

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 1-14-21/00-11-15

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «14» сентября 2015г.

В полном объеме решение изготовлено «18» сентября 2015г.

Комиссия ФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее — Комиссия), рассмотрев дело № 1-14-21/00-11-15 по признакам нарушения Google Inc. (корпорация Гугл Инк.) (1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94093 USA), Google Ireland Limited (компания Гугл Айленд Лимитед) (Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Ireland), ООО «Гугл» (Россия, 115035, г. Москва, ул. Балчуг, д. 7) части 1 статьи 14 и части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции),

УСТАНОВИЛА:

18.02.2015 в ФАС России поступило заявление ООО «ЯНДЕКС» (далее – ООО «ЯНДЕКС», Яндекс, Заявитель), указывающее на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства в действиях Google Inc. , Google Ireland Limited, ООО «Гугл» (рег. № 16067-ДСП/15) (далее - Заявление).

Поводом для обращения в антимонопольный орган послужили отказы производителей смартфонов и планшетных компьютеров под управлением операционной системы «Андроид» (далее - ОС «Андроид») (далее - Мобильные устройства) мобильных устройств, осуществляющих реализацию этих товаров на территории Российской Федерации, которые предустанавливали отдельные приложения Яндекса, а также поиск Яндекса в качестве поиска «по умолчанию» на свои устройства, от дальнейшего сотрудничества с ООО «ЯНДЕКС». Данная ситуация, по мнению Заявителя, сложилась ввиду ограничений и запретов, установленных для своих контрагентов (производителей Мобильных устройств) конкурентом Яндекса – корпорацией Google.

Приказом ФАС России от 20.02.2015 № 93/15 было возбуждено дело №1-14-21/00-11-15 по признакам нарушения Google Inc., Google Ireland Limited, ООО «Гугл» части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции, выразившегося в действиях, направленных на создание условий для отказа производителей мобильных устройств от договорных отношений с хозяйствующими субъектами-конкурентами.

Определением о назначении дела о нарушении антимонопольного

законодательства к рассмотрению от 02.03.2015 Google Inc., Google Ireland Limited, ООО «Гугл» (далее – Google, Ответчик) были привлечены к участию в деле в качестве ответчиков, а ООО «ЯНДЕКС» - в качестве заявителя.

Определением о продлении срока рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства от 29.05.2015 срок рассмотрения дела №1-14-21/00-11-15 был продлен до 02.12.2015 в связи с необходимостью получения дополнительной информации.

Лицами, участвующими в деле, были представлены в материалы дела сведения и документы, в том числе содержащие информацию, составляющую коммерческую тайну:

ООО «ЯНДЕКС» - от 01.04.2015 № 30740-ДСП/15; от 13.04.2015 № 35534-ДСП/15; от 27.04.2015 № 41627/15; от 20.05.2015 № 50419-ДСП/15; от 22.05.2015 № 513690ДСП/15; от 29.05.2015 № 53798ДСП/15; от 01.06.2015 № 54578-ДСП/15; 26.08.2015 № 89229-ДСП/15; 26.08.2015 № 89222; от 31.08.2015 № 90739/15.

Google – от 02.03.2015 № 13573/15; от 03.04.2015 №32020-ДСП/15; от 03.04.2015 № 32013/15; от 27.04.2015 № 41564-ДСП/15; от 07.05.2015 № 45238/15; от 01.06.2015 № 54854-ДСП/15; от 26.06.2015 № 63977/15; от 02.07.2015 № 66036-ДСП/15; от 16.07.2015 № 71668/15; от 06.08.2015 № 89194-ДСП/15; от 01.09.2015 № 91651-ДСП/15; от 07.09.2015 № 94576/15.

Представителями ООО «ЯНДЕКС» в ходе рассмотрения дела были заявлены ходатайства об ознакомлении с материалами дела, представленными Google и содержащими информацию, составляющую коммерческую тайну.

В соответствии с частью 1 статьи 4 и пунктом 3 части 1 статьи 6.1 Федерального закона от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» исключительное право на отнесение информации к информации, составляющей коммерческую тайну, и на определение перечня и состава такой информации принадлежит обладателю такой информации с учетом положений указанного закона, а также обладателю такой информации принадлежит право разрешать или запрещать доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, определять порядок и условия доступа к этой информации.

Google не было дано разрешение на ознакомление ООО «ЯНДЕКС» с документами, содержащими информацию, составляющую коммерческую тайну, в связи с чем Комиссией было отказано в удовлетворении указанных ходатайств.

В ходе рассмотрения дела Комиссией были заслушаны представители Ответчика, давшие пояснения по вопросам технического характера.

Google заявлено ходатайство о прекращении рассмотрения дела № 1-14-21/00-11-15 в отношении ООО «Гугл» в связи с отсутствием в действиях последнего признаков нарушения антимонопольного законодательства. Решение Комиссии по данному ходатайству было принято по итогам рассмотрения дела.

В обоснование своего заявления ООО «ЯНДЕКС» указывает, что Google является владельцем ОС «Андроид», предназначенной для обеспечения функционирования Мобильных устройств и распространяемой на условиях открытой лицензии, действие которой распространяется на базовые элементы пользовательского

интерфейса. По данным, представленным Заявителем, в России доля ОС «Андроид» на соответствующем рынке ОС для Мобильных устройств стала стабильно превышать значение в 50 %, начиная с 2012 года. При этом наблюдается упрочение рыночных позиций ОС «Андроид» как во всем мире в целом, так и в России в частности.

Google Inc. также является владельцем магазина приложений Google Play – приложения, предназначенного для поиска, приобретения, скачивания и обновления других приложений на устройствах под управлением ОС «Андроид». Большое количество приложений, которые доступны пользователям благодаря Google Play, а также его широкая популярность у пользователей, с учетом доли ОС «Андроид» на рынке ОС для Мобильных устройств, делают этот магазин приложений крайне востребованным для производителя, заинтересованного в выпуске коммерчески успешного мобильного устройства.

Магазин Google Play распространяется по соглашению о продвижении мобильных приложений в составе пакета приложений мобильных приложений GMS, объединяющего исключительно приложения и сервисы Google.

Google связывает Google Play – товар, на рынке которого Google занимает доминирующее положение, с рядом других товаров – отдельными приложениями в составе пакета GMS, вследствие чего приобрести данные товары отдельно друг от друга невозможно.

Связывание Google Play (доминирующего товара) и иных приложений из состава GMS (продуктов, обращающихся на конкурентных рынках) приводит к созданию препятствий для доступа иных хозяйствующих субъектов – конкурентов Google – на рынок магазинов приложений и ряд смежных рынков. В частности, это затрагивает рынок мобильного поиска, на котором Google требует предустановки своей поисковой системы в качестве безальтернативного поиска «по умолчанию».

Google непосредственно устанавливает для производителей Мобильных устройств дополнительные ограничения, касающиеся предустановки приложений, конкурирующих с приложениями из пакета GMS, на мобильных устройствах на базе ОС «Андроид».

В частности, <...> Google ограничивает права производителей на предустановку приложений, аналогичных входящим в пакет предустановленных приложений GMS, а также их размещение на экранах мобильных устройств. Вследствие этого, производители отказываются от предустановки приложений (сервисов), разработанных Заявителем. <...>.

Таким образом, одновременно с продвижением пакета GMS для предустановки на Мобильные устройства Google создает условия для отказа производителей мобильных устройств от договорных отношений с хозяйствующими субъектами-конкурентами Google.

Кроме того, Заявитель ссылается на то, что действия ответчика повлекли причинение убытков ООО «ЯНДЕКС» как хозяйствующему субъекту – конкуренту путем дезорганизации его деятельности и вытеснения его с рынка в связи с отказами контрагентов от сотрудничества либо продолжения сотрудничества с ним в силу наличия ограничений со стороны Google.

Согласно позиции Ответчика, Google не согласен с квалификацией рассматриваемых действий в качестве нарушения антимонопольного законодательства.

ОС «Андроид» - это полностью готовая к использованию мобильная операционная система, функционирующая независимо от набора приложений Google (Google Mobile Services, или GMS). Помимо ОС «Андроид» и отдельно от нее, Google в числе других компаний разрабатывает приложения для ОС «Андроид» и предлагает их производителям Мобильных устройств, производящим устройства на базе «Андроид», точно так же как и Яндекс.

По мнению Ответчика, производители Мобильных устройств вправе свободно принимать решение об установке или неустановке GMS на устройства по своему выбору. Если производители решают приобрести лицензию на GMS, они сохраняют возможность свободно устанавливать конкурирующие приложения на том же самом устройстве и размещать их практически в любой части своих устройств.

С целью конкуренции за заключение сделок по реализации своих приложений с производителями Мобильных устройств, устанавливающими ОС «Андроид» на свои устройства, Google разработал собственный набор высококачественных приложений, который она бесплатно предлагает производителям, в виде пакета GMS.

В отличие от Google, который в дополнение к стоимости разработки приложений, обязан окупать свои затраты на разработку и обновление ОС «Андроид», Яндекс не несет никаких затрат на разработку ОС. Поэтому Яндекс находится в более выгодном положении, чем Google, когда он предлагает сделки по распространению приложений производителям Мобильных устройств, устанавливающим ОС «Андроид» на свои устройства, включая предложение о разделе доходов от поисковой рекламы с этими производителями. Если Яндекс не разрабатывает приложений, столь же привлекательных для производителей и пользователей ОС «Андроид», как и приложения Google, или если Яндекс не готов предложить производителям взаимовыгодный вариант раздела доходов от поиска или не обеспечивает необходимой рекламы для своих приложений, то такие сделки по распространению приложений часто достаются Google в силу популярности ее приложений и ее готовности поделится со своими партнерами-производителями большей долей доходов от поиска, чем Яндекс.

В ОС «Андроид» у конечных пользователей сохраняется возможность отключать предустановленные приложения, изменять начальные настройки, скачивать и устанавливать конкурирующие приложения.

Приложения, входящие в GMS, являются объектами интеллектуальной собственности Google, в отношении которых Google обладает исключительным правом на товарные знаки, объекты авторского права, объекты патентного права, содержащиеся в GMS. Следовательно, Google вправе определять, на каких условиях предоставляется лицензия на GMS, в том числе предоставлять GMS в качестве пакета приложений, а также выдвигать требование о месте расположения отдельных приложений, что полностью соответствует требованиям ГК РФ, законодательства об интеллектуальной собственности и Закона о защите конкуренции.

Объединение приложений в GMS экономически обосновано, является отражением стандартной рыночной практики и не направлено против кого-либо из конкурентов Google. Оно имеет технологическое обоснование, а именно для качественного функционирования приложений на смартфоне необходимо обеспечить совместимость всех приложений, устанавливаемых на устройстве пользователя.

Объединение приложений в пакет – стандартная деловая практика. Действия и договоры Google не имеют антиконкурентных эффектов.

В обоснование своей позиции Google представил в материалы дела аналитический отчет «Анализ состояния конкуренции на товарном рынке, охватывающем магазин приложений Google Play, - рынке наборов приложений, локализованных для распространения в Российской Федерации, для смартфонов», согласно которому товаром на товарном рынке, охватывающем магазин приложений Google Play, является набор базовых приложений, который обеспечивает необходимую функциональность смартфона и наиболее эффективное использование его возможностей по мнению пользователя; неправомерно выделять рынки отдельных мобильных приложений, обеспечивающих базовые функции смартфона; в силу высокой важности русифицированного интерфейса смартфона и его программного обеспечения для пользователей смартфона, географические границы товарного рынка должны быть определены как границы Российской Федерации; несмотря на высокую концентрацию рынка наборов базовых приложений, локализованных для Российской Федерации, для смартфонов, преодолимые барьеры входа на рынок и динамичный характер развития IT-сферы и мобильных приложений в частности, позволяют сделать вывод, что у доминирующих хозяйствующих субъектов отсутствуют возможности для злоупотребления своим доминирующим положением на рынке.

Проверив обоснованность доводов, изложенных в Заявлении, позициях, лиц участвующих в деле, в выступлениях присутствующих в заседаниях Комиссии представителей участвующих в деле лиц, а также изучив представленные в материалы дела сведения и документы, Комиссия установила следующее.

Согласно представленной Google информации (вх. № 32020-ДСП/15 от 03.04.2015; от 14.09.2015 составляющей коммерческую тайну) <...>

Корпорация Google Inc. является владельцем ОС «Андроид», предназначенной для обеспечения функционирования мобильных устройств – смартфонов и планшетов.

Google <...> также является разработчиком мобильных приложений и сервисов, предназначенных для мобильных устройств, функционирующих на базе ОС «Андроид» (далее – Мобильные устройства). Google <...> принадлежат права на ОС «Андроид» и приложения, входящие в пакет GMS, а также компания является правообладателем товарных знаков, связанных с использованием GMS.

<...>

<...>

Антимонопольным органом в рамках дела № 1-14-21/00-11-15 проведен анализ

состояния конкуренции на рынке предустанавливаемых магазинов приложений для ОС «Андроид», локализованных для России.

ОС «Андроид» - это специализированная расширяемая операционная система для различных устройств. На сегодняшний день она является одной из самых распространенных и устанавливаемых мобильных платформ в мире.

Представленные на рынке смартфоны под управлением ОС «Андроид» условно можно разделить на два типа:

- устройства, работающие на основе Андроид Open Source Project (далее – AOSP) без предустановленного пакета GMS. Стоит отметить низкую популярность и конкурентоспособность мобильных устройств данного типа по сравнению с устройствами на основе закрытой части ОС «Андроид» - GMS;

- устройства с закрытой частью ОС «Андроид», на которых в обязательном порядке предустановлены ОС «Андроид» GMS. Мобильные устройства с предустановленными GMS наиболее популярны и представлены на мировом и, в частности, Российском рынке в подавляющем большинстве.

Google Mobile Services (GMS) – это пакет сервисов, приложений и системных служб, предоставляемых Google, в состав которых входит, в том числе, Google Play.

Программные продукты, предназначенные для обеспечения функционирования мобильных устройств на ОС «Андроид», включая решение базовых и прикладных задач, в настоящее время объединены в единый пакет Google Play Services, который является частью пакета приложений GMS.

Google Play Services – системный компонент, обеспечивающий возможность корректной работы мобильных приложений и сервисов, которые обращаются к различным программным интерфейсам, необходимым для вызова определенной функциональности (отображение карт в приложении, оплата покупок внутри приложения, мгновенные уведомления пользователей) или взаимодействие с другими приложениями и сервисами Google.

Одним из ключевых мобильных приложений, которые вводятся в оборот корпорацией Google, является магазин приложений Google Play — приложение, предназначенное для поиска, приобретения, скачивания и обновления других приложений на устройствах, работающих на базе ОС «Андроид».

Особенностями магазина приложений Google Play является гарантированная разработчиками магазина приложений высокая степень безопасности устанавливаемого и обновляемого программного обеспечения (пользователям гарантируется защита от вирусов, недопустимых/неэтичных приложений, нарушений при работе приложений, предоставляется обновление приложений, гарантируется соблюдение прав на результаты интеллектуальной деятельности при загрузке приложений) и возможность обратной связи конечного потребителя и разработчика программного обеспечения.

Комиссия отмечает, что в Аналитическом отчете, представленном в материалы дела, проведена оценка взаимозаменяемости товаров в соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденным приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 (далее – Порядок проведения анализа

товарного рынка), в том числе выявлены товары, потенциально являющиеся взаимозаменяемыми для данного рынка. В частности, программный продукт - браузер поиска - предназначен для поиска и просмотра на экране устройства информации из сети Интернет (веб-страниц, содержания веб-документов, компьютерных файлов и пр.). При этом браузер не предоставляет возможности для осуществления автоматического обновления и оплаты приложений, а также не обеспечивает конечному пользователю гарантии безопасности использования соответствующего программного продукта. Таким образом, браузер не обладает всеми характеристиками, обеспечивающими функциональное назначение магазина приложений.

Комиссия изучила доводы Google о необходимости определения продуктовых границ как набора базовых приложений (в который входит магазин приложений Google Play), локализованных для распространения в Российской Федерации, и отклоняет их на основании следующего.

Как установлено Порядком проведения анализа товарного рынка, при выявлении свойств товара, определяющих выбор покупателей, анализируется функциональное назначение, в том числе цель приобретения товара и его потребительские свойства.

Программное обеспечение (приложение), разработанное для мобильных устройств и определенное как «набор базовых приложений», обладает различным прикладным значением, в том числе – объединяет базовое и прикладное программное обеспечение. Каждый программный продукт, входящий в состав базового набора, предназначен для решения определенных задач и обладает собственным функциональным назначением. Исходя из изложенного, Комиссия приходит к выводу, что для набора базовых приложений, в который входят программные продукты как базовые, так и прикладные, функциональное назначение не определено.

Как следует из результатов социологического опроса, проведенного Romir, при ответе на вопрос «Какое из следующих утверждений, на Ваш взгляд, наиболее точно описывает магазин приложений, установленный в Вашем смартфоне?» пользователям было предложено выразить свое отношение к магазину приложений. Респондентам предлагались варианты ответов: «канал для поиска и доступа к необходимым приложениям», «самостоятельный продукт», «другое» и «затрудняюсь ответить». Однако полученные ответы не свидетельствуют о невозможности выделения «предустанавливаемых магазинов приложений» в отдельный рынок, т.к. предложенные варианты ответов не исключают друг друга и не опровергают наличия у магазинов приложений особой функциональности.

Следовательно, набор программных продуктов – базовых приложений, не обладающий самостоятельным функциональным назначением, является неопределенным и не может формировать отдельного товарного рынка.

Комиссия также отмечает, что магазин приложений для ОС «Андроид» – Google Play – предоставляется только производителям мобильных устройств. Конечные пользователи мобильных устройств не имеют возможности самостоятельно загрузить магазин приложений Google Play из какого бы то ни было источника, т.е. не могут его использовать, если только он не предустановлен производителем на соответствующем мобильном устройстве. Кроме того, с помощью Google Play

невозможно загрузить магазины приложений иных производителей.

Комиссией установлено, в том числе по результатам социологических исследований ВЦИОМ, и сторонами по делу не оспаривается, что предустановка программных продуктов на мобильном устройстве является самым эффективным способом распространения программных продуктов, и последующая (после реализации мобильного устройства) самостоятельная установка программного продукта используется неизмеримо реже, чем использование уже предустановленного программного продукта.

Таким образом, предустановленный на мобильном устройстве магазин приложений как программный продукт (приложение) обладает уникальной функциональностью и формирует потребительскую ценность для производителей мобильных устройств как существенного и необходимого элемента мобильных устройств для их последующей реализации.

Основываясь на выявленном функциональном назначении программного продукта – магазина приложений, условий ввода его в оборот, Комиссия пришла к выводу о том, что в качестве продуктовых границ товарного рынка в Аналитическом отчете обоснованно и правомерно определен предустанавливаемый магазин приложений для ОС Андроид локализованных для распространения на территории Российской Федерации.

Исходя из установленного факта, что магазин приложений может быть предустановлен только производителями мобильных устройств, приобретателями на товарном рынке являются производители мобильных устройств, которые предустанавливают магазины приложений на производимые ими устройства в целях последующей перепродажи магазинов приложений конечным пользователям в составе мобильных устройств. Основываясь на Аналитическом отчете, имеющихся в материалах дела документах и пояснениях сторон, Комиссия установила, что Google обладает долей на рынке предустановленных магазинов приложений для ОС «Андроид», локализованных для распространения на территории Российской Федерации, более 50% (58,18%), то есть в соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о защите конкуренции занимает доминирующее положение. Также Комиссия отмечает, что доминирующее положение ответчика усиливается в виду наличия его прав на ОС «Андроид».

В ходе рассмотрения дела № 1-14-21/00-11-15 Комиссией в действиях Google выявлены признаки нарушения части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, в связи с чем определением от 03.06.2015 рассматриваемые Комиссией действия Google доквалифицированы по части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Антиконкурентные практики Google

Магазин приложений Google Play распространяется Google только совместно с иными приложениями и сервисами, разработанными Google (т.н. GMS) посредством предварительной установки на Мобильные устройства, реализуемые/предназначенные для реализации на территории РФ. Контрагенты Google (производители Мобильных устройств, операторы сотовой связи и иные хозяйствующие субъекты, по заказу/в интересах которых сторонними

производителями изготавливаются Мобильные устройства) для получения магазина Google Play должны соблюдать ряд требований Google, носящих ограничительный характер, а именно:

- обязательное приобретение всего пакета приложений Google Mobile Services как условие получения магазина приложений Google Play;

- обязательная настройка/предустановка поиска Google в качестве поиска по умолчанию во всех точках ввода поискового запроса для общего поиска в сети Интернет;

- условия о преимущественном размещении приложений Google на экране Мобильного устройства;

<...>

- запрет предустановки приложений и сервисов конкурентов, обеспеченный предоставлением вознаграждения Google.

Наличие данных ограничительных условий подтверждается содержанием соглашений, заключаемых Google и представленных в материалы дела.

В частности, с контрагентами заключается следующая совокупность соглашений:

- <...>;

- <...>;

- <...>.

Копии указанных соглашений, заключенных с контрагентами, действующими на территории РФ, <...> были представлены ответчиком в материалы рассматриваемого дела в соответствии с запросами ФАС России.

Действия Google по продвижению Google Play (связывание)

Потребность конечных пользователей Мобильных устройств в магазине приложений Google Play обуславливает интерес производителей в его предустановке на выпускаемые ими Мобильные устройства.

Так, подавляющее большинство пользователей Мобильных устройств рассматривают наличие на устройстве магазина приложений обязательным условием для приобретения такого устройства (по данным социологического опроса ВЦИОМ - 63,3% пользователей смартфонов и 67% пользователей планшетов; 69% опрошенных по данным Romir (Приложение № 3 к ходатайству Google от 03.07.2015 № 66473/15).

По представленной ответчиком информации, на рынке РФ, за исключением отдельных устройств, доля которых минимальна, отсутствуют устройства, на которых не предустановлен магазин приложений Google Play.

Таким образом, фактически обязательным условием производства и реализации конкурентоспособного Мобильного устройства является наличие на устройстве Google Play.

Отдельное получение производителями устройств Google Play без других приложений, входящих в состав пакета GMS, невозможно.

<...>

Этот факт подтверждает также представленная Заявителем в распоряжение ФАС России переписка <...> (Приложения №№ 17, 25, 47, 64 к письму ООО «Яндекс» от 31.03.2015 вх. № 30740-ДСП/15).

Возможность приобретения Google Play только в связке с иными приложениями из состава GMS подтверждена также самой компанией Google (ответ от 26.06.2015 вх. № 63977/15).

При этом, требование о предустановке всего пакета GMS распространяется на все мобильные устройства на базе ОС «Андроид», выпускаемые определенным производителем.

Состав пакета GMS определяется по единоличному усмотрению Google и меняется с течением времени. В настоящее время он включает: поисковое приложение Google Search, интернет-браузер Google Chrome, почтовый клиент Gmail, картографическое приложение Google Maps, приложение видеохостинга YouTube, приложение социальной сети Google+, календарь Google Calendar, видеочкамеру Google Camera, приложение для доступа к облачному хранилищу Google Drive, музыкальное приложение Google Play Music, видеоприложение Google Play Music and TV, приложение для книг Google Play Books, новостное приложение Google Newsstand, приложение для журналов и блогов Google Magazines, игровое приложение Google Play Games, приложение для обмена сообщениями Google Hangouts и некоторые другие приложения и сервисы Google.

Приложения, входящие в пакет GMS, могут работать по отдельности друг от друга. Любое приложение в составе GMS может быть заменено на альтернативное (конкурирующее) приложение без потери функциональности как остальных приложений из состава GMS, так и Мобильного устройства в целом.

Использование отдельных приложений из состава GMS не требует обязательного наличия на Мобильном устройстве других приложений из того же пакета - сами по себе приложения из состава GMS могут быть загружены пользователями из магазина приложений Google Play без потери их функциональности аналогично любым другим приложениям иных разработчиков.

Указанные выше обстоятельства подтверждены:

- Техническим заключением МГУПИ МИРЭА (стр. 15-17): «...наличие одного или нескольких из этих приложений предустановленным на мобильном устройстве не является необходимым условием функционирования других приложений. Единственное, что их объединяет, – общий разработчик (Google), а также, как правило, использование единого пакета программных интерфейсов Google Play Services. Кроме того, на иных ОС (например, на ОС iOS, применяемой на мобильных устройствах компании Apple) приложения Google (Gmail, YouTube, Chrome и пр.)

могут быть установлены и функционировать по отдельности без каких-либо помех»; «...приложения, включенные Google в пакет GMS, могут быть технически отделены как друг от друга, так и от Google Play. Все необходимые для связи с сервисами Google компоненты могут быть технически доступны разработчику для включения напрямую в само приложение»;

- ответом Google на запрос ФАС России от 16.07.2015 вх. 71669/2015: «с технической точки зрения, достаточно, чтобы на устройстве находился магазин приложений Google Play и компонент Google Play Services, чтобы работали приложения Google на этом устройстве, загружаемые через магазин Google Play»; «имеется техническая возможность одновременной предустановки на устройства на базе ОС «Андроид» и корректного функционирования на них приложений различных разработчиков (в т.ч., имеющих сходную функциональность)»; «имеется техническая возможность для загрузки пользователями приложений из пакета GMS из магазина приложений Google Play, для корректного функционирования данных приложений не требуется исключительно их предустановка»;

- устными пояснениями представителей Google в ходе заседания по делу от 01.06.2015: «приложения как предустановленные, так и загруженные из Google Play, работают одинаково, разницы никакой нет, функционал один».

При этом довод ответчика о том, что приложения GMS рассчитаны на работу как единое целое в силу наличия между ними особых взаимосвязей, не находит подтверждения. Напротив, в письменных пояснениях по существу рассматриваемого дела от 26.08.2015 Google указывает, что при замене одного из приложений из состава GMS на конкурирующее приложение сохраняются существующие связи между приложениями различных типов (например, между поисковым приложением и картами или между календарем и почтовым клиентом), и пользователь, «неудовлетворенный удобством работы какого-либо отдельного сервиса Google, может его деактивировать и/или заменить его аналогичным приложением стороннего разработчика». Таким образом, предустановка конкурирующего приложения вместо одного из приложений из состава GMS не приведет к снижению функциональности остальных приложений и сервисов Google и не нарушит взаимосвязей между ними.

Кроме того, Google также в ходе заседаний подтвердил, что функциональность предустанавливаемых приложений и приложений, загружаемых пользователями самостоятельно, одинаковая, что дополнительно подтверждает отсутствие необходимости именно в предустановке всех приложений и сервисов из пакета GMS.

В силу применяемой политики Google по связанному распространению магазина приложений Google Play совместно с иными приложениями и сервисами в составе пакета GMS на большинстве Мобильных устройств, реализуемых на территории РФ, предустановленными оказываются приложения и сервисы Google.

Требование о настройке/предустановке поиска Google в качестве поиска по умолчанию

Кроме связанного приобретения Google Play и иных приложений в составе GMS, Google также предъявляются дополнительные требования, обуславливающие предустановку Google Play, а именно — обязательная настройка/предустановка на Мобильном устройстве:

<...>

Под поиском по умолчанию понимается особая настройка приложения, использующего функциональность общего поиска в интернете, выбранная производителем Мобильного устройства или разработчиком приложения, при этом именно выбранная производителем или разработчиком приложения поисковая система предоставляет результаты поиска по запросу пользователя (например, в случае поиска через адресную строку в браузере). Поиск по умолчанию также включает случаи установки производителем устройства поискового приложения с вынесением виджета (поисковой строки) на главный экран, а также установку приложения главного экрана (лончера), содержащего поисковую строку соответствующего провайдера поиска.

Поиск по умолчанию во всех точках ввода поискового запроса на Мобильном устройстве, как правило, означает, что на момент приобретения устройства везде, где пользователь может осуществить поиск в Интернете на устройстве, он это может сделать только с помощью поиска Google (если впоследствии эту настройку самостоятельно не изменит в каждом отдельном приложении, использующем функциональность поиска в Интернете). <...>

Какие-либо технические причины для того, чтобы именно поиск Google был настроен в качестве поиска по умолчанию на устройстве, отсутствуют. Это подтверждается техническими экспертами (стр. 15-16 Технического заключения МГУПИ МИРЭА), а также самими Ответчиками (на заседании Комиссии ФАС России 02.07.2015 представитель Google подтвердил, что при смене поиска по умолчанию с Google на альтернативный, приложения из пакета GMS будут продолжать работать корректно).

В то же время, наличие ограничений в виде настройки поиска Google в качестве поиска по умолчанию подтверждается <...> (Приложения №№ 18, 27, 29, 50, 51, 52, 55, 56, 57, 62, 63, 65, 66 и 72 к письму ООО «Яндекс» от 31.03.2015 вх. № 30740-ДСП/15), а также самой компанией Google (в ходе заседания комиссии ФАС России от 02.07.2015).

Требование о приоритетном размещении приложений Google

От производителя Мобильных устройств, намеревающегося предустановить на свои устройства магазин приложений Google Play, Google требует разместить приложения Google, <...>.

Согласно пояснениям, данным представителями Google в заседании Комиссии 02.07.2015, Google не опровергает преимущество приоритетного размещения приложений на Мобильном устройства, а именно, что приоритетное размещение увеличивает вероятность того, что будут использованы именно приложения Google.

Анализ переписки ООО «Яндекс» с производителями Мобильных устройств, представленной в материалы дела, позволяет прийти к выводу о том, что Google также запрещает предустановку конкурирующих поисковых виджетов на второй экран либо предустановку других приложений, в которых используется конкурирующий поиск (Приложение №№ 1-2 к дополнительным материалам, представленным ООО «Яндекс», от 02.07.2015 вх. № 66236-ДСП/15).

Запреты на предустановку приложений конкурентов

<...>

Комиссией установлено, <...>.

В других соглашениях, заключаемых Google с производителями Мобильных устройств, также установлены ограничения на предустановку приложений, продуктов, сервисов, разработанных конкурентами, обеспеченные предоставлением со стороны Google вознаграждения в виде части дохода, получаемого от мобильной рекламы (<...>)

<...>

Отдельные случаи отказа от предустановки приложений и сервисов Яндекс <...> были зафиксированы <...> (Приложения №№ 8, 49, 7,61 к ответу ООО «Яндекс» на запрос ФАС России от 30.01.2015 г.).

<...>

Антифрагментация

Google установлены процедуры, которые используются для обеспечения соблюдения производителями требований <...>. Так, например, антифрагментационные <...>. Помимо включения антифрагментационных требований <...>, Google также заключает с производителями Мобильных устройств, предустанавливающими приложения и сервисы из пакета GMS, отдельные соглашения о запрете фрагментации <...>

<...>.

Понятие «фрагментация ОС «Андроид»» является неопределенным и нигде не зафиксировано. Технические эксперты подтверждают, что под понятие фрагментации могут подпадать любые не согласованные с Google отступления, в том числе, установка на Мобильном устройстве мобильных приложений и сервисов, не входящих в состав GMS, а также выпуск устройств без пакета GMS производителем, у которого есть соглашение с Google, содержащее антифрагментационные требования (стр. 25 Технического заключения МГУПИ МИРЭА). Данный вывод также подтверждается <...> заявителем <...> (Приложение

Таким образом, используя запрет антифрагментации и создавая ситуацию, при которой выпуск устройств без GMS и/или с отдельными предустановленными приложениями и сервисами конкурентов сопряжен с высокими рисками и неопределенностью для производителей, Google обеспечивает реализацию своих практик, описанных выше.

По итогам анализа вышеуказанных обстоятельств Комиссия пришла к следующим выводам:

Не обусловленная технологическими причинами практика Google по связыванию магазина приложений Google Play, в отношении которого Google занимает доминирующее положение на рынке, и иных приложений из состава GMS, как правило, находящихся в условиях конкуренции, ограничивает возможности доступа хозяйствующих субъектов-конкурентов Google на ряд рынков, на которых обращаются приложения и сервисы из пакета GMS, и впоследствии может привести к их вытеснению с указанных рынков. В частности, как отмечено в Аналитическом отчете, на рынке предустановливаемых магазинов приложений для ОС «Андроид», локализованных для России, имеются высокие барьеры входа и экспансии, которые являются труднопреодолимыми. Вследствие этого успешный выход конкурентов на рынок магазинов приложений является затруднительным, и, таким образом, возможность для конкурентов успешно выйти или удержаться на рынках Мобильных приложений и сервисов, на которых обращаются мобильные приложения и сервисы, включенные в состав GMS, также существенно снижена.

В силу практики связывания, Google достигает предустановки большого набора своих приложений и сервисов без выплаты какого-либо вознаграждения производителям. В свою очередь, конкурирующие разработчики приложений фактически лишены возможности предустанавливать свои приложения и сервисы совместно с Google Play и на тех же условиях, что и приложения и сервисы Google. В результате создания барьеров доступа происходит вытеснение конкурентов с тех рынков, на которых обращаются приложения и сервисы из пакета GMS.

Описанные последствия становятся возможны ввиду того обстоятельства, что предустановка является наиболее эффективным каналом продвижения мобильных приложений, обеспечивая наиболее значительный охват аудитории и объем использования приложений на Мобильном устройстве в силу следующих факторов:

- гарантированное нахождение на большом количестве устройств (согласно представленным в материалы дела данным, в России количество Мобильных устройств, на которых предустановлен магазин приложений Google Play и остальные приложения и сервисы из состава GMS, составило в 2014 г. примерно 25,6 млн. шт.);

- высокая частота использования (согласно результатам социологического опроса ВЦИОМ более половины респондентов каждый день используют браузер Google Chrome. Аналогичные показатели у остальных браузеров для ОС «Андроид» гораздо меньше);

- пассивное поведение пользователей (как правило, конечные пользователи не

меняют предустановленные приложения и сервисы и не скачивают аналогичные приложения самостоятельно (данные социологического опроса ВЦИОМ, Приложения №№ 7,8, 9 и 10 к Дополнительным пояснениям ООО «Яндекс» от 29.05.15), а также данные опроса, проведенного Romir по заказу Google (слайд «Отношение к базовому набору приложений», Приложение № 3 к ходатайству Google об отложении рассмотрения дела от 03.07.2015).

Приоритетная роль предустановки в сравнении с иными способами продвижения мобильных приложений, даже взятых в совокупности, подтверждена также иными материалами дела (Приложение № 2, 3 к письму ООО «Яндекс» от 29.05.2015 вх. № 53978/15; экономический отчет CRA) и не отрицается Google.

Кроме вышеописанных факторов также следует отметить:

- многие разработчики мобильных приложений не распространяют свои приложения через сайты. В равной степени этот канал не используется также самой Google. Кроме того, устройства на ОС «Андроид» содержат настройки, затрудняющие скачивание приложений с сайтов разработчиков. Речь идет о предупреждениях о том, что загружаемая программа может представлять угрозу для устройства, что создает предпосылки для отказа значительной части пользователей от установки приложений из любых источников, кроме предустановленного магазина приложений Google Play;

- скачивание приложений из иных источников, нежели сайты разработчиков или магазины приложений, как правило, не допускается. Это политика не только Google, но и многих других разработчиков. Кроме того, скачивание из иных источников требует от пользователя совершения ряда дополнительных действий (поиск приложения, совершение определенных технических манипуляций) и более серьезных технических знаний, чем требуются для использования магазина приложений (в частности, пользователям требуется изменить настройки Мобильного устройства таким образом, чтобы разрешить установку «из неизвестного источника»). В то время как скачивание напрямую из магазина приложений или использование предустановленного приложения не требует таких действий: в связи с этим само по себе наличие на устройстве предустановленного приложения снижает стимулы для поиска и скачивания альтернативного (вне зависимости от его качества) из иных внешних источников;

- с предустановкой также не сопоставим такой канал распространения как магазин приложений. Как указывалось выше, пользователи, как правило, не склонны менять предустановленные приложения и сервисы и не скачивают аналогичные приложения самостоятельно (см. данные социологического опроса ВЦИОМ, Приложения №№7,8,9 и 10 к Дополнительным пояснениям ООО «Яндекс» от 29.05.2015; данные опроса, проведенного Romir по заказу Google: слайд «Отношение к базовому набору приложений» - Приложение № 3 к Ходатайству Google об отложении рассмотрения дела от 03.07.2015 г.). Таким образом, предустановка мобильных приложений и сервисов на устройстве изначально обеспечивает значительно больший охват аудитории пользователей и частоту использования соответствующих мобильных приложений и сервисов.

Эффект предустановки усилен невозможностью удаления приложений и сервисов Google, предустановленных на Мобильном устройстве. Так, согласно информации самой Google, приложения возможно только деактивировать, при этом они

продолжат находиться на устройстве (ответ Google на запрос ФАС России от 26.06.2015 г. вх. 63911/15). При этом отсутствие возможности удаления предустановленных приложений Google из состава GMS также не обусловлено технологическими причинами: в то время как те же приложения Google, скачанные из магазина приложений Google Play, могут быть удалены пользователем в отличие от тех же самых, но предустановленных приложений.

Таким образом, описанные действия Google по связыванию магазина приложений Google Play и других приложений из состава GMS привели к тому, что канал предустановки оказался полностью зарезервирован за Google.

При этом, указанное конкурентное преимущество Google получает безвозмездно в силу обладания рыночной властью применительно к магазину приложений Google Play.

Таким образом, выбранный способ продвижения товара (связывание) приводит к ограничению вариантов предустановки конкурирующих приложений и, как следствие, может привести к ограничению конкуренции в соответствии с пунктом 17 статьи 4 Закона о защите конкуренции – а именно, к сокращению числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке.

При этом, Комиссия не может согласиться с доводом ответчика, согласно которому пакет GMS был создан и продвигается исключительно в совокупности с Google Play в ответ на ожидания конечных пользователей и производителей. Так, ожидания пользователей и производные от них ожидания производителей Мобильных устройств сводятся к тому, что устройство должно содержать определенный функционал и базовый набор приложений, необходимый для его реализации (такие как - карты, почта, магазин приложений), но не к тому, что это будут приложения конкретного разработчика (за исключением магазина приложений Google Play). Указанный довод подтверждается также материалами, представленными ответчиком (социологический опрос Romir, проведенный по заказу Google, позволяет заключить, что 50 % опрошенных (в совокупности с теми, кто не считает разницу критической) (против 39 %) не считают, что базовый набор должен обязательно состоять из приложений одного разработчика). Кроме того, соцопросы ВЦИОМ, представленные Заявителем, также подтверждают, что пользователи хотели бы иметь возможность менять (выбирать, удалять) предустановленные сервисы. В этой связи пакетирование – это только один из вариантов предложения товаров производителям, которые должны иметь возможность по своему усмотрению наполнить устройство приложениями и сервисами одного или разных разработчиков.

Также не имеет значения для обстоятельств рассматриваемого дела возможное согласие контрагентов Google на заключение соглашений, содержащих условия, ограничивающие конкуренцию. Прежде всего, по той причине, что у производителей Мобильных устройств отсутствует иная возможность получить магазин приложений Google Play, кроме как по договору с Google.

Комиссия отмечает, что само по себе пакетирование как способ продвижения товара не является нарушением законодательства, но становится незаконным связыванием в случае, если в пакет включается доминирующий продукт, возможность отдельного приобретения которого у покупателя отсутствуют. Так, например, Заявитель распространял на рынке пакет Yandex.Kit, в который также

входил набор приложения для Мобильных устройств. Между тем, наряду с распространением Yandex.Kit у производителей также сохранялась возможность отдельного приобретения приложений, разработанных Яндекс, включаемых в состав пакета Yandex.Kit.

Приоритетное размещение

Обуславливая получение Google Play также требованиями о преимущественном размещении своих приложений, Google создает для своих приложений существенные конкурентные преимущества.

Преимущественное расположение приложений на Мобильном устройстве непосредственно влияет на частоту использования приложений: расположение иконок приложений на домашнем экране устройства приводит к более частому обращению пользователей к данным приложениям, по сравнению с приложениями, иконки которых размещены на последующем (последующих) экранах устройства. В частности, ФАС России были исследованы данные по изменению доли поиска ООО «Яндекс» в зависимости от способа его установки (Приложение № 4 к письму ООО «Яндекс» от 29.05.2015 вх. № 53978/15). Так, было продемонстрировано, что в случае размещения поискового виджета на главном экране, доля поиска через него увеличивается в несколько раз по сравнению с ситуацией, когда какая-либо предустановка отсутствует.

Довод ответчика о том, что требование о приоритетном размещении мобильных приложений, входящих в пакет GMS, не ведет к ограничению прав конкурентов в связи с тем, что у последних сохраняется возможность по размещению своих приложений на экране Мобильного устройства на аналогичных условиях, материалами дела не подтверждается.

Таким образом, расположение иконок приложений на главном экране имеет существенное влияние на частоту использования соответствующих приложений и сервисов.

Предустановка поиска по умолчанию Google

Пользователи Мобильных устройств, как правило, пользуются тем, что находится на Мобильном устройстве по умолчанию. В пользу этого говорят результаты социологического опроса ВЦИОМ (большинство респондентов (67,2%) не меняли поисковую систему, установленную по умолчанию в браузере смартфона (и лишь четверть респондентов делали это). Данные по пользователям планшетов аналогичны (65,8% респондентов не меняли поиск по умолчанию). Более того, отвечая на вопрос, каким способом (или какими способами) респонденты пользуются для поиска в Интернете, большинство опрошенных (67,5% пользователей смартфонов и 68,1% пользователей планшетов) ответили, что пользуются адресной строкой браузера, а более трети (35,1% пользователей смартфонов и 35,2% пользователей планшетов) указали, что используют поисковый виджет на главном экране. Лишь 17-18% респондентов ответили, что используют

вебсайт поисковой системы (то есть не используют функциональность поиска по умолчанию).

Производители Мобильных устройств со ссылкой на соответствующие ограничения со стороны Google отказывают иным разработчикам в установке настройки конкурирующего поиска в качестве поиска по умолчанию (Приложения №№ 18, 27, 29, 31, 32, 50, 51-52, 55-56, 57, 62, 63, 65-66 и 72 к ответу ООО «Яндекс» на запрос информации ФАС России от 31.03.2015 г. вх. № 30740-ДСП/15), а также в возможности предустановить конкурирующие приложения на домашний экран (Приложения №№ 10, 18-19, 27, 28, 29, 32, 50, 51-52 и 57 к письму ООО «Яндекс» от 31.03.2015 вх. № 30740-ДСП/15).

Указанные обстоятельства приводят к созданию препятствий доступу хозяйствующих субъектов-конкурентов на рынок поиска, что потенциально может привести к ограничению конкуренции в связи с сокращением числа хозяйствующих субъектов на товарном рынке.

Установление требования об отказе от предустановки конкурирующих приложений и сервисов, в том числе обеспечиваемого предоставлением со стороны Google вознаграждения.

Представление контрагентам – производителям Мобильных устройств для предустановки на Мобильные устройства магазина приложений Google Play при условии соблюдения запрета на предустановку приложений, продуктов, сервисов, разработанных иными хозяйствующими субъектами, подтверждается следующим:

- <...>;

- запрет на предустановку приложений, продуктов, сервисов, разработанных третьими лицами, обеспеченный предоставлением со стороны Google вознаграждения на условиях RSA. Так, заключение соглашений, условием которых является предоставление бонусов и иных видов вознаграждения, в т.ч., за продвижение товара на рынке, обусловленных отказом от приобретения товаров конкурентов, по общему правилу противоречит требованиям добросовестности, разумности и справедливости и может являться актом недобросовестной конкуренции. В то время как сама по себе выплата части дохода от мобильной рекламы разработчиком приложений и сервисов в пользу производителя в качестве вознаграждения за предоставляемые услуги по предустановке на Мобильных устройствах (в том числе, в определенный период времени, на конкретных моделях устройств и т.д.), не может быть признана недобросовестной практикой, поскольку направлена на обеспечение представленности и продвижения собственных товаров и не оказывает непосредственного влияния на товары конкурентов.

<...>.

В связи с этим, подобное условие приобретения Google Play также должно быть квалифицировано как проявление злоупотребления Google своей рыночной

властью, нарушающее часть 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, т.к. потенциально может привести к ограничению конкуренции в связи с сокращением числа хозяйствующих субъектов-конкурентов Google на целом ряде товарных рынков. В частности, ввиду того обстоятельства, что выплаты осуществляются не за действия по продвижению приложений и сервисов Google, а за отказ от сотрудничества с конкурентами Google.

Комиссия, рассмотрев антиконкурентные практики Google, установила, что при наличии доминирующего положения на рынке предустановленных магазинов приложений, а также создании преимущественных условий для собственных приложений, обеспечивающих Google приоритетное использование приложений пользователями, как следствие, получение прибыли в размере, как если бы ответчик был единственным поставщиком приложений, Google оказывает влияние на общие условия обращения товара на смежных товарных рынках (магазинов приложений).

Неприменимость изъятий, установленных для действий по распоряжению правами на объекты интеллектуальной собственности

Вопреки доводам Ответчика, в настоящем деле не может быть применено исключение, предусмотренное частью 4 статьи 10 Закона о защите конкуренции, т.к. GMS не является единым объектом исключительных прав (не является программным комплексом, одной программой, мультимедийным продуктом или составным произведением), а ограничения, устанавливаемые Google в <...> выходят за пределы осуществления исключительных прав на отдельные приложения Google. Соответствующие доказательства также были представлены Заявителем в материалы дела.

Так, GMS объединяет в себя три группы составляющих (магазин приложений Google Play (прикладная программа, предназначенная для поиска, приобретения, установки и обновления различных приложений); ряд дополнительных приложений (прикладных программ); а также набор системных программ (Google Play Services), которые решают задачи в различных предметных областях. Каждая указанная программа выполняет свою собственную законченную функцию и их система не образует программный комплекс, по этой же причине GMS не является составным произведением с позиции ст. 1260 ГК РФ (см. Правовое заключение МГЮА от 02.09.2015).

Самостоятельным объектом исключительных прав является каждая конкретная программа для ЭВМ (приложение), осуществление исключительных прав на которые охватывает только действия по использованию данной программы, но не весь процесс коммерческой деятельности, связанный с ним. Соответственно в предмет договора, оформляющего предоставление права использования программы для ЭВМ, может включаться только описание пределов использования программы. Любые иные вопросы взаимоотношений сторон, которые также может урегулировать лицензионный договор, будут выходить за пределы лицензионных правоотношений. Эта позиция основана на положениях применимого гражданского законодательства и поддерживается судебной практикой.

Равным образом не может быть принят во внимание довод ответчика о том, что правомерность требований <...> относительно размещения и настройки приложений GMS обусловлена осуществлением Google исключительного права на товарные знаки, зарегистрированные и охраняемые в отношении приложений и веб-сервисов GMS, поскольку осуществление исключительного права на каждый из товарных знаков ограничено описанием пределов использования такого товарного знака. Более того, Google не представил доказательств регистрации предоставления права использования в отношении каких-либо товарных знаков, права на использование которых, по мнению Google, были предоставлены производителям. В соответствии с пунктом 6 статьи 1232 ГК РФ, в этом случае предоставление исключительного права считается несостоявшимся, что не позволяет вести речь об осуществлении исключительных прав на какие-либо товарные знаки.

В дополнение к этому необходимо отметить, что Google не оспаривает, что исключение, предусмотренное пунктом 4 статьи 10 Закона о защите конкуренции, не распространяется на действия в отношении товара, произведенного с использованием исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности (письменные пояснения Google от 26.08. 2015). При этом рассматриваемые действия Google в первую очередь касаются запрета на производство и продажу устройств производителями в случае, если они не соблюдают все ограничительные практики, применяемые Google.

Более того, в рассматриваемой ситуации речь идет об ограничениях и запретах, которые устанавливаются Ответчиком в отношении программ для ЭВМ третьих лиц (как то – запрет предустановки программ конкурентов Google на тех же условиях, что и приложения из пакета GMS) – т.е. на действия, совершаемые в отношении объектов, право на использование которых не предоставляется по договору. Поскольку речь идет о программах для ЭВМ третьих лиц, это означает, что ни одна из сторон договора <...> не имеет исключительного права на эти программы, а, следовательно, данный запрет вообще не связан с действием исключительного права или его осуществлением (Экспертное заключение от 30.06.2015 № 373-Ц).

Таким образом, Google, занимающий доминирующее положение на рынке предустановленных магазинов приложений для ОС «Андроид», совершил действия, выразившиеся в предоставлении контрагентам - производителям Мобильных устройств для предустановки на Мобильные устройства, предназначенные для введения в оборот на территории Российской Федерации, под управлением ОС «Андроид», магазина приложений Google Play при следующих условиях:

- обязательной предустановки совместно с магазином приложений Google Play совокупности иных приложений, продуктов, сервисов Google;
- обязательной предустановки на Мобильные устройства и/или настройки на Мобильных устройствах совместно с магазином приложений Google Play поисковой системы Google в качестве поисковой системы по умолчанию;
- обязательного размещения предустанавливаемых совместно с магазином приложений Google Play иных приложений Google строго в определенных Google местах на экране Мобильного устройства;

- соблюдения запрета на предустановку приложений, продуктов, сервисов, разработанных иными хозяйствующими субъектами, в том числе обеспеченного предоставлением со стороны Google вознаграждения или иного материального стимулирования, что привело и может привести к ограничению конкуренции.

Согласно части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции запрещаются действия занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции.

<...>.

Комиссия не нашла подтверждений совершения ООО «Гугл» действий, в которых содержатся признаки злоупотребления доминирующим положением.

Так как Комиссия установила, что действия компании Google Inc., компании Google Ireland Limited, занимающих доминирующее положение на рынке предустановленных магазинов приложений для ОС «Андроид», локализованных для распространения на территории Российской Федерации, приводят к ограничению конкуренции на смежных товарных рынках (магазинов приложений), то рассматриваемые действия указанных компаний следует квалифицировать по части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Дело по части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции в отношении рассматриваемых действий подлежит прекращению.

Комиссия по рассмотрению дела № 1-14-21/00-11-15, руководствуясь [статьей 23](#), [частью 1 статьи 39](#), [частями 1-4 статьи 41](#), пунктом 2 части 1 статьи 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

РЕШИЛА:

1. Признать действия компании Google Inc., компании Google Ireland Limited (далее – Google), выразившиеся в предоставлении контрагентам - производителям Мобильных устройств для предустановки на Мобильные устройства, предназначенные для введения в оборот на территории Российской Федерации, под управлением операционной системы Андроид, магазина приложений Google Play при следующих условиях:

- обязательной предустановки совместно с магазином приложений Google Play совокупности иных приложений, продуктов, сервисов Google;

- обязательной предустановки на Мобильные устройства и/или настройки на Мобильных устройствах совместно с магазином приложений Google Play поисковой системы Google в качестве поисковой системы по умолчанию;

- обязательного размещения предустанавливаемых совместно с магазином приложений Google Play иных приложений Google строго в определенных Google местах на экране Мобильного устройства;

- соблюдения запрета на предустановку приложений, продуктов, сервисов, разработанных иными хозяйствующими субъектами, в том числе обеспеченного предоставлением со стороны Google вознаграждения или иного материального стимулирования, что привело и может привести к ограничению конкуренции, нарушением части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

2. Прекратить рассмотрение дела в отношении ООО «Гугл» в связи с отсутствием нарушения антимонопольного законодательства в рассматриваемых Комиссией действиях.

3. Выдать компании Google предписание о прекращении злоупотребления доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции.

4. Прекратить рассмотрение дела № 1-14-21/00-11-15 о нарушении Google части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в связи с отсутствием нарушения антимонопольного законодательства в рассматриваемых Комиссией действиях.

ПРЕДПИСАНИЕ

по делу № 1-14-21/00-11-15

18 сентября 2015 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дела № 1-14-21/00-11-15 о нарушении антимонопольного законодательства в составе: <...> (далее - Комиссия),

руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частью 4 статьи 41, статьей 50 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции), на основании своего решения от 18 сентября 2015 года по делу № 1-14-21/00-11-15 о нарушении Google Inc. (1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94093 USA), Google Ireland Limited (Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Ireland) части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Компании Google Inc. и компании Google Ireland Limited в срок до 18.11.2015 прекратить нарушение части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, выразившееся в предоставлении контрагентам - производителям мобильных устройств для предустановки на мобильные устройства, предназначенные для

введения в оборот на территории Российской Федерации, под управлением операционной системы «Андроид» (далее — ОС «Андроид»), магазина приложений Google Play при следующих условиях:

1.1. о соблюдении запрета на предустановку приложений, продуктов, сервисов, разработанных иными хозяйствующими субъектами, в том числе обеспеченного предоставлением со стороны Google вознаграждения контрагентам– производителям мобильных устройств под управлением ОС «Андроид» или иного материального стимулирования;

1.2. об обязательной предустановке совместно с магазином приложений Google Play совокупности иных приложений, продуктов, сервисов Google;

1.3. об обязательной предустановке на мобильные устройства и/или настройке на мобильных устройствах совместно с магазином приложений Google Play поисковой системы Google в качестве поисковой системы «по умолчанию»;

1.4. об обязательном размещении предустанавливаемых совместно с магазином приложений Google Play иных приложений Google строго в определенных Google местах на экране мобильного устройства.

2. Google Inc. и Google Ireland Limited не обуславливать предустановку магазина приложений Google Play, предоставляемого контрагентам-производителям мобильных устройств, работающих под управлением операционной системы «Андроид», для мобильных устройств, работающих под управлением ОС «Андроид», предназначенных для введения в оборот на территории Российской Федерации, следующими требованиями:

2.1 об обязательной предустановке иных приложений, продуктов, сервисов Google;

2.2 об обязательном размещении предустанавливаемых совместно с магазином приложений Google Play иных приложений Google на главном экране или на уровень ниже главного экрана;

2.3. об обязательной предустановке на мобильные устройства и/или настройке на мобильных устройствах совместно с магазином приложений GooglePlay поисковой системы Google в качестве поисковой системы «по умолчанию»;

2.4 о соблюдении запрета на предустановку приложений, продуктов, сервисов, разработанных иными хозяйствующими субъектами, в том числе обеспеченного вознаграждением контрагентам– производителям мобильных устройств под управлением ОС «Андроид» или иным материальным стимулированием.

3. Google Inc. и Google Ireland Limited в срок до 18.11.2015 совершить все действия, необходимые для внесения изменений во все действующие соглашения/договоры, содержащие требования, указанные в пункте 1 настоящего предписания, заключенные компаниями или от имени компаний Google Inc. и Google Ireland Limited с контрагентами – производителями мобильных устройств, работающих под управлением ОС «Андроид», предназначенных для введения в оборот на территории Российской Федерации.

4. Google Inc. в срок до 18.11.2015 проинформировать пользователей мобильных устройств под управлением ОС «Андроид», распространенных на территории

Российской Федерации, о возможности деактивации предустановленных приложений Google, изменения поисковой машины в браузере Google Chrome, о возможности установки иного виджета поиска и установки иных приложений, аналогичных входящим в пакет GMS, а также о возможности изменения расположения иконок на экране устройства в форме уведомления, которое должно быть выведено на экран мобильного устройства.

5. Google Inc. и Google Ireland Limited в течение 10 дней с момента исполнения настоящего предписания письменно сообщить в ФАС России о его исполнении с приложением соответствующих надлежащим образом оформленных доказательств.