесения предупреждения и до завершения срока его выполнения не допускается.

В связи с наличием в вышеуказанных действиях (бездействии) ООО «Яндекс» признаков нарушения пункта 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции ФАС России выдала ООО «Яндекс» предупреждение о прекращении действий (бездействий), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства от 20.02.2021 № МШ/13049/21 (далее - Предупреждение).

Согласно Предупреждению ООО «Яндекс» надлежало:

- 1.
- 1.

1. прекратить предоставлять преимущественные возможности в поисковой выдаче поисковой системы Яндекс (yandex.ru) для сервисов, входящих в группу Яндекс;
2. опубликовать условия доступа третьих лиц к возможностям по продвижению в поисковой системе Яндекс (yandex.ru), которые доступны сервисам группы Яндекс, но не сервисам третьих лиц;
3. обеспечить доступ для третьих лиц к техническим, визуальным и иным возможностям по продвижению в поисковой системе Яндекс (yandex.ru), которые доступны сервисам группы Яндекс, но не сервисам третьих лиц;
4. обеспечить единые правила ранжирования информации в поисковой системе Яндекс (yandex.ru), не допуская преимущественной демонстрации сервисов группы Яндекс.

Предупреждение необходимо было исполнить до 01.04.2021.

Яндекс 31.03.2021 направил в ФАС России ходатайство о продлении срока исполнения Предупреждения на один месяц (вх. от 01.04.2021 № 51932/21, далее – Ходатайство).

В Ходатайстве Яндекс сообщил, что продолжает работу над определением оптимальной модели показа сложных (нестандартизированных) обогащенных ответов в поисковой выдаче, и запросил продление срока исполнения Предупреждения.

Рассмотрев Ходатайство, ФАС России пришла к выводу, что оно не мотивированно и не исполняет требования Предупреждения.

Так, пункт 1 Предупреждения не был исполнен (в поданном ходатайстве отсутствовала информация и документы о прекращении предоставления преимуществ в поисковой системе Яндекс (yandex.ru) сервисам группы Яндекс).

Пункты 2-4 Предупреждения также не были исполнены. В ходатайстве описано, что Яндекс продолжает работу над возможной моделью реализации доступа третьих лиц к недоступным для них поисковым технологиям Яндекс. При этом фактического подтверждения данной работы не представлено.

Кроме того, отсутствовала информация и подтверждающие документы о том, что Яндекс предпринял шаги по взаимодействию с другими участниками рынка (в том числе смежных рынков) на предмет

проработки возможной модели недискриминационного доступа к соответствующим технологиям поисковой системы Яндекс (yandex.ru).

Напротив, согласно информации из СМИ⁴, 16 интернет компаний 18.03.2021 направили Яндекс открытое письмо против его возможных антиконкурентных практик по продвижению собственных сервисов в поисковой системе. Также в адрес ФАС России 29.03.2021 поступило коллективное обращение различных сервисов о неисполнении Предупреждения (в том числе пункта 1 Предупреждения) и о продолжении антиконкурентных практик Яндекса (вх. от 29.03.2021 № 49745/21).

С учетом указанной информации и документов, ФАС России пришла к выводу, что Предупреждение не исполнено, в том числе и в части прекращения предоставления преимуществ в поисковой системе Яндекс (yandex.ru) для сервисов группы Яндекс (пункт 1 Предупреждения).

В соответствии с частью 8 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции в случае невыполнения предупреждения в установленный срок при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела.

На основании изложенного издан приказ ФАС России № 339/21 от 13.04.2021 о возбуждении дела № 11/01/10-11/2021 и создании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения ООО «Яндекс» (119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, 16) пункта 8 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Руководствуясь частью 13 статьи 44 Закона о защите конкуренции,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Назначить дело № 11/01/10-11/2021 к рассмотрению на 09 июня 2021 года в 09 часов 30 минут по адресу: ул. Садовая-Кудринская, д. 11, г. Москва, Д-242, ГСП-3, 123995, каб. № 140.
2. Привлечь к участию в рассмотрении дела в качестве ответчика ООО «Яндекс» (119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, 16).
3. Привлечь к участию в рассмотрении дела в качестве заявителей:
 - ООО «Айриелтор» (107023, г. Москва, ул. Электрозаводская, д.27 стр.8,

пом I, этаж 5);

- ООО «КЕХ еКоммерц» (125196, г. Москва, ул. Лесная, д. 7, эт. 15, ком. 1);

- ООО «Амаяма авто» (690001, г. Владивосток, ул. Светланская, д. 78-Б, оф. 311);

- ООО «ДубльГИС» (630078, г. Новосибирск, пл. им. Карла Маркса, д. 7, эт. 13);

- ООО «ИВИ.ру» (127015, г. Москва, ул. Новодмитровская Б., д. 23, стр. 5, эт. 4, каб. 408);

- ООО «Новые туристические технологии» (115230, г. Москва, 1-й Нагатинский пр-д, д. 10, стр. 1, этаж 13);

- ООО «Зун» (125252, город Москва, улица Авиаконструктора Микояна, д. 12, эт 15, пом. I, ком. 26а);

- ООО «Профи.ру» (125252, г. Москва, ул. Авиаконструктора Микояна, д. 12, пом. I, комн. 1, эт. 15);

- ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ» (142715, д. Мильково, вл. 1, Ленинский р-н, Московская обл.)

- ООО «Кассир.ру» (191186, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 7, лит. А).

4. Привлечь к участию в рассмотрении дела в качестве заинтересованных лиц:

- ООО «Яндекс.Вертикали» (115035, г. Москва, ул. Садовническая, д. 82, стр. 2, пом. 3A06);

- ООО «Кинопоиск» (115035, г. Москва, ул. Садовническая, д. 82, стр. 2, пом. 9A01);

- ООО «Яндекс.Маркет» (121099, г. Москва, Новинский бульвар, д. 8, пом. 9.03, этаж 9);

- ООО «Яндекс.Такси» (123112, г. Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д. 21, стр. 1, пом. 36.9, эт. 36)

- ООО «Яндекс.Медиасервисы» (115035, г. Москва, ул. Садовническая, д. 82, стр. 2, пом. 10A05).

5. ООО «Яндекс» надлежит в срок до 03.06.2021 предоставить следующие документы и сведения:

1.

1.

1. схематическое изображение процесса взаимодействия ООО «Яндекс» с группой Яндекс при отображении (продвижении, привлечении внимания пользователей) соответствующих сервисов ООО «Яндекс» и группы Яндекс в поисковой системе yandex.ru (в том числе в результатах поисковой выдачи) с использованием ИОО (колдунщик) и других видов ИОО. На схеме указываются все системы, программное обеспечение (с указанием его наименования), информационная инфраструктура (включая ЦОДы) и API поисковой системы yandex.ru и иных систем, задействованных в указанном процессе;
2. указать, как соответствующие элементы ИОО (колдунщик) именовались и именуется в строчках кода поисковой системы yandex.ru на страницах поисковой выдачи;
3. представить исчерпывающую информацию об ИОО (колдунщик) и его элементах. Является ли данная технология частью поисковой системы yandex.ru, когда данная технология была разработана и стала частью поисковой системы yandex.ru, указать цели, для которых данная технология разработана и применяется, кто является правообладателем на данную технологию (с приложением копий подтверждающих документов (при их наличии));
4. представить в форме электронной таблицы сведения о всех сервисах Яндекс (группы Яндекс) и иных лиц (не относящихся к группе Яндекс), информация о сервисах которых в настоящее время отображается в результатах органической поисковой выдачи поисковой системы yandex.ru с использованием ИОО (колдунщик) и его элементов. В таблице указываются сведения о наименовании соответствующего сервиса, ссылки на него в сети Интернет, юридического наименования владельца (оператора) сервиса, юридического основания для отображения с помощью ИОО (колдунщик) и его элементов (неформальная договоренность, договор/соглашение (указываются реквизиты: дата, номер, стороны), иное);
5. представить исчерпывающие письменные пояснения о причинах (в том числе технических), по которым в результатах органической поисковой выдачи (на первой

странице) поисковой системы yandex.ru на брендированные поисковые запросы (например, «купить на wildberries телевизор», «купить на мвидео», «html academy») появляются (появлялись) ИОО (колдунщик) и его элементы со ссылками на соответствующий сервис Яндекс (группы Яндекс) (например, на сервис Яндекс.Маркет, Яндекс.Практикум);

6. перечислить с примерами их визуального отображения все виды ИОО, которые были введены в поисковой системе yandex.ru и отображались (отображаются) в результатах поисковой выдачи с 2015 года по настоящее время. Информация предоставляется в виде электронной таблицы с указанием наименования соответствующего ИОО, примера его визуального отображения в поисковой выдачи, даты, с которой он был введен в поисковую систему yandex.ru и начал отображаться в результатах поисковой выдачи.

Также в отдельных графах таблицы необходимо указать, имеется ли у ООО «Яндекс» (группы Яндекс) (да/нет, дата, с которой имеется возможность) и третьих лиц (да/нет, дата, с которой имеется возможность), не относящихся к группе Яндекс, доступ к соответствующим ИОО, возможность размещения информации в них, а также указать дату, с которой такая возможность возникла. Если доступ к соответствующему ИОО и возможность размещения информации в нем имеется только у ООО «Яндекс» (группы Яндекс), данный факт также отображается в таблице;

1.

1.

7. копию договора от 21.12.2015 № 10088076 со всеми приложениями изменениями и дополнениями (договор и приложения также предоставляются в электронной форме).

Копию всей переписки (официальной и рабочей, в том числе посредством электронной почты и иных средств связи между отдельными сотрудниками (руководителями направлений, работниками), осуществляемой (с момента заключения договора по настоящее время) в рамках договора (соответствующая переписка предоставляется в электронном формате (скан-копии писем, файлы в формате pst либо в ином формате с возможностью её беспрепятственного просмотра (без пароля, пин-кода, в незашифрованном виде)).

Информацию о размере вознаграждения, полученного с 2016 по 2020 год

в рамках договора (информация предоставляется отдельно за каждый год);

1.

1.

8. копию всей переписки (официальной и рабочей, в том числе посредством электронной почты и иных средств связи между отдельными сотрудниками (руководителями направлений, работниками), осуществляемой (с момента заключения соответствующего договора по настоящее время) в рамках следующих договоров: от 21.12.2015 № 10088093, от 24.05.2016 № 10104140 (дополнительного соглашения к нему от 27.04.2018), от 01.10.2018 № 10197490, от 01.10.2018 № 10197499 (соответствующая переписка предоставляется в электронном формате (скан-копии писем, файлы в формате pst либо в ином формате с возможностью её беспрепятственного просмотра (без пароля, пин-кода, в незашифрованном виде)) отдельно в отношении каждого из договоров с указанием в файле даты и номера договора, к которому относится данная переписка);
9. информацию о размере вознаграждения, полученного с 2016 по 2020 год в рамках следующих договоров: от 21.12.2015 № 10088093, от 24.05.2016 № 10104140 (дополнительного соглашения к нему от 27.04.2018), от 01.10.2018 № 10197490, от 01.10.2018 № 10197499 (информация предоставляется по каждому из договоров отдельно и за каждый год);

6. Заявителям 1 надлежит в срок до 03.06.2021 предоставить письменные пояснения и документы, подтверждающие обоснованность установления в отношении всех материалов Заявления 1 и приложений к нему, направленных письмом от 05.08.2020 № б/н в ФАС России (вх. от 05.08.2020 № 135268-ДСП/20), режима коммерческой тайны.

В случае отсутствия таких пояснений и документов, а также необходимости установления в отношении указанных материалов (полностью или частично) режима коммерческой тайны, в целях обеспечения объективного, всестороннего и полного рассмотрения обстоятельств дела № 11/01/10-11/2021, а также для возможности ознакомления лицами, участвующими в деле, просим предоставить соответствующие материалы Заявления 1 и приложений к нему без установления в отношении них режима коммерческой тайны, либо отменить данный режим.

1.

1.

7. ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ» надлежит в срок до 03.06.2021 предоставить:

1.

1.

1. актуальное и подробное описание функционала (в том числе маркетингового и рекламного) сервиса www.wildberries.ru в сети Интернет (далее — Сервис). Также необходимо предоставить ссылку(ки) на пользовательское(ие) соглашение(ия) в сети Интернет, регулирующие деятельность Сервиса;
2. описать действующую модель (модели) монетизации Сервиса, указать все существующие в настоящее время источники выручки для Сервиса;
3. информацию об источниках трафика для Сервиса представить в виде заполненной электронной Таблицы 1 (является приложением к настоящему определению за период с 2015 года — 4 месяца 2021 года).

Под «Кликом» в таблице понимается обращение (нажатие) пользователя на ссылку (по ссылке).

Под «Просмотром» в таблице понимается загрузка страницы на сайте, ее перезагрузка, когда страница показывается пользователю.

Под «Визитом» в таблице понимается продолжительное время пользователя на сайте, при котором он совершает различные действия. После отсутствия действий пользователя в течение некоторого времени, визит завершен;

1.

1.

4. копию переписки (рабочей и официальной, в том числе посредством электронной почты и иных средств связи между отдельными сотрудниками (руководителями направлений, работниками)) с ООО «Яндекс» (иным лицом) по существу расположения Сервиса в результатах поисковой выдачи поисковой системы yandex.ru, а также по вопросу функционирования различных ИОО и организации доступа к ним для Сервиса (соответствующая переписка предоставляется в электронном формате (скан-копии

писем, файлы в формате pst либо в ином формате с возможностью её беспрепятственного просмотра (без пароля, пин-кода, в незашифрованном виде)).

1.

1.

7. ООО «Кассир.ру» надлежит в срок до 03.06.2021 предоставить:

1.

1.

1. информацию об источниках трафика для сервиса kassir.ru в сети Интернет (далее - Сервис) представить в виде заполненной электронной Таблицы 1 (является приложением к настоящему определению за период с 2015 года — 4 месяца 2021 года).

Под «Кликом» в таблице понимается обращение (нажатие) пользователя на ссылку (по ссылке).

Под «Просмотром» в таблице понимается загрузка страницы на сайте, ее перезагрузка, когда страница показывается пользователю.

Под «Визитом» в таблице понимается продолжительное время пользователя на сайте, при котором он совершает различные действия. После отсутствия действий пользователя в течение некоторого времени, визит завершен.

2) копию переписки (рабочей и официальной, в том числе посредством электронной почты и иных средств связи между отдельными сотрудниками (руководителями направлений, работниками)) с ООО «Яндекс» (иным лицом) по существу расположения Сервиса в результатах поисковой выдачи поисковой системы yandex.ru, а также по вопросу функционирования различных ИОО и организации доступа к ним для Сервиса (соответствующая переписка предоставляется в электронном формате (скан-копии писем, файлы в формате pst либо в ином формате с возможностью её беспрепятственного просмотра (без пароля, пин-кода, в незашифрованном виде))).

1.

1.

7. ООО «Яндекс.Такси» надлежит в срок до 03.06.2021 предоставить:

1.

1.

1. актуальное и подробное описание функционала (в том числе маркетингового и рекламного) сервиса Яндекс.Такси в сети Интернет (далее — Сервис). Также необходимо предоставить ссылку(ки) на пользовательское(ие) соглашение(ия) в сети Интернет, регулирующие деятельность Сервиса;
2. описать действующую модель (модели) монетизации Сервиса, указать все существующие в настоящее время источники выручки для Сервиса;
3. информацию об источниках трафика для Сервиса представить в виде заполненной электронной Таблицы 1 (является приложением к настоящему определению за период с 2015 года — 4 месяца 2021 года).

Под «Кликом» в таблице понимается обращение (нажатие) пользователя на ссылку (по ссылке).

Под «Просмотром» в таблице понимается загрузка страницы на сайте, ее перезагрузка, когда страница показывается пользователю.

Под «Визитом» в таблице понимается продолжительное время пользователя на сайте, при котором он совершает различные действия. После отсутствия действий пользователя в течение некоторого времени, визит завершен.

Все истребованные сведения необходимо дополнительно представить в электронном виде на адрес электронной почты grunin@fas.gov.ru (ограничение на размер одного письма – 10 МБ. При превышении необходимо отправлять несколькими письмами).

Получить Таблицу 1 в электронном виде можно направив запрос на адрес электронной почты grunin@fas.gov.ru.

С материалами дела можно ознакомиться по адресу: ул. Садовая-Кудринская, д. 11, г. Москва, Д-242, ГСП-3, 123995, каб. № 127. Контактное лицо по вопросам ознакомления с материалами дела, предоставления истребуемых сведений, а также оформлению пропусков в здание ФАС России — <...>, тел. (499) 755-23-23 доб. 088-343, электронная почта grunin@fas.gov.ru.

В соответствии с частью 2 статьи 45.2 Закона о защите конкуренции в отношении заявлений, возражений, пояснений и иных материалов,

представленных по инициативе лица, участвующего в деле, в письменной или устной форме по вопросам, возникающим в ходе рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства, не может быть установлен режим коммерческой тайны.

В соответствии с частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, непредставление или несвоевременное представление федеральному антимонопольному органу сведений (информации), а равно представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечет административную ответственность юридических лиц в виде административного штрафа.

Приложение: Таблица 1 на 3 л. в 1 экз. (в адрес: ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ», ООО «Кассир.ру», ООО «Яндекс.Такси»).

Председатель Комиссии П.В. Иванов

Примечание: Представляемые документы и материалы должны быть прошиты и заверены надлежащим образом. Копии документов, составленных на иностранных языках, необходимо представить совместно с переводом на русский язык.

1 https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39740

2 <https://www.yandex.ru/company/technologies/searchsters>

3 При указании в настоящем определении конкретного вида (типа) ИОО, указывается аббревиатура (ИОО) и название соответствующего вида (типа) ИОО (например, ИОО (колдунщик), ИОО (объектный ответ) и т.д.)

4 <https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=152429>