

ООО «Яндекс» Льва Толстого ул., д. 16 г. Москва, 119021 <...> <...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 077/04/14.3-22591/2020 Резолютивная часть оглашена

«28» декабря 2020 года г. Москва

Изготовлено в полном объеме «30» декабря 2020 года

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев протокол от 11.12.2020 и материалы дела об административном правонарушении № 077/04/14.3-22591/2020, возбужденного в отношении юридического лица — ООО «Яндекс» (ОГРН 1027700229193, ИНН/КПП 7736207543/770401001), по факту распространения в период с 17.02.2020 по 06.04.2020 в системе «Яндекс.Директ» рекламы книги «Нашумевшая книга Амантонио! Амантонио «Прививать или не прививать?» Эксклюзивно на Литрес. Успейте прочитать! Litres.ru/электронные книги», с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации), без указания категории данной информационной продукции, в присутствии представителя ООО «Яндекс» в лице <...>. По доверенности № <...>

УСТАНОВИЛ: Решением комиссии Московского УФАС России от 17.07.2020 по делу № 077/05/5-10121/2020, в действиях юридического лица — ООО «Яндекс» по факту распространения в период с 17.02.2020 по 06.04.2020 в системе «Яндекс.Директ» рекламы книги «Нашумевшая книга Амантонио! Амантонио «Прививать или не прививать?» Эксклюзивно на Литрес. Успейте прочитать! Litres.ru/электронные книги» установлено нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе. Согласно части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции. Согласно пункту 5 статьи 2 Закон о защите детей от информации, информационной продукцией является предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий. В соответствии с абзацем 1 статьи 5 Федерального закона от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов» под печатными изданиями (текстовые, нотные, картографические, изоиздания) понимаются издания, прошедшие редакционно-издательскую обработку, полиграфически самостоятельно оформленные, имеющие выходные сведения. Согласно пункту 3.1.1.1. «ГОСТ 7.60-2003. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения» (далее - ГОСТ 7.60-2003), введенному Постановлением Госстандарта России от 25.11.2003 № 331-ст, под печатным изданием понимается издание, полученное печатанием или тиснением, полиграфически самостоятельно

оформленное; согласно пункту 3.1.2. ГОСТ 7.60-2003, под издательской продукцией понимается совокупность изданий, намечаемых к выпуску или выпущенных издателем (издателями). Таким образом, книга Амантонио «Прививать или не прививать?» относится к печатной продукции, а следовательно, данный объект подпадает под понятие информационной продукции, определяемое пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации. Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе книги Амантонио «Прививать или не прививать?», размещенной в системе «Яндекс.Директ» указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе. Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель. Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Яндекс». Ответственность за невыполнение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ). В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 ст. 14.3, ч. 4 ст. 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, — 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. В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность. Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ 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. Таким образом, виновные действия юридического лица — ООО «Яндекс» состоят в распространении в период с 17.02.2020 по 06.04.2020 в системе «Яндекс.Директ» рекламы книги «Нашумевшая книга Амантонио! Амантонио «Прививать или не прививать?» Эксклюзивно на Литрес. Успейте прочитать! Litres.ru/электронные книги», что нарушает часть 10.1 статьи 5 Закона о рекламе. Обстоятельств, свидетельствующих о невозможности соблюдения ООО «Яндекс» требований законодательства, не установлено. Вина юридического лица — ООО «Яндекс» в совершении административного правонарушения в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ доказана. Место совершения административного правонарушения — г. Москва. Время совершения административного правонарушения — с 17.02.2020 по 06.04.2020 (дата обнаружения размещения рекламы с нарушением законодательства о рекламе). Согласно части 3 статьи 2.1 КоАП РФ назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое

лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо. Согласно части 3 статьи 3.4 КоАП РФ 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса. Согласно открытым данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ООО «Яндекс» не относится к данной категории субъектов, в связи с чем оснований для замены наказания в виде административного штрафа на предупреждение не усматривается. В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность. Согласно пункту 2 части 1 статьи 4/2 КоАП РФ обстоятельством, смягчающим административную ответственность, признается добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение. Должностным лицом административного органа установлено, что спорная реклама распространялась в период с 17.02.2020 по 06.04.2020, в настоящее время не распространяется. При рассмотрении дела защитник ООО «Яндекс» заявил ходатайство о признании допущенного нарушения малозначительным и применении ст. 2.9 КоАП РФ, в связи с тем, что отсутствует существенная угроза охраняемым общественным отношениям, то есть отсутствовало существенное нарушение охраняемых общественных правоотношений. В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием. При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств. Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений п. 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния. Малозначительным 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 рассматриваемом случае должностным лицом установлено, что малозначительность правонарушения не может быть применена к действиям ООО «Яндекс» в связи с неоднократностью привлечения ООО «Яндекс» к административной ответственности, предусмотренной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ (Постановление Свердловского УФАС России по делу об административном правонарушении № 23АПР/19 от 01.03.2019, Постановление ФАС России по делу об административном правонарушении № 08/04/14.3-43/2019 от 10.06.2019, Постановление Татарстанского УФАС России по делу об административном правонарушении № 016/04/14.3-1584/2019 от 03.10.2019 и др.), а равно в действиях Общества прослеживается тенденция по систематическому нарушению законодательства Российской Федерации о рекламе. Однако, оценивая обстоятельства, отягчающие и/или смягчающие административную ответственность ООО «Яндекс», и иные обстоятельства дела, должностное лицо полагает возможным учесть место распространения рекламы (сайт СМИ, не предназначенного для детей), а также тот факт что рекламируемый объект не относится к наиболее серьезным категориям (18+ или даже 16+), ввиду чего достаточно ограничиться почти минимальным размером административного штрафа. Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 101 000,00 рублей. Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ, ПОСТАНОВИЛ: 1. Признать юридическое лицо — ООО «Яндекс» (ОГРН 1027700229193, ИНН/КПП 7736207543/770401001), виновным в совершении правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. 2. Назначить юридическому лицу — ООО «Яндекс» (ОГРН 1027700229193, ИНН/КПП 7736207543/770401001), наказание в виде административного штрафа в размере 101 000,00 руб. (сто одна тысяча рублей 00 коп.). В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ. В силу указанных положений КоАП РФ лицо, привлеченное к административной ответственности, обязано исполнить обязательство по уплате штрафа за совершенное правонарушение самостоятельно. Законодательством Российской Федерации не установлена возможность уплаты неналоговых платежей иным лицом за лицо, в обязанность которого входит уплата данных платежей. Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе: Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России, л/с <...>) ИНН/КПП: <...> / <...> Банк получателя: ГУ Банка России по ЦФО р/с <...> БИК 044525000 ОКТМО: <...> КБК <...> Назначение платежа: Административный штраф, зачисляемый в федеральный бюджет по делу № 077/04/14.3-22591/2020 УИН <...> Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа. В

соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. В соответствии с пунктом 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.

Заместитель руководителя <...>

Исп. <...>

Тел. <...>