

ООО «Яндекс»

Льва Толстого ул., д. 16

г. Москва, 119021

<...>

Дело №022/04/14.3-111/2022

ПОСТАНОВЛЕНИЕ №14

о назначении административного наказания

по делу об административном правонарушении

3 марта 2022г. г. Барнаул

Руководитель управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю <...>, рассмотрев протокол №10 от 17.02.2022г. об административном правонарушении, составленный начальником отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю <...>, а также материалы дела об административном правонарушении №022/04/14.3-111/2022 в отношении ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543, адрес местонахождения юридического лица: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д.16),

УСТАНОВИЛ:

на рассмотрение дела законный представитель ООО «Яндекс» не явился, о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении уведомлен надлежащим образом. Представителем ООО «Яндекс» <...> (доверенность б/н от 29.03.2019г.) заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества (вхд.№222036 от 25.02.2022г.).

В соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных ч.3 ст.28.6 КоАП РФ, либо если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступало ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

В соответствии со ст.29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие лица, привлекаемого к административной ответственности, - ООО «Яндекс».

Согласно протоколу об административном правонарушении №10 от 17.02.2022г. ООО «Яндекс» допущено нарушение ч.7 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), что указывает на событие и состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.5 ст.14.3 КоАП РФ.

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

03.08.2021г. Алтайским краевым УФАС России выявлен факт размещения и распространения в поисковой системе Яндекс рекламы медицинских услуг с признаками нарушения Федерального закона «О рекламе».

При запросе «массаж барнаул» в первой строке отображается информация с пометкой «Реклама» следующего содержания: «Массаж в Барнауле. Закажите на Яндекс.Услугах [uslugi.yandex.ru](http://uslugi.yandex.ru) Массаж реклама Сравняйте реальные цены и отзывы, и выбирайте проверенных мастеров! Не берем комиссию. 4 500 Услуг. 500 000 Исполнителей. Система рейтингов. Перейти на сайт Классический массаж Мастера классического массажа на Яндекс.Услугах Аппаратный массаж Подбор профессиональных мастеров аппаратного массажа Спортивный массаж Большой выбор предложений услуг от спортивных массажистов Тайский Предложения по тайскому массажу от салонов/частных мастеров».

При запросе информации «классический массаж» отображается информация с пометкой реклама: «Классический массаж. Закажите на Яндекс.Услугах [uslugi.yandex.ru](http://uslugi.yandex.ru) Массаж Реклама <...> Антицеллюлитный массаж Спортивный массаж Аппаратный массаж Тайский».

При запросе информации «тайский массаж» отображается информация с пометкой реклама: «Тайский массаж. Закажите на Яндекс.Услугах [uslugi.yandex.ru](http://uslugi.yandex.ru) Массаж Реклама <...> Классический массаж Спортивный массаж Аппаратный Антицеллюлитный».

При запросе информации «лечебный массаж» отображается информация с пометкой реклама: «Лечебный массаж. Закажите на Яндекс.Услугах [uslugi.yandex.ru](http://uslugi.yandex.ru) Массаж Реклама <...> Классический массаж Спортивный массаж Аппаратный массаж Тайский».

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Согласно п.2 ст.3 Федерального 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.

Обозначенная выше информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к медицинской услуге – массажу (классический, спортивный, тайский и др.).

Согласно ст.2 Федерального закона от 21.11.2011 №323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», медицинская услуга - это медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую

реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Согласно номенклатуре медицинских услуг, утвержденной Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 13.10.2017г. №804н к медицинской услуге относится - общий массаж медицинский (A21.01.001).

Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования к рекламе медицинских услуг.

Согласно ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе», реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В распространяемой наружной рекламе такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 5% рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Рассматриваемая реклама является рекламой медицинских услуг, следовательно, должна соответствовать требованиям ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

При запросе в поисковой системе «Яндекс» информации: «массаж барнаул», «классический массаж», «тайский массаж», «лечебный массаж», отображающаяся реклама не содержит предупреждения о противопоказаниях, что указывает на признаки нарушения ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных ч.7 ст.24 настоящего Федерального закона, несет как рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, так и рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543, ОГРН 1027700229193, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16).

12.10.2021г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, реклама, отображающаяся

в поисковой системе Яндекс с пометкой «закажите на Яндекс.Услугах [uslugi.yandex.ru](http://uslugi.yandex.ru)» при запросе информации: «лечебный массаж», «классический массаж», «массаж барнаул», признана ненадлежащей, не соответствующей требованиям ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч.4 ст.38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.1 ст.2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями раздела II настоящего Кодекса или закона субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч.2 ст.2.1 настоящего Кодекса, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ООО «Яндекс» имело реальную возможность обеспечить соблюдение законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, но не приняло к тому надлежащих мер, что привело к нарушению ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе» и влечет административную ответственность в соответствии с ч.5 ст.14.3 КоАП.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.5 ст.14.3 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности. У ООО «Яндекс» имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, следовательно, в действиях ООО «Яндекс» имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.5 ст.14.3 КоАП РФ.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне контроля ООО «Яндекс» и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.5 ст.14.3 КоАП РФ, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Непринятие ООО «Яндекс» должных мер по соблюдению требований ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе» привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует окончанный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.5 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.5 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

17.02.2022г. протокол об административном правонарушении составлен в отсутствие законного представителя ООО «Яндекс», в соответствии с заявленным ходатайством Общества о составлении протокола в отсутствие представителя. Копия протокола направлена в адрес ООО «Яндекс» заказным письмом с уведомлением о вручении, а также по электронной почте.

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам 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 настоящего Кодекса 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 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с реестром субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенном на официальном сайте Федеральной налоговой службы, по состоянию на 03.03.2022г. ООО «Яндекс» не является субъектом малого и среднего предпринимательства.

Установлены обстоятельства, смягчающие ответственность, предусмотренных ст.4.2 КоАП РФ, а именно добровольное исполнение ООО «Яндекс» предписания №36 от 12.10.2021г. о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, путем приведения рассматриваемой рекламы в соответствие с Федеральным законом «О рекламе».

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст.4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Руководствуясь статьями 4.2, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543, адрес местонахождения юридического лица: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д.16) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 200 000 (двести тысяч) рублей.

В соответствии с ч.1 ст.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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

<...>