Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

РЕШЕНИЕ

24 февраля 2021 года

(изготовление решения в полном объеме)

19 февраля 2021 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/1233

г. Сыктывкар

ООО «Крылья паб»

Коммунистическая ул., д. 7,
помещение 1, г.
Сыктывкар,

167000

<...>

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе: <...>

рассмотрев дело № 011/05/21-955/2020, возбужденное в отношении ООО «Крылья паб», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г.

Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 7, помещение 1, ОГРН 1191121007109, ИНН 1101166854, КПП 110101001, по факту размещения в сети Интернет на странице сообщества «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/) реклам с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие директора ООО «Крылья паб», направившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие, с участием представителя <...>;

в присутствии представителя ООО «Крылья паб» - <...>, действующего на основании доверенности от 26.01.2021;

в отсутствие заявителя, надлежащим образом извещённого о времени и месте рассмотрения рекламного дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 30.11.2020 (вх. № П-315 от 01.12.2020) о ненадлежащей рекламе алкогольной продукции в сети Интернет по адресам: https://vk.com/kryliapubsyktyvkar, https://www.instagram.com/krylia_pub/.

По результатам рассмотрения обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/21-955/2020 в отношении ООО «Крылья паб» по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/10599 от 29.12.2020.

Кроме того, Комиссией установлено, что рекламное сообщение от 30.10.2020 размещено с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе, о чём указано в определении № 03-01/691 от 29.01.2021.

Из материалов дела № 011/05/21-955/2020 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Интернет-страницы «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР», размещённые по адресам https://vk.com/kryliapubsyktyvkar, https://www.instagram.com/krylia_pub/, являются страницами лица, оказывающего услуги в пабе «Крылья». Указанные страницы в социальных сетях содержат сведения об ассортименте товаров (меню), в том числе с указанием их стоимости, а также контактную информацию.

Вместе с тем, часть записей, размещённых на указанных страницах, содержит изображения бутылок с этикетками и (или) бокалов, на которых чётко различимы названия марок конкретной алкогольной продукции и изображения их логотипов.

Так, 03.11.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/) размещено сообщение следующего содержания: «Это что, белочка? Она самая. Сидит на этикетке, орешки принесла. А точнее ореховый портер Пенное дымно-орехового цвета с крутейшим сладким вкусом, напоминающим шоколадно-ореховую пасту. Не думай, что просто десерт и никакого удовольствия! Сладость эта аккуратно раскрывается умеренной хмелевой горчинкой и переходит в ароматный ореховый шлейф В #КРЫЛЬЯПАБ так много вкусного и оригинального! Можно и с этой белочкой в нашем пабе подружиться». Под сообщением размещены три фотографии. На первой фотографии крупным планом запечатлены бокал, наполненный пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, с надписью «*PIVOT POINT*», и банка портера «Белка, я люблю тебя!» производителя «*PIVOT POINT*». Две другие фотографии содержат изображение банки портера «Белка, я люблю тебя!» производителя «*PIVOT POINT*».

30.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/) размещено сообщение следующего содержания: «ТЫ все еще не у нас в #КРЫЛЬЯПАБ??? А мы уже начали! НА Входе подаем коктейль АНТИКОВИД! Приходи, получи ВАКЦИНУ Сегодня и всю следующую неделю АКЦИИ: Тыквенный Эль всего по 199 Ужасно вкусный десерт + кофе всего за 200». Под сообщением размещены четыре фотографии, на одной из которых крупным планом изображена бутылка с надписью «*KONIX* BREWERY» и размещена информация «Ароматный тыквенный Эль для любителей необычного вкуса всего за 199 ».

29.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «ЧЕТВЕРГ - РЫБНЫЙ ДЕНЬ! А если на рыбалке не клюет, но наливают, такая рыбная ловля автоматически считается успешной. Гарантируем: в #КРЫЛЬЯПАБ отличная рыбалка! Улавливаешь? Места рыбные не просто искать не надо, они сразу вывеской КРЫЛЬЯПАБ отмечены, да и в Сыктывкаре их всего ДВА и оба на ул. Коммунистической, кому как удобнее ТЦ "Звездный" или гостиница "Сыктывкар". Подкармливать тоже не нужно, мы тебя сами подкормим. Удочки и прочие расходники не нужны. Рыбалка — вообще лотерея: поймаешь или не поймаешь, карася или башмак, а в КРЫЛЬЯПАБ вот что заказал, то и приносим. Так что хочешь рыбы — иди в КРЫЛЬЯПАБ!». Под сообщением размещены четыре фотографии, на одной из которых крупным планом запечатлён бокал, наполненный пенной жидкостью

тёмного цвета, с изображением логотипа торговой марки пива «Mort Subite».

20.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/) размещено сообщение следующего содержания: «В 1795 году во время правления Екатерины II, Абрахам Крон основал завод Александра Невского в Петербурге, а Петр Казалет почти в это же время образовал Калинкинский пивоваренный завод. 1848 год ознаменовался слиянием этих предприятий, но лишь с 1923 года объединённая компания стала носить имя Степана Разина». Под сообщением размещена фотография, на первом плане которой запечатлена бутылка пива «Степан Разин Адмиралтейское».

17.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/) размещено сообщение следующего содержания: «МИЛЫЕ ДЕВУШКИ!!!! ВНИМАНИЕ #КРЫЛЬЯПАБ запускает "ДЕТСКИЙ САД" для взрослых МУЖЧИН! Оставляешь мужа, берешь номерок и спокойно отправляешься по магазинам за покупками! За свою вторую половину можно НЕ волноваться, ведь он накормлен, напоен, а главное - точно известно, где он! Полный пакет услуг ВСЕГО за 1000 рублей! В эту стоимость входит: Пара кружек ПИВА Горячий ОБЕД Настольные или видео ИГРЫ Просмотр спортивных ТЕЛЕТРАНСЛЯЦИЙ Принимаем заявки по телефону: 72 - 90 - 10». Под сообщением размещены четыре фотографии. На первой фотографии запечатлены три бутылки пива «Отличный план», «Типачё» и «Синеус», а также три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета, с надписью «КРЫЛЬЯ ПАБ». На третьей фотографии запечатлён стол, на котором размещены раскрытая доска игры в нарды, бутылка коньяка «Арарат» и бокал с жидкостью тёмного цвета.

10.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/) размещено сообщение следующего содержания: «Внимание! ТОЛЬКО в эту СУББОТУ 10.10.2020! Проводим дегустацию нового сорта виски WILLIAM LAWSON'S CHILI При входе в #КРЫЛЬЯПАБ каждому желающему будет предложен подарочный ШОТ этого замечательного напитка! Успей попробовать! Бронируйте места по телефону: 72 - 90 – 10». Под сообщением размещены две фотографии. На первой фотографии запечатлены ваза со льдом, бутылка виски «WILLIAM LAWSON'S SUPER CHILI» и бокал, наполненный жидкостью тёмного цвета. Вторая фотография содержит изображение бутылки виски «WILLIAM LAWSON'S CHILI» и фразы: «WILLIAM LAWSON'S SUPER CHILI – ОСТРО-ПРЯНЫЙ ВИСКИ ДЛЯ ГОРЯЧИХ ТУСОВОК!», «ИДЕЯ ДЛЯ НАСТОЯЩИХ ТУСОВОК!», «WILLIAM LAWSON'S», а также изображение мужчины.

31.08.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «АНЕКДОТ ДНЯ. Бросаем пить правильно))) Три брата имели традицию: раз в неделю заходить в #КРЫЛЬЯПАБ и выпивать по пинте пива, но, со временем, один брат уехал в Америку и тогда два оставшихся брата стали брать три пинты пива на двоих, а когда и второй брат уехал из страны, младший в одиночку пил все три кружки. И вот, в один прекрасный день, он приходит и заказывает всего две кружки. Бармен с горечью говорит ему:

- Я очень сочувствую вашей утрате.

- Какой утрате? - удивился парень

- Ну, вы же выпиваете по кружке пива за каждого своего брата, вот я и подумал...

- Да все это фигня. Первую кружку я поднимаю за брата в Америке, вторую - за брата в Австралии, а сам я пить бросил». Под сообщением размещена фотография, на которой крупным планом запечатлены два бокала, наполненные пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, с изображением логотипа торговой марки пива «*Leffe*».

28.08.2020 в 16 час. 24 мин. в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Всего несколько часов до начала выходных! Терпите, крепитесь, берегите нервы и силы. Чтобы вечером забежать в #КРЫЛЬЯПАБ и окунуться а атмосферу спокойствия, неги и релакса. Сегодня, как почти и всегда, вас встретит Глеб, нальет самый правильный напиток и сделает все (ну, ладно, почти все), чтобы ваш вечер был максимально приятным». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлён мужчина, держащий в одной руке бутылку с жидкостью синего цвета (предположительно, ликёр «Болс Блю Кюрасао»), в другой – бутылку абсента «Xenta Absenta».

28.08.2020 в 11 час. 24 мин. в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «АНЕКДОТ ДНЯ. Лиам весь вечер просидел в пабе и пил. Наконец, бармен сказал, что паб закрывается, и Лиаму пришлось выметаться вон. Он встал и тут же рухнул на пол. Кое-как он выполз наружу, и, в надежде, что свежий ветер его отрезвит, снова попытался встать и опять упал на земь.
И вот он пополз домой. Приполз. Снова встал на ноги, открыл дверь и снова упал. Прополз до кровати, поднялся опять, и финально обвалился в постель, после чего и заснул. Утром его будит жена:

- Опять ты вчера нажрался, скотина такая!

- Но как ты узнала? - ошарашено спрашивает Лиам.

- Звонили из паба. Ты забыл там свою чертову кресло-каталку!

Предупреждаем, что чрезмерное употребление алкоголя в #КРЫЛЬЯПАБ ведет к веселью и отсутствию любых проблем)». Под сообщением размещены четыре фотографии. На первой фотографии запечатлён крупным планом бокал, наполненный пенной жидкостью жёлтого цвета, с надписью «КРЫЛЬЯ ПАБ». На второй фотографии запечатлён мужчина, перед которым стоит бутылка абсента «Xenta Absenta». На третьей фотографии запечатлены бутылка виски «WILLIAM LAWSON'S», стакан с надписью «WILLIAM LAWSON'S *NO RULES GREAT SCOTCH*», и размещены фразы: «ВИЛЬЯМ ЛОУСОНС ВИСКИ. БЕЗ ЦЕРЕМОНИЙ» и «ЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОР». На четвёртой фотографии запечатлена крупным планом бутылка виски «Jack Daniel's».

01.08.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Приветствую! Сегодня с семьёй отправляясь за город к друзьям на дачу не смогли проехать мимо нашей любимой пивоварни #Варяг! Запаслись пенным и лимонадом для детей! Очередной раз убеждаюсь, что выбранные нами сорта и запущенные в меню под маркой "крылья" - это лучшее пиво)))». Под сообщением размещены три фотографии и видео. На одной из фотографий изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью тёмно-красного, жёлтого и оранжевого цветов, а также размещена надпись: «ФИРМЕННЫЕ КРАФТОВЫЕ СОРТА КРЫЛЬЯ ПАБ Красная IPA ABV 6,5% OG 16% IBU 60 250 0,5л Пшеничное н/ф ABV 4,5% OG 12% IBU 14 230 0,5л Лагер ABV 4,5% OG 12% IBU 16 220 0,5л».

28.07.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Все наши гости знают, что в #КРЫФЛЬЯПАБ действует пивная математика 1+1=1 (купи один бокал второй получи в подарок) с 16:00 до 18:00 по будням с понедельника по четверг! *акция действует только на специальные сорта марки "КРЫЛЬЯ" и сорт "НОВИНКА"». Под сообщением размещена фотография, на которой крупным планом запечатлены два бокала, наполненные пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, с изображением логотипа торговой марки пива «*Leffe*».

09.05.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Рецепт пивного коктейля «Черный бархат» Состав: темное пиво (берите у нас Черный бархат от "Старовара") – 150 мл; шампанское (в любой 5-ке – 100 мл.) Налить в бокал пиво, дальше тонкой струйкой добавить шампанское, чтобы коктейль несильно пенился. Пить через трубочку». Под сообщением размещена фотография, на которой крупным планом запечатлены четыре бокала, наполненные жидкостью

коричневого цвета, с изображением логотипа торговой марки пива «Deschutes Brewery».

30.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Считается, что похмелье после виски сильнее, чем после употребления водки! И казалось бы, что это научно обосновано, т.к. в дистилляте априори больше сивушных масел и токсинов, чем в ректифицированном спирте. НО! Виски выдерживается в дубовых бочках (по стандарту, минимум 2 года), а, при контакте с бочкой, большая часть примесей абсорбируется деревом! Естественно, увеличение срока выдержки повышает качество напитка. Таким образом, можно смело утверждать, что виски выдержкой 12 лет включает в себя меньшее количество токсинов, чем трёхлетний аналог. Мы вас ни к чему не призываем, но выводы делайте сами...». Под сообщением размещены пять фотографий. На первой фотографии запечатлён мужчина, рядом с которым стоит бутылка *виски «Jameson». На второй фотографии запечатлены три стакана с жидкостью жёлтого цвета и льдом. На третьей фотографии размещён текст: «JAMESON» чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью». На четвёртой фотографии запечатлена бочка с надписью «JAMESON IRISH WHISKEY». Пятая фотография содержит надпись «JAMESON IRISH WHISKEY».*

29.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Самоизоляция продлевается.... А вы подготовились к самоизоляции? Делитесь своими фото и видео!!! А так же не забываем пользоваться доставкой! - Алло, алло... 729010 722475 - клик, клик… баркрылья.рф». Под сообщением размещены три фотографии. На первой фотографии запечатлены бутылки, в том числе пива «Бланш», «Красный топор», «ДюББель», «Ара тор» и сидра «Пьяный профессор». На второй фотографии запечатлены две бутылки пива «Красный топор» и «Бланш», а также два бокала, наполненные пенной жидкостью коричневого и жёлтого цветов.

23.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Даже в период всеобщей самоизоляции КРЫЛЬЯ ПАБ продолжает радовать новинками пива! Встречайте 2 замечательных сорта от HAMMER MILL BREWERY "Жигулятор" и "Мутный тип" ! Названия говорят сами за себя!». Под сообщением размещены три фотографии. На первой фотографии изображён логотип торговой марки пива «HAMMER MILL». На второй фотографии изображены бокал, наполненный пенной жидкостью жёлтого цвета, бутылка пива «Жигулятор» и размещена надпись: «ЖИГУЛЯТОР Классический чешский лагер. Насыщенное солодовое тело в сочетании с традиционным охмелением чешскими премиальными хмелями 11,5% ПЛОТНОСТЬ 4,8% АЛКОГОЛЬ 20EBC ЦВЕТ 28BU ГОРЕЧЬ». На третьей фотографии изображены бокал, наполненный пенной жидкостью жёлтого

цвета, бутылка пива «Мутный тип» и размещена надпись: «МУТНЫЙ ТИП Венское пиво низового брожения. Богатое тело обусловленное наличием в засыпи венского солода в сочетании с впечатляющим ароматом луговых трав и цветов. 11,5% ПЛОТНОСТЬ 4,5% АЛКОГОЛЬ 20EBC ЦВЕТ 28BU ГОРЕЧЬ».

22.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Друзья! Не забываем, что кроме вкусных, горячих блюд из КРЫЛЬЯ ПАБ вы можете заказать пиво из магазина ГЛАВ-ПИВО! https://vk.com/pivo729010 Ждем ваших звонков! 729010 722475 Или через наш сайт: баркрылья.рф». Под сообщением размещены четыре фотографии, на одной из которых крупным планом запечатлены два бокала, наполненные пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, с изображением логотипа торговой марки пива «*Leffe*».

25.03.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Ещё один обзор. Напоминаем - мы ничего не рекламируем. Просто вы у нас спрашиваете, мы - отвечаем. А за заказами - в строго определённое время и место - в ГЛАВ-ПИВО Сыктывкар: Сеть пивных магазинов. У ребят работает доставка. Как раз для того, чтобы провести время дома и никуда не ходить». Под сообщением размещена фотография, на которой изображены бокал, наполненный пенной жидкостью оранжевого цвета, бутылка пива «Napas» и размещена надпись: «NAPAS Легкий светлый эль в американском стиле с добавлением Новозеландских хмелей Nelson Sauvin и Wai- Iti. Насыщенное тело с привкусом дыни и мандарина оттененных легкой горчинкой дополняются Насыщенным ароматом ягод, мандарина и той же дыни. 12,5% ПЛОТНОСТЬ 5,3% АЛКОГОЛЬ 47EBC ЦВЕТ 40BU ГОРЕЧЬ».

22.03.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Раньше существовало много племён индейцев. Чероки, Ирокезы, Апачи... Индейцев становится всё меньше, но память о них ещё жива и поддерживается производителями пенных напитков. Мы делаем обзор на подобные произведения». Под сообщением размещена фотография, на которой изображены бокал, наполненный пенной жидкостью коричневого цвета, бутылка пива «Apaches» и размещена надпись: «APACHES Классический бледный эль в американском стиле, получивший насыщенный фруктово-цитрусовый аромат благодаря применению высококачественных хмелей Vic Secret и Cascade. Легкая горчинка оттеняется приятным карамельным вкусом. 13,8% ПЛОТНОСТЬ 6% АЛКОГОЛЬ 40EBC ЦВЕТ 55BU ГОРЕЧЬ».

21.03.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Нас, как специалистов по хмельному, часто спрашивают, а что это за сорт такой? А мы с удовольствием отвечаем. И

ведём исключительно ознакомительную работу. Обзор, так сказать!». Под сообщением размещена фотография, на которой изображены бокал, наполненный пенной жидкостью коричневого цвета, бутылка пива «Apaches» и размещена надпись: «HIPA Превосходный представитель бледных элей в индийском стиле. Хорошо охмелен превосходными новозеландскими хмелями Waimea и Motueka. В аромате преобладают нотки земляники, малины, тропических фруктов. Тело полное с приятной горчинкой в послевкусии. 14% ПЛОТНОСТЬ 6,3% АЛКОГОЛЬ 30EBC ЦВЕТ 65BU ГОРЕЧЬ».

21.02.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Нас, как профессионалов часто спрашивают про те или иные напитки. Вот, сегодня приготовили вам краткий наглядный обзор. Просто для информации». Под сообщением размещена фотография, на которой изображены два бокала, наполненные пенной жидкостью оранжевого и жёлтого цветов, и размещена надпись: «MOOOOLIBDENIUM NUTTY VERSION ОПИСАНИЕ: Ореховый бленд кешью, миндаль и старые добрые фисташки, лактоза для молочности, но не так сладко, чтобы слипалось. А также хмель Galaxy на сухое охмеление для легкой тропической ноты ЖИГУЛЯТОР ОПИСАНИЕ: Классический чешский лагер. Насыщенное солодовое тело в сочетании с традиционным охмелением чешскими премиальными хмелями».

07.02.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) размещено сообщение следующего содержания: «Многие любят закусывать пенное орешками. И в стремлении совместить два вкуса чего только не придумают люди! Ореховый бленд кешью, миндаль и старые добрые фисташки, лактоза для молочности, но не так сладко, чтобы слипалось. А также хмель Galaxy на сухое охмеление для легкой тропической ноты. Приходите попробовать в Крылья паб!». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлена банка «Moooolibdenium Nutty Version».

Из письма ФАС России от 28.11.2013 № АК/47658/13 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных» следует, что в случае размещения фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (например, бутылка вина, пивная бочка, пивная кружка, какая-либо техника, одежда и т.п.) без индивидуализирующих признаков указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными, поскольку не преследуют цели продвижения товара на рынке.

В приведённых выше сообщениях содержатся индивидуализирующие признаки товара (наименование, марка или товарный знак). Следовательно, указанные сообщения выделяют рассматриваемые товары среди прочих однородных товаров.

Содержание, стиль оформления и подачи рассматриваемой информации

свидетельствует о направленности на привлечение внимания неопределенного круга лиц – посетителей Интернет-страниц к представляемой алкогольной продукции, а также на её выделение среди иной продукции, реализуемой в пабе «Крылья». В связи с чем, усматривается, что подобный способ размещения информации об алкогольной продукции подпадает под признаки рекламы.

Таким образом, указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в сети Интернет на странице сообщества «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/);

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – алкогольной продукции (в том числе пиву, коньяку, виски, сидру, абсенту), пабу «Крылья», формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

При таких обстоятельствах указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

В силу п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

В соответствии с п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В силу п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Согласно ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В части 4 статьи 2 Закона о рекламе закреплено, что специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их

изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция – пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно пунктам 10.1, 12.4, 13.1 статьи 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»:

- коньяк - спиртной напиток с содержанием этилового спирта не менее 40 процентов объема готовой продукции (за исключением коньяка с защищенным географическим указанием, коньяка с защищенным наименованием места происхождения, коллекционного коньяка), который произведен из коньячных дистиллятов, полученных фракционной дистилляцией (перегонкой) виноматериалов, произведенных из винограда, и выдержан в дубовых бочках или дубовых бутах либо в контакте с древесиной дуба не менее трех лет. Коньяк с защищенным географическим указанием, коньяк с защищенным наименованием места происхождения, коллекционный коньяк должны иметь содержание этилового спирта не менее 37,5 процента объема готовой продукции. Коньячный дистиллят, выдержка которого составляет более пяти лет, выдерживается в дубовых бочках или дубовых бутах. Коньяк, выдержка которого составляет более пяти лет, производится из коньячных дистиллятов, прошедших полный цикл производства дистиллятов;

- сидр - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта не более 6 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате брожения яблочного сусла и (или) восстановленного яблочного сока без добавления этилового спирта с насыщением или без насыщения двуокисью углерода;

- пиво – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая

произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

В пункте 16 Информационного письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Рассматриваемые рекламы вызывают у потребителей ассоциацию с определенным товаром – алкогольной продукцией. В связи с чем, такие рекламы не являются явно не относящимися к рекламе алкогольной продукции. Следовательно, при их размещении должны соблюдаться требования ст. 21 Закона о рекламе.

Рассматриваемые рекламы, кроме указанных ниже рекламных сообщений от 28.08.2020 и 30.04.2020, не содержат предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В рекламном сообщении, опубликованном 28.08.2020 в 11 час. 24 мин. в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), на одной из фотографий размещена фраза: «ЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОР».

Согласно письму ФАС России от 20.02.2015 № АК/7749/15 «О рекламе алкогольной продукции» предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции должно быть выполнено таким образом и длиться такое время, чтобы потребители могли воспринять данное предупреждение (в противном случае реклама признается распространенной без соответствующего предупреждения).

В связи с чем, поскольку предупреждающая надпись в вышеуказанной фотографии приведена не полностью, то реклама признаётся распространенной без соответствующего предупреждения.

В рекламном сообщении, опубликованном 30.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) , н*а одной из фотографий размещён текст: «JAMESON» чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью». Однако размер указанной предупреждающей надписи* составляет менее десяти процентов рекламной площади.

В четырёх из рассматриваемых реклам, опубликованных 10.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) и на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в

социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/), а также 28.08.2020 в 11 час. 24 мин., 28.08.2020 в 16 час. 24 мин. и 30.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), использованы образы людей.

В рекламном сообщении, опубликованном 28.08.2020 в 11 час. 24 мин. в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), указано, в том числе следующее: «Предупреждаем, что чрезмерное употребление алкоголя в #КРЫЛЬЯПАБ ведет к веселью и отсутствию любых проблем».

Усматривается, что данная реклама содержит утверждение о том, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению эмоционального состояния.

Кроме того, рассматриваемые рекламы алкогольной продукции размещены в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В силу п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

В рекламном сообщении от 30.10.2020, в том числе указано: «ТЫ все еще не у нас в #КРЫЛЬЯПАБ??? А мы уже начали! НА Входе подаем коктейль АНТИКОВИД! Приходи, получи ВАКЦИНУ».

Усматривается, что данное рекламное сообщение содержит указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования – коктейля. При этом данная реклама не является рекламой лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного,

истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рекламном сообщении от 01.08.2020, в том числе указано: «Очередной раз убеждаюсь, что выбранные нами сорта и запущенные в меню под маркой "крылья" - это лучшее пиво». Однако не указан конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

При таких обстоятельствах все рассматриваемые рекламы распространены с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе; рекламные сообщения, опубликованные 10.10.2020, 28.08.2020 в 11 час. 24 мин., 28.08.2020 в 16 час. 24 мин. и 30.04.2020, размещены с нарушением требований п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе; рекламное сообщение, опубликованное 28.08.2020 в 11 час. 24 мин., размещено с нарушением требований п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе; рекламное сообщение от 30.10.2020 размещено с нарушением требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе; рекламное сообщение от 01.08.2020 размещено с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламораспространитель.

В силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несёт рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несёт ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

ООО «Крылья паб» представило в материалы рекламного дела письменные пояснения, согласно которым рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ООО «Крылья паб», все публикации создавались и публиковались Обществом самостоятельно; период распространения реклам – с дат публикаций по 29.01.2021; территория распространения – Российская Федерация.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ООО «Крылья паб».

ООО «Крылья паб» указало, что причиной размещения рассматриваемых реклам без учёта требований Закона о рекламе явилось то, что Общество не воспринимало указанные публикации в качестве рекламы, в связи с чем, не применяло положения Закона о рекламе.

Представитель ООО «Крылья паб» в ходе рассмотрения рекламного дела пояснил, что ООО «Крылья паб» не оспаривает факт совершения нарушения, публикации имели место; злого умысла у Общества не было; при размещении информации Общество руководствовалось разъяснениями ФАС России от 25.09.2019 по вопросу рекламы на сайте продавца в сети Интернет; ООО «Крылья паб» позиционировало данные страницы в социальных сетях как официальные страницы, на которых Общество размещало для потребителей информацию о продукции, извещало об акциях.

В письме ФАС России от 25.09.2019 № АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» указано следующее.

Учитывая тот факт, что сайт является информационным ресурсом и создается с целью размещения наиболее полной информации, например, о деятельности компании, ее товарах и услугах, и последующего ознакомления заинтересованных лиц с данной информацией, посещение сайта рассматривается как возможность для потребителя получить необходимый объем сведений о компании, реализуемых товарах, акциях и т.п. в целях правильного потребительского выбора. Такие сведения носят

информационный и справочный характер, соответственно на них положения Закона о рекламе не распространяются.

Вместе с тем, в исключительных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определенных товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), такая информация может быть признана рекламой.

Комиссия, с учётом содержания рассматриваемых публикаций, особенностей оформления и подачи информации, пришла к выводу, что такая информация выделяет определённые объекты рекламирования среди ряда однородных и формирует интерес к ним. Изображения алкогольной продукции в совокупности с сопровождающими данные изображения средствами индивидуализации, текстовой информацией направлены на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к определенной алкогольной продукции. Указанная информация доводится до неопределенного круга лиц и выделяет объекты рекламирования на фоне аналогичных товаров, способствуя их продвижению на рынке.

При этом, как следует из материалов рекламного дела, рассматриваемые публикации выделяют только некоторые виды алкогольной продукции, реализуемой в пабе, однако они не составляет весь его ассортимент, что подтверждается представленным Обществом в материалы рекламного дела меню паба «Крылья», а также меню паба «Крылья», размещённым на странице сообщества «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте». Данное свидетельствует о преимущественном привлечении внимания к определённым товарам, выделении их на фоне остальных.

Таким образом, рассматриваемые публикации содержат все правовые признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, в том числе формируют или поддерживают интерес к объектам рекламирования – пабу «Крылья» и конкретной алкогольной продукции, реализуемой в пабе; использованные в публикациях формулировки и изображения преследует цель продвижения на рынке указанных товаров. В связи с чем, рассматриваемые публикации являются рекламой.

Согласно Уставу ООО «Крылья паб» руководство текущей деятельностью Общества осуществляет единоличный исполнительный орган Общества – <...>.

В соответствии с решением № 1 собрания учредителей ООО «Крылья паб» от 02.11.2019 <...> ООО «Крылья паб» является <...>.

В письменных пояснениях ООО «Крылья паб» указало, что должностным лицом, ответственным за соблюдение Обществом рекламного законодательства, является <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя рассматриваемых реклам – ООО «Крылья паб» и должностного лица Общества – <...>.

Обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ООО «Крылья паб» и < . . . > требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии указанными лицами всех зависящих от них мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «Крылья паб» и <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемых реклам, что и привело к нарушению.

Таким образом, ООО «Крылья паб» и <...> нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела усматривается, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемых реклам не имеет места.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ООО «Крылья паб» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42, 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Это что, белочка? Она самая …» с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, с надписью «*PIVOT POINT*», и банки портера «Белка, я люблю тебя!» производителя «*PIVOT POINT*», размещённую 03.11.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), а также на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона

о рекламе.

2 . Признать рекламу следующего содержания: «ТЫ все еще не у нас в #КРЫЛЬЯПАБ??? А мы уже начали! НА Входе подаем коктейль АНТИКОВИД! Приходи, получи ВАКЦИНУ…» с изображением бутылки с надписью «*KONIX* BREWERY», размещённую 30.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), а также на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

3. Признать рекламу следующего содержания: «ЧЕТВЕРГ - РЫБНЫЙ ДЕНЬ …» с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью тёмного цвета, и логотипа торговой марки пива «Mort Subite», размещённую 29.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

4 . Признать рекламу следующего содержания: «В 1795 году во время правления Екатерины II …» с изображением бутылки пива «Степан Разин Адмиралтейское», размещённую 20.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), а также на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

5 . Признать рекламу следующего содержания: «МИЛЫЕ ДЕВУШКИ!!!! ВНИМАНИЕ #КРЫЛЬЯПАБ запускает "ДЕТСКИЙ САД" для взрослых МУЖЧИН …» с изображением бутылок пива «Отличный план», «Типачё», «Синеус», бокалов, наполненных пенной жидкостью жёлтого цвета, с надписью «КРЫЛЬЯ ПАБ», бутылки коньяка «Арарат» и бокала с жидкостью тёмного цвета, размещённую 17.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), а также на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

6. Признать рекламу следующего содержания: «Внимание! ТОЛЬКО в эту СУББОТУ 10.10.2020! Проводим дегустацию нового сорта виски WILLIAM LAWSON'S CHILI …» с изображением бутылки виски «WILLIAM LAWSON'S SUPER CHILI» и бокала, наполненного жидкостью тёмного цвета, а также

изображением мужчины, размещённую 10.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), а также на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

7. Признать рекламу следующего содержания: «АНЕКДОТ ДНЯ. Бросаем пить правильно …» с изображением двух бокалов, наполненных пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, и логотипа торговой марки пива «*Leffe*», размещённую 31.08.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

8. Признать рекламу следующего содержания: «Всего несколько часов до начала выходных …» с изображением мужчины, держащего в одной руке бутылку с жидкостью синего цвета, в другой – бутылку абсента «Xenta Absenta», размещённую 28.08.2020 в 16 час. 24 мин. в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

9. Признать рекламу следующего содержания: «АНЕКДОТ ДНЯ … Предупреждаем, что чрезмерное употребление алкоголя в #КРЫЛЬЯПАБ ведет к веселью и отсутствию любых проблем» с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью жёлтого цвета, с надписью «КРЫЛЬЯ ПАБ», мужчины с бутылкой абсента «Xenta Absenta», бутылки виски «WILLIAM LAWSON'S», стакана с надписью «WILLIAM LAWSON'S *NO RULES GREAT SCOTCH*», бутылки виски «Jack Daniel's», размещённую 28.08.2020 в 11 час. 24 мин. в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 1 ч. 1 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, Закона о рекламе.

10. Признать рекламу следующего содержания: «Приветствую! Сегодня с семьёй отправляясь за город к друзьям на дачу не смогли проехать мимо нашей любимой пивоварни …» с изображением бокалов, наполненных пенной жидкостью тёмно-красного, жёлтого и оранжевого цветов, размещённую 01.08.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

11. Признать рекламу следующего содержания: «Все наши гости знают, что

в #КРЫФЛЬЯПАБ действует пивная математика …» с изображением бокалов, наполненных пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, и логотипа торговой марки пива «*Leffe*», размещённую 28.07.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) , ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

12. Признать рекламу следующего содержания: «Рецепт пивного коктейля «Черный бархат» …» с изображением бокалов, наполненных жидкостью коричневого цвета, и логотипа торговой марки пива «Deschutes Brewery», размещённую 09.05.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

13. Признать рекламу следующего содержания: «Считается, что похмелье после виски сильнее, чем после употребления водки …» с изображением мужчины с бутылкой *виски «Jameson», стаканов с жидкостью жёлтого цвета и льдом, бочкой с надписью «JAMESON IRISH WHISKEY», размещённую* 30.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) , ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

14. Признать рекламу следующего содержания: «Самоизоляция продлевается …» с изображением бутылок пива «Бланш», «Красный топор», «ДюББель», «Ара тор» и сидра «Пьяный профессор», а также бокалов, наполненных пенной жидкостью коричневого и жёлтого цветов, размещённую 29.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР», ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

15. Признать рекламу следующего содержания: «Даже в период всеобщей самоизоляции КРЫЛЬЯ ПАБ продолжает радовать новинками пива …» с изображением логотипа торговой марки пива «HAMMER MILL», бокалов, наполненных пенной жидкостью жёлтого цвета, бутылок пива «Жигулятор», «Мутный тип», размещённую 23.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) , ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

16. Признать рекламу следующего содержания: «Друзья! Не забываем, что кроме вкусных, горячих блюд из КРЫЛЬЯ ПАБ вы можете заказать пиво из магазина ГЛАВ-ПИВО …» с изображением бокалов, наполненных пенной жидкостью тёмно-коричневого цвета, и логотипа торговой марки пива «*Leffe*»,

размещённую 22.04.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

17. Признать рекламу следующего содержания: «Ещё один обзор …» с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью оранжевого цвета, бутылки пива «Napas», размещённую 25.03.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar) , ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

18. Признать рекламу следующего содержания: «Раньше существовало много племён индейцев …» с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью коричневого цвета, бутылки пива «Apaches», размещённую 22.03.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

19. Признать рекламу следующего содержания: «Нас, как специалистов по хмельному, часто спрашивают, а что это за сорт такой …» с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью коричневого цвета, и бутылки пива «Apaches», размещённую 21.03.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

20. Признать рекламу следующего содержания: «Нас, как профессионалов часто спрашивают про те или иные напитки …» с изображением бокалов, наполненных пенной жидкостью оранжевого и жёлтого цветов, размещённую 21.02.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

21. Признать рекламу следующего содержания: «Многие любят закусывать пенное орешками …» с изображением банки «Moooolibdenium Nutty Version», размещённую 07.02.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/kryliapubsyktyvkar), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

22. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «Крылья паб» не выдавать, поскольку распространение

реклам, указанных в пунктах 1 - 21 настоящего решения, прекращено.

23. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Крылья паб» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

24. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <…> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 24 февраля 2021 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
Комиссии <…>

Члены Комиссии
<…>

<…>