

Постановление 048/04/14.3-707/2022

ООО "Яндекс" 119021, г. Москва, ул.
Льва Толстого, д. 16 vgrinina@yandex-
team.ru

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении № 048/04/14.3-707/2022

10 августа 2022 года г. Липецк

Резолютивная часть постановления объявлена 09 августа 2022 года

Постановление в полном объеме изготовлено 10 августа 2022 года

Я, заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного контроля на товарных и финансовых рынках Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области <...>, рассмотрев дело об административном правонарушении № 048/04/14.3-708/2022, возбужденное в отношении ООО «Яндекс» (ИНН: 7736207543; ОГРН: 1027700229193; адрес: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16) по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие представителя ООО «Яндекс», надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении,

УСТАНОВИЛ:

В адрес Липецкого УФАС России поступило обращение (вх. № 558 от 26.01.2022 г.) гражданина К., перенаправленное Прокуратурой Липецкой области (исх. № 71-р-252-22/373 от 24.01.2022 г.), о том, что в поисковой системе Яндекс через сервис Яндекс.Директ распространяется контекстная реклама медицинских услуг без соответствующей лицензии следующего содержания: «Срочная наркологическая помощь на дому. [narcology-help.com](https://www.narcology-help.com). Реклама. Вывод из запоя и лечение алкогольной зависимости. Быстро, качественно, анонимно! Липецк. Есть противопоказания. Проконсультируйтесь с врачом».

При переходе по гиперссылке «Срочная наркологическая помощь на дому...» осуществляется переход на страницу <https://www.narcology-help.com/>. На указанной странице распространяется информация об оказании медицинских услуг (вызов нарколога на дом, лечение зависимостей в стационаре) ООО «Онтарио» по адресу 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова д. 4, оф. 1 и телефон +7 (938) 100-27-19.

Согласно п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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 соответствии с п. 2 ст. 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.

п. 3 ст. 3 Закона о рекламе гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация «Срочная наркологическая помощь на дому. [narcology-help.com](https://www.narcology-help.com). Реклама. Вывод из запоя и лечение алкогольной зависимости. Быстро, качественно, анонимно! Липецк. Есть противопоказания. Проконсультируйтесь с врачом» подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками –

распространение на сайте информационно-телекоммуникационной сети Интернет через сервис контекстной рекламы «Яндекс.Директ» с пометками «реклама», «есть противопоказания. проконсультируйтесь с врачом» направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к организации и оказываемым ей медицинским услугам.

На основании Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении утвержден приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг».

В соответствии с указанной номенклатурой медицинских услуг к таким услугам относится: 036 - психиатрия-наркология; А01.29.005- Сбор жалоб и анамнеза (объективный и субъективный) в психиатрии-наркологии; В01.036.001 Прием (осмотр, консультация) врача-психиатра-нарколога первичный.

Таким образом, объектом рекламирования в данном случае являются медицинские услуги.

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Лицензирование государством отдельных видов деятельности направлено на защиту прав граждан, их законных интересов, нравственности и здоровья, а также на установление правовых основ единого рынка. Лицензия гарантирует потребителю обязательное соблюдение хозяйствующим субъектом лицензионных требований и условий, предъявляемых законом к данному виду деятельности. Несоблюдение таких требований и условий несет в себе угрозу законным правам и интересам граждан.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»», 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.

Виды деятельности, для осуществления которых необходимо получение специального разрешения (лицензии), установлены Федеральным законом от 08.08.2001 № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

В соответствии с пунктом 46 части 1 статьи 12 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» лицензированию подлежит, в том числе медицинская деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково").

С учетом изложенного, реклама медицинской деятельности, оказываемой лицом, не имеющим лицензии на осуществление такой деятельности, Федеральным законом «О рекламе» не допускается.

Из имеющихся в Липецком УФАС России сведений не установлено наличие лицензии на оказание медицинских услуг у ООО «Онтарио». Кроме того, как следует из выписки из ЕГРЮЛ, ООО «Онтарио» (ОГРН: 1123668029198, ИНН: 366406748972) прекращено 18.02.2020 г. в связи с наличием в ЕГРЮЛ недостоверных сведений о нем. В связи с этим, данная реклама является недостоверной и противоречит п. 7 ст. 7 Закона о рекламе.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных требованиями, установленных статьей 7 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

П. 5 ст. 3 Закона о рекламе гласит, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно представленному ответу ООО «Яндекс» рекламодателем рассматриваемой рекламы является физическое лицо Максим Ермак (тел: +0, адрес электронной почты narcology2021@yandex.ru), что подтверждается счетами и актами об оказании услуг.

ПАО «Мегафон» в ответ на запрос Липецкого УФАС России (исх. № 577-04 от 01.02.2022 г.) сообщил, что абонентский номер +7 (938) 100-27-19 выделен <...> (<...>) на основании договора на оказание услуг связи № <...> от <...> г.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы признана <...>.

<...> по делу № 048/05/7-310/2022 представила письменные пояснения (вх. 3285 от 15.04.2022 г.), в которых уведомила о том, что указанную рекламу медицинских услуг не распространяла, отношения к деятельности сайта «narcology-help.com» и ООО «Онтарио» не имеет и не имела, законодательство Российской Федерации о рекламе не нарушала; производство по делу просила прекратить.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст. 7 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как следует из ответа ООО «Яндекс» на запрос, рекламораспространителем указанной рекламы является ООО «Яндекс» (ИНН: 7736207543; ОГРН: 1027700229193; адрес: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16).

Определением от 06.05.2022 г. № 3364-04, ООО «Яндекс» привлечено к участию в деле № 048/05/7-310/2022 в качестве лица, в чьих действиях имеются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Определением № 2094-04 от 25.03.2022 г. рассмотрение дела назначено на 14.04.2022 г. на 15:00. 14.04.2022 г. ввиду необходимости установления надлежащего лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, присутствующие на заседании члены Комиссии приняли решение об отложении рассмотрения дела № 048/05/7-310/2022. Определением от 18.04.2022 г. № 2761-04 срок рассмотрения дела был продлен до 25.06.2022 г.

Определением от 18.04.2022 г. № 2760-04, рассмотрение дела № 048/05/7-310/2022 назначено на 06.06.2022 г. на 14:00.

О дате, времени и месте рассмотрения дела ООО «Яндекс» извещено надлежащим образом, что подтверждается отчетом об отслеживании почтового отправления № 39802550041210. ООО «Яндекс» представило (вх. 4457 от 27.05.2022 г.) ходатайство о рассмотрении дела № 048/05/7-310/2022 в отсутствие его представителя. Руководствуясь п. 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие сторон.

Следует учитывать, что в Правилах и требованиях размещения рекламы сервиса Яндекс.Директ (Раздел Тематики рекламирования – Медицинские услуги) указано, что «рекламные объявления должны соответствовать законодательству тех стран, в которых вы хотите показывать рекламу. Для размещения рекламы дефектологов и логопедов не требуются специальные документы, если в объявлении нет упоминания медицинских услуг, клиник или услуг других врачей. В противном случае согласно законодательству и политике Яндекса потребуются определенные документы. Какие нужны документы - Копия лицензии, включая оборотную сторону и приложения с адресом и перечнем разрешенных видов медицинской деятельности. Адрес оказания медицинских услуг в лицензии должен совпадать с адресом, указанным в контактных данных и на сайте. Юридическое наименование в лицензии должно совпадать с юридическим наименованием на сайте. Если вы рекламируете товары и услуги нескольких категорий (например, медицинские услуги и лекарства), документы нужно предоставить для каждой из них.» В рубрике «Ответы на вопросы» сервиса Яндекс.Директ указано, что: «Как объявления проходят модерацию? Объявления в Яндексе проходят проверку на соответствие требованиям к рекламным материалам. Так мы убеждаемся, что реклама не касается запрещенных или ограниченных по закону товаров и сервисов. Читайте подробнее об ограничениях в Справке. Обычно на это требуется несколько часов (для кампаний с большим количеством объявлений — дольше).

Часто реклама проходит модерацию автоматически за несколько минут. Однако в течение трех дней ее проверит специалист Яндекса. Если такое объявление нужно доработать, мы сообщим об этом в письме». Таким образом, ООО «Яндекс» имело возможность при прохождении рекламой модерации проверить представленные рекламодателем сведения о лицензии и месте оказания услуг, однако не сделало этого, тем самым допустив нарушение пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного, реклама медицинских услуг (вывод из запоя, услуги врача-нарколога) следующего содержания: «Срочная наркологическая помощь на дому. narcology-help.com. Реклама. Вывод из запоя и лечение алкогольной зависимости. Быстро, качественно, анонимно! Липецк. Есть противопоказания. Проконсультируйтесь с врачом», распространяемая через сервис Яндекс.Директ в г. Липецке на сайте информационно-телекоммуникационной сети Интернет по адресу <http://yandex.ru>, не соответствует требованиям п. 7 ст. 7 Закона о рекламе, и, в силу пункта 4 статьи 3 названного Закона, признана Комиссией ненадлежащей рекламой (решение по делу № 048/05/7-310/2022 от 20.06.2022).

Учитывая, что рассматриваемая реклама на момент вынесения решения

не распространяется, Комиссией принято решение не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно указанному выше, ООО «Яндекс» совершило административное правонарушение, наказание за которое предусмотрено ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, -

- влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок управления, в частности, в сфере государственного контроля и надзора.

Объективная сторона состоит в нарушении и ООО «Яндекс» установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что оно нарушило п. 7 ст. 7 Закона о рекламе.

Субъект правонарушения – ООО «Яндекс» (ИНН: 7736207543; ОГРН: 1027700229193; адрес: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16).

Субъективная сторона выражается в форме вины, так как ООО «Яндекс» не проявило ту степень заботливости и осмотрительности, какая требовалась от него в целях надлежащего исполнения законодательно установленных обязанностей, не приняло всех необходимых мер для соблюдения требований законодательства, не осуществило надлежащего контроля за соблюдением требований законодательства о рекламе при размещении рекламы, тем самым совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрено частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – г. Липецк.

Время совершения административного правонарушения - 18.01.2022.

ООО «Яндекс» представило (вх. № 5438 от 06.07.2022) ходатайство о составлении протокола об административном правонарушении в отсутствие его представителя.

Руководствуясь ч. 4.1 ст. 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, или законного представителя юридического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составлен в их отсутствие. Копия протокола об административном правонарушении направлена лицу, в отношении которого он составлен.

Определением от 26.07.2022 № ТБ/127/22 о назначении места и времени рассмотрения дела об административном правонарушении № 048/04/14.3-707/2022 назначено на 09.08.2022 г. на 11:40. ООО «Яндекс» надлежащим образом уведомлено о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении. В ответ на определение от ООО «Яндекс» поступило (вх. № 481-ЭП/22) ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя. В соответствии с ч. 2 ст. 25.1 КоАП РФ, дело № 048/04/14.3-707/2022 рассмотрено в отсутствие представителя ООО «Яндекс».

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В силу ч. ч. 1, 3 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Статьей 24.1 КоАП РФ предусмотрено, что задачами производства по делам об административных правонарушениях являются всестороннее, полное, объективное и своевременное выяснение обстоятельств каждого дела, разрешение его в соответствии с законом, обеспечение исполнения вынесенного постановления, а также выявление причин и условий, способствовавших совершению административных

правонарушений.

Согласно п. 4 ст. 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежат выяснению обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, личность правонарушителя, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Согласно ч. 4 ст. 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, юридическое лицо не подлежит административной ответственности за совершение административного правонарушения, за которое должностное лицо или иной работник данного юридического лица привлечены к административной ответственности либо его единоличный исполнительный орган, имеющий статус юридического лица, привлечен к административной ответственности, если таким юридическим лицом были приняты все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, за исключением случаев, предусмотренных частью 5 настоящей статьи.

Кроме того, состав правонарушения, квалифицируемого по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, является формальным, и угроза охраняемым общественным отношениям заключается не только в наступлении каких-либо материальных последствий правонарушения, но и в пренебрежительном отношении ООО «Яндекс» к исполнению публично-правовых обязанностей, установленных законодательством.

Таким образом, вина ООО «Яндекс» в совершении административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В ходе рассмотрения должностным лицом рассмотрена возможность квалификации правонарушения как малозначительного в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ. Основания для квалификации правонарушения в качестве малозначительного отсутствуют, поскольку правонарушение, совершенное ООО «Яндекс» несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы. Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

Из положений пункта 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 N 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях" следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. 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.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения ООО «Яндекс» как исключительный, не установлено, а Обществом таковых не приведено.

Указанные обстоятельства исключают применение в данном случае ст. 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1 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.

Согласно ч. 2 статьи 3.4 предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Вместе с тем правонарушения в сфере рекламы медицинских услуг обладают повышенной опасностью. Общественные отношения, связанные с рекламой медицинских услуг, являются одними из наиболее важных объектов правового регулирования в сфере здравоохранения. Посягательство на них несет в себе существенную угрозу установленному публично-правовому порядку, поскольку непосредственно влияет на состояние здоровья человека, несет в себе угрозу причинения вреда жизни и здоровью людей.

[Конституция](#) Российской Федерации признает человека высшей ценностью общества, право на жизнь - самым важным правом человека, принадлежащим ему от рождения (статьи 2, 17, 20).

[Конституция](#) Российской Федерации признает право человека на охрану здоровья и медицинскую помощь ([часть 1 статьи 41](#)).

В [части 1 статьи 45](#) Конституции Российской Федерации гарантируется

государственная защита прав и свобод человека и гражданина в Российской Федерации.

Об общественной опасности правонарушений, связанных с рекламой медицинских услуг, свидетельствует выделение законодателем ответственности за такие нарушения в отдельный состав - [часть 5 статьи 14.3 КоАП РФ](#).

Данные выводы подтверждаются судебной практикой: Постановление Шестнадцатого Арбитражного апелляционного суда от 13 августа 2018 г. по делу N А63-19622/2017, Определение Верховного суда Российской Федерации от 25 февраля 2019 г. N 308-АД18-21678.

Кроме того, ООО «Яндекс» ранее привлекалось к административной ответственности за совершение однородных правонарушений (п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ): Постановление Московского УФАС России № 077/04/14.3-507/2021 (вступило в силу 10.03.2021, штраф уплачен полностью 27.04.2021); Постановление Ивановского УФАС России № 037/04/14.3-660/2021 (вступило в силу 28.12.2021, штраф уплачен полностью 04.02.2022); Постановление Волгоградского УФАС России № 034/04/14.3-590/2021 (вступило в силу 01.07.2021, штраф уплачен полностью 20.08.2021); Постановление Брянского УФАС России № 032/04/14.3-68/2022 (вступило в силу 11.03.2022).

В соответствии с изложенным, замена административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение при обстоятельствах данного дела невозможна.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

Учитывая характер совершенного административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, обстоятельства, отягчающие административную ответственность, руководствуясь 3.2, 3.5, 4.1, 4.1.1, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать общество с ограниченной ответственностью «Яндекс» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере **100 000 (ста тысяч) рублей.**

В соответствии с ч. 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случаев, предусмотренных частями 1.1, 1.3 — 1.3-3 и 1.4 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Сумму штрафа за нарушение антимонопольного законодательства надлежит уплатить по следующим реквизитам:

УФК по Липецкой области (Липецкое УФАС России л/с № 04461056940);

ИНН 4826018513

КПП 482601001

ОГРН 1024840864432

ЕКС № 40102810945370000039

Казначейский счет № 03100643000000014600

БИК 014206212

ОКТМО 42701000

Отделение Липецк Банка России//УФК по Липецкой области г. Липецк

КБК 16111601141010003140

(УИН: 16100500000001474261)

Назначение платежа: «Оплата штрафа по постановлению 048/04/14.3-707/2022 за ООО "Яндекс"».

Заверенную копию документа, подтверждающую уплату штрафа, лицо, привлечённое к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по адресу: 398050, г.

Липецк, пл. Плеханова, д. 1, каб. 516.

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

В соответствии с частью 1.3-3 статьи 32.2 КоАП РФ, при уплате административного штрафа за административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, лицом, привлеченным к административной ответственности за совершение данного административного правонарушения, либо иным физическим или юридическим лицом не позднее **двадцати дней со дня вынесения постановления** о наложении административного штрафа административный штраф может быть уплачен в размере **половины суммы наложенного административного штрафа**, за исключением административных правонарушений, предусмотренных [статьями 13.15, 13.37, 14.31, 14.31.2, частями 5 - 7 статьи 14.32, статьями 14.33, 14.56, 15.21, 15.30, 19.3, частями 1 — 8.1, 9.1 - 39 статьи 19.5, статьями 19.5.1, 19.6, 19.7.5-2, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33, 19.34, 20.3, частью 2 статьи 20.28](#) настоящего Кодекса. В случае, если копия постановления о назначении административного штрафа, направленная лицу, привлеченному к административной ответственности, по почте заказным почтовым отправлением, поступила в его адрес после истечения двадцати дней со дня вынесения такого постановления, указанный срок подлежит восстановлению судьей, органом, должностным лицом, вынесшими такое постановление, по ходатайству лица, привлеченного к административной ответственности. Определение об отклонении указанного ходатайства может быть обжаловано в соответствии с правилами, установленными [главой 30](#) настоящего Кодекса. В случае, если исполнение постановления о назначении административного штрафа было отсрочено либо рассрочено судьей, органом, должностным лицом, вынесшими такое постановление, административный штраф уплачивается в полном размере.

В соответствии частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством 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.

Дата вступления постановления в силу _____

Дата направления постановления в ФССП России _____

Врио руководителя Липецкого УФАС России

<...>

Исп.<...>

тел.8(4742) <...>

2022-666