

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ №37

о назначении административного наказания по делу №022/04/14.3-231/2019  
об административном правонарушении

28 мая 2019г. г.Барнаул

Я, заместитель руководителя управления Федеральной Антимонопольной службы по Алтайскому краю К<...>, рассмотрев протокол должностного лица управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю от 14.05.2019 и материалы дела об административном правонарушении №022/04/14.3-231/2019, возбужденного в отношении ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН: 2223592756) (место нахождения юридического лица- 656043, Алтайский край, город Барнаул, улица Короленко, дом 75, офис 8), и другие материалы дела №022/04/14.3-231/2019 об административном правонарушении,

### УСТАНОВИЛ:

Согласно протоколу об административном правонарушении от 14.05.2019 г. в действиях ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН: 2223592756) допущено нарушение части 6 статьи 5, пункта 6 части 1 статьи 21, пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и содержится состав административного правонарушения, предусмотренный ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Данное обстоятельство выражается в следующем.

В управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило заявление гражданина Российской Федерации (вхд.№1814417 от 26.11.2018г.) по факту распространения ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пиво) и пивоварни «Николая Копытова» в сети Интернет, а именно в социальных сетях «Вконтакте» и «Instagram».

Согласно заявлению, в социальных сетях «Вконтакте» и «Instagram» размещается реклама алкогольной продукции, а именно пива «Пряничное», выпущенного пивоварней, в котором присутствует изображение женщины с кляпом во рту в виде пряника. Заявитель указывает, что это насильственная сцена сексуального характера (кляп в виде пряника изображен как оборудование, использующееся в БДСМ практиках). Реклама пива является непристойной и оскорбительной, демонстрирует насилие над женщинами, легитимирует его и показывает насильственную сцену, как нечто нормальное, призывая, таким образом, к насилию по отношению к женщинам, нарушая требования статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения заявления антимонопольным органом установлено, что в сети

Интернет, а именно на страницах в социальных сетях «ВКонтакте»<...> и «Instagram» <...> размещаются рекламные материалы следующего содержания.

Запись от 21 ноября в в социальной сети «ВКонтакте» и «Instagram»: «В пятницу, 23-го ноября, в нашем магазинчике по адресу Короленко, 75 в 18.00 презентуем новый супер-пуперсорт: имперский стаут, его Величество "Пряник". В программе: бесплатные дегустационные образцы, нетривиальная закуска к пиву и леши от Николая (по желанию). Пара слов о виновнике торжества: Ароматическое цунами этого имперского стаута, созданное корицей, гвоздикой, анисом, чёрным перцем и можжевельником, разбивается о плотность в 22%, сдобренную лактозой. А вместе это все превращается в самый настоящий Пряник. Алкогольный, <.....>, Пряник. Вы будете пить его, пока не вспомните стоп-слово)). Запись сопровождается изображением образа женщины с открытым ртом, в котором в виде кляпа размещен пряник, закрепленный ремнями.

По имеющейся информации на сайте [https://vk.com/page-59800369\\_45472186](https://vk.com/page-59800369_45472186) указаны типы групп:

-открытая - просматривать материалы такой группы и вступить в неё смогут все желающие;

-закрытая группа - группу можно найти через поиск, но попасть в нее получится только по приглашению администраторов сообщества, либо подав заявку и получив одобрение руководства группы, материалы закрытой группы могут видеть только участники, остальные пользователи «ВКонтакте» увидят лишь логотип группы, её название, описание и список участников;

- частная- подобные группы нельзя найти ни через поиск, ни увидеть на страницах участников, единственный способ попасть в них- получить приглашение от администратора, никто, кроме участников и приглашенных, не сможет увидеть название, логотип и другие материалы группы.

Согласно информации на сайте [https://help.instagram.com/196883487377501/?helpref=hc\\_fnav&bc\(0\)=368390626577968&bc\(1\)=1757120787856285](https://help.instagram.com/196883487377501/?helpref=hc_fnav&bc(0)=368390626577968&bc(1)=1757120787856285) все могут просматривать профиль, а также публикации на Instagram. Публикации можно сделать закрытыми, чтобы их видели только одобренные подписчики.

Интернет страницы ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте» являются открытыми, следовательно, информация, распространяемая в данных источниках, является общедоступной во всемирной сети «Интернет».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38- ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. 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.

Направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Рассматриваемая информация полностью соответствует понятию реклама, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: «Пивоварне Копытова» и к алкогольной продукции (пиво марки «Имперский стаут Пряник»). Реклама распространена в сети Интернет, на открытых страницах в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц.

Распространенная информация в вышеупомянутых источниках по своему содержанию не позволяет определить круг ее получателей, является неперсонифицированной, направленной на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции, произведенной и реализуемой в «Пивоварне Копытова», что формирует и поддерживает интерес к данной продукции, и тем самым способствует ее продвижению на рынке.

Требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции установлены статьей 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В рекламе пива «Имперский стаут Пряник» используется образ женщины, следовательно, реклама размещена с нарушением п.6 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Рассматриваемая реклама пива размещена в сети Интернет, следовательно, при ее размещении нарушено требование п.8 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, при размещении и распространении рекламы должны соблюдаться общие требования к рекламе, установленные статьей 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Используемое в рекламе пива изображение девушки с кляпом во рту в виде пряника, нарушает традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы; кроме того, является неприличным и оскорбительным, поскольку противоречит правилами приличия, нормам общественной морали и нравственности, умаляет достоинство женщины. Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы (образ девушки, с открытым ртом в котором размещен пряник, закрепленный ремнями) свидетельствует о том, что используемый в рекламе образ является непристойным, оскорбительным, что указывает на нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, данная реклама пива не соответствует требованиям, установленным частью 6 статьи 5, пунктом 8 части 2 статьи 21, пунктом 6 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 названного Закона, является ненадлежащей рекламой.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5, частью 1 статьи 21, несет рекламодатель, ответственность на нарушение части 2 статьи 21 несет рекламораспространитель.

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

29.03.2019 года Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе установлен факт нарушения ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) требований части 6 статьи 5, пункта 6 части 1 статьи 21, пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) признано нарушившим требования части 6 статьи 5, пункта 6 части 1 статьи 21, пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой административную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Согласно 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.

ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) имело реальную возможность обеспечить соблюдение законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, но не приняло к тому надлежащих мер, не проявило должную степень заботливости и осмотрительности при принятии решения о распространении рассматриваемой рекламы, что привело к нарушению законодательства Российской Федерации о рекламе и влечет ответственность в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в соответствии с которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем "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.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности.

У ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, следовательно, в действиях ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Непринятие ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) должных мер по соблюдению требований части 6 статьи 5, пункта 8 части 2 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», привело к нарушению законодательства Российской Федерации о рекламе, что образует оконченный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

На составление и подписание протокола от 14.05.2019 директор ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» К<..> явился. Копию протокола об административном правонарушении на шести страницах получил лично.

Установлены обстоятельства, смягчающие административную ответственность и предусмотренные ст.4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно: добровольное исполнение до вынесения

постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданное ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор).

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

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Пунктом 10 Федерального закона от 29.12.2015 N 408-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» установлено, что до 1 августа 2016 года для отнесения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей к субъектам малого и среднего предпринимательства и для отнесения их к категориям субъектов малого и среднего предпринимательства применяются условия, установленные статьей 4 Федерального закона от 24 июля 2007 года N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в редакции, действовавшей до дня вступления в силу настоящего Федерального закона).

Согласно ст. 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

- средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних

предприятий;

б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Постановлением Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» установлены предельные значения дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, определяемого в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируемого по всем осуществляемым видам деятельности и применяемого по всем налоговым режимам, для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

микропредприятия - 120 млн. рублей;

малые предприятия - 800 млн. рублей;

средние предприятия - 2 млрд. рублей.

Согласно сведениям из Реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, опубликованного на сайте Федеральной налоговой службы России (<https://rmsp.nalog.ru/>), ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) относится к категории – микропредприятие.

Таким образом, ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) соответствует указанным условиям отнесения к категории субъектов малого и среднего предпринимательства – микропредприятие.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом того, что ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) является субъектом малого бизнеса, а также при наличии обстоятельств, установленных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса административное наказание в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях подлежит замене на предупреждение.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать ООО «Частная Пивоварня Николая Копытова» (ИНН 2223592756) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначить наказание в виде предупреждения.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч.1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в районный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч. 1 ст. 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 управления

Советник ГГС РФ 1 класса <.> К