Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

24 марта 2021 года

(изготовление решения в полном объеме)

12 марта 2021 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/1984

г. Сыктывкар

ООО «Быки»

Сысольское шоссе, д. 1/6,

кв. 65, г. Сыктывкар, 167004

ИП <...> (по адресу)

<...> (по адресу)

<…> (по адресу)

<…> (по адресу)

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 № 011/05/21-828/2020, возбужденное в отношении ООО «Быки», адрес места нахождения: 167004, Республика Коми, г. Сыктывкар, Сысольское шоссе, д. 1/6, кв. 65, ОГРН 1201100002355, ИНН 1101168587, КПП 110101001, по факту размещения в сети Интернет на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk) реклам с признаками нарушения требований п. 1, п. 3, 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:

- заявителя - <…> (далее – <...>), индивидуального предпринимателя <…> (далее – ИП <...>), ООО «Быки», <…> (далее – <...>), <…> (далее – <...>), надлежащим образом извещённых о времени и месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 27.10.2020 (вх. № 5534-э от 27.10.2020) о ненадлежащей рекламе алкогольной продукции на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk).

По результатам рассмотрения обращения было принято решение о возбуждении дела № 011/05/21-828/2020 в отношении ООО «Быки» по признакам нарушения п. 1, п. 3, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/9601 от 30.11.2020.

Из материалов дела № 011/05/21-828/2020 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Из материалов обращения усматривается, что https://vk.com/bullsyk является страницей в социальной сети «ВКонтакте» лица, оказывающего услуги в «GastroPub БЫКИ Grill&Bar». Указанная страница в социальной сети содержит сведения об ассортименте товаров (меню), в том числе с указанием их стоимости, а также контактную информацию.

Часть записей сообщества содержит изображения бутылок с этикетками и (или) бокалов, на которых чётко различимы названия торговых марок конкретной алкогольной продукции и изображения их логотипов (товарных знаков).

Так, 30.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Сегодня среда, половина рабочей недели осталась уже позади. Если дела и заботы успели уже утомить или вы просто хотите развеяться и провести приятно время, то мы ждем вас сегодня в GastroPub БЫКИ Grill&Bar У нас хорошо в любое время! ул. Первомайская, д. 20

<...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография с изображением крупным планом трёх бутылок виски: «Chivas Regal 12», «Jameson» и «Jim Beam».

03.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «В этот четверг делаем ставку на мясо из меню БЫКИ Grill&Bar А как по-другому? На то он и четверг, на то он и Мальчишник в нашем баре Все для настоящих мужчин: мясо, напитки и скидка 10% на все мужским компаниям от 2-х человек ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии, на одной из которых изображены две бутылки виски: «Jameson» и «Jim Beam».

01.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «А знаете ли вы, что хмельное

удовольствие позволяли себе раньше каждый рабочий. Ведь пиво обладало большой питательной ценностью, поэтому особенно ценилось у людей, занятых тяжелым физическим трудом. Его пили строители, рабочие и ремесленники, а варили, как правило, местные монастырские ордены. Советуем побаловать себя в этот трудовой день! Вспомнить о традициях и наградить себя бокалом-другим отменного пива от БЫКИ Grill&Bar ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображена кружка, наполненная пенной жидкостью тёмно-оранжевого цвета, с надписью «Budweiser Budvar» и изображением логотипа торговой марки пива. На второй фотографии изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

20.08.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Свежее пенное — сильнее обстоятельств. Один бокал способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить тебя веселыми приключениями. Начинай пятницу в четверг — приходи с друзьями в БЫКИ Grill&Bar, получи скидку 10% для мужской компании на все меню. В БЫКИ Grill&Bar МАЛЬЧИШНИК, а значит можно все! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображён бокал, наполненный пенной жидкостью коричневого цвета, с надписью «Guinness» и изображением логотипа торговой марки пива. На второй фотографии изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

20.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Гречки нет, зато есть стейки и много пенного Ждём в гости». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

13.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Виски — сильнее обстоятельств. Одна порция способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить тебя веселыми приключениями. Начни выходны правильно — приходи в БЫКИ Grill&Bar на ужин и оцени знаменитый напиток. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии, на одной из которых изображена бутылка виски «Jack Daniel's», а также два стакана со льдом. На другой фотографии изображена крупным планом

бутылка виски «Jim Beam».

12.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Наш совет на сегодня: Бронируй столик, приходи с друзьями а БЫКИ Grill&Bar, общайся, проводи весело время, смотри футбол, болей за наших! А мы накормим, напоим, сделаем СКИДКУ 20% мужским компаниям и угостим фирменной клюквенной настойкой всех, кто забронирует столик! Вот адрес и телефоны: До встречи в БЫКИ Grill&Bar ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография с изображением крупным планом мужчины, держащего в одной руке бутылку ликёра «Cointreau» и наливающего содержимое бутылки в один из трёх стаканов, стоящих перед ним.

16.02.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Завтрак съешь сам, обед раздели с другом, а на ужин иди в БЫКИ Grill&Bar ! За сочными стейками на гриле и любимыми напитками. Потому что каждый день достоин такого завершения. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

22.01.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Бланш де Брюссель – это нефильтрованное пиво, которое также нередко называют элем или витбиром. Как и любое качественное бельгийское пиво, в Бланш де Брюссель преобладает ровный и равномерный окрас. В основе цвета именно этого продукта лежит светло-соломенная консистенция. Вкус базируется на шлейфах апельсиновой цедры, легкой кислинке, хлебных нюансах и пшеничной доле. Читать про пенное, конечно, приятно, но после лучше заглянуть к нам, чтобы его попробовать ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография, на которой изображён бокал, наполненный пенной жидкостью жёлтого цвета с изображением логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

13.01.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Брооооо!!! Не забывай про старый Новый год Это ещё один отличный повод зайти в гости и насладиться хорошей кухней и тёплой атмосферой! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография, на которой изображены крупным планом ёлка и две бутылки виски: «Jameson» и «Chivas Regal 12».

Кроме того, из скриншота, представленного заявителем, следует, что 10.10.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» было размещено сообщение следующего содержания: «Если счастье заканчивается слишком быстро, то попробуй брать на литр больше А к нему хорошо бы добавить сочный рибай стейк, колбаски-гриль или бургер ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением были размещены две фотографии, на одной из которых изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles». В настоящее время в указанную запись внесены изменения – фотография с изображением бокалов с пивом удалена.

Также заявителем представлены скриншот и видеозапись, из которых следует, что 25.10.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» было размещено сообщение следующего содержания: «Как много блюд из кукурузы ты знаешь? Мы вспомнили поп-корн, на гриле, молдавскую мамалыгу, зернышки из банки. Но в воскресенье у нас взрослая кухня: мы приготовили отличный бурбон! Ну как приготовили – достали из наших запасов пару бутылок золотистого Jim Beam и ждем тебя за стойкой рассказать, как для него в далеком Канзасе суровые американские фермеры растят кукурузу. ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением был размещён видеоролик, демонстрирующий на первом плане бутылку виски «Jim Beam», на втором плане – человека, подкатывающего бочку по направлению к бутылке.

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-страницы к представляемой алкогольной продукции, а также на её выделение среди иной продукции, реализуемой в пабе «БЫКИ». 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 «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – алкогольной продукции («Chivas Regal 12», «Jameson», «Jim Beam», «Blanche de Bruxelles», «Guinness», «Jack Daniel's», «Cointreau»), бару «Быки», 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.

Согласно п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов.

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 ее 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 12.1, 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»:

- ликерное вино - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 15 до 22 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате полного или неполного брожения целых или дробленых ягод винограда, иных фруктов либо виноградного или иного фруктового сусла с добавлением или без добавления концентрированного виноградного или иного фруктового сусла, ректификованного концентрированного виноградного или иного фруктового сусла, без добавления (за исключением специального вина) этилового спирта, за исключением винного дистиллята, ректификованного винного дистиллята, виноградного дистиллята, ректификованного виноградного дистиллята, иного фруктового дистиллята. При производстве ликерного вина с защищенным географическим указанием, ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения допускается добавление ректификованного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья (специальное вино);

- 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 не содержат предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В двух из рассматриваемых реклам, размещённых 12.03.2020 и 25.10.2020, использованы образы людей.

В рекламном сообщении от 01.09.2020 указано, в том числе следующее: «А знаете ли вы, что хмельное удовольствие позволяли себе раньше каждый рабочий. Ведь пиво обладало большой питательной ценностью, поэтому особенно ценилось у людей, занятых тяжелым физическим трудом. Его пили строители, рабочие и ремесленники, а варили, как правило, местные монастырские ордены. Советуем побаловать себя в этот трудовой день! Вспомнить о традициях и наградить себя бокалом-другим отменного пива от БЫКИ Grill&Bar». Усматривается, что данная реклама содержит утверждение о том, что алкогольная продукция полезна для здоровья человека.

В рекламном сообщении от 20.08.2020 указано, что свежее пенное – сильнее обстоятельств, один бокал способен вмешаться в причинно-следственную связь и окружить веселыми приключениями.

В рекламном сообщении от 13.03.2020 указано, что виски – сильнее обстоятельств, одна порция способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить веселыми приключениями.

В рекламном сообщении от 10.10.2020 указано: «Если счастье заканчивается слишком быстро, то попробуй брать на литр больше».

Усматривается, что указанные рекламные сообщения от 20.08.2020, 13.03.2020 и 10.10.2020 содержат утверждение о том, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению эмоционального состояния.

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

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 от 12.03.2020 и 25.10.2020 размещены с нарушением требований п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе; рекламное сообщение от 01.09.2020 размещено с нарушением требований п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о

рекламе; рекламные сообщения от 20.08.2020, 13.03.2020 и 10.10.2020 размещены с нарушением требований п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

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

В соответствии с 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, п. 3, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет 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.

Из письменных пояснений и копий документов, представленных ООО «Быки» в материалы рекламного дела, следует, что ООО «Быки» 05.11.2020 направило в адрес Управления Роспотребнадзора по Республике Коми уведомление о начале осуществления предпринимательской деятельности в баре «Быки» (рег. № 11.РЦ.01.000.В003250.11.20 от 09.11.2020). Обществу выдана лицензия № 11РПО0000630 от 30.11.2020 на осуществление розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания в баре «Быки»; срок действия лицензии: с 01.12.2020 по 30.11.2021.

Из письменных пояснений ООО «Быки» следует, что с даты получения указанной лицензии Общество приступило к осуществлению деятельности в баре «Быки».

ООО «Быки» указало, что Общество не занимается рекламной деятельностью, в том числе не размещало в социальных сетях рекламную информацию, датированную ранее начала осуществления деятельности в баре «Быки»; доказать наличие данных записей или объяснить их

происхождение Общество не может.

ООО «Быки» представило в материалы рекламного дела копию договора субаренды № 1 от 29.07.2020 и дополнительного соглашения к нему от 20.08.2020. По указанному договору арендодатель – индивидуальный предприниматель <…> (далее – ИП <...>) предоставляет, а арендатор – ООО «Быки» принимает в субаренду нежилые встроенные помещения по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Первомайская, д. 20 для организации деятельности в соответствии с уставом. Согласно п. 1.2 указанного договора настоящий договор действует с 29.07.2020 по 29.04.2023.

Также в материалы рекламного дела представлен подписанный сторонами 29.07.2020 акт приема-передачи нежилого помещения в субаренду по договору № 1 от 29.07.2020.

Рекламное дело № 011/05/21-828/2020 возбуждено по фактам распространения в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» рекламных сообщений, опубликованных 25.10.2020, 10.10.2020, 30.09.2020, 03.09.2020, 01.09.2020, 20.08.2020, 20.03.2020, 13.03.2020, 12.03.2020, 16.02.2020, 22.01.2020, 13.01.2020.

Из пояснений ООО «Быки» усматривается, что Общество не осуществляло деятельность в баре «Быки» в указанное время и не размещало рекламу.

Согласно письменным пояснениям ООО «Быки», имеющимся в материалах рекламного дела, в качестве <…> в сообществе значится <…> ООО «Быки» <...>, так как она является официально трудоустроенным сотрудником на должности <...> в баре «Быки» у ИП <...>.

В материалы рекламного дела представлена копия трудовой книжки <...>, из записей которой следует, что <...> с <…> по <…> работала в должности <...> у индивидуального предпринимателя <…>, ОГРНИП <…>, ИНН <…> (далее – ИП <...>), с <…> по настоящее время <...> работает в должности <…> у ИП <...>.

Из пояснений ООО «Быки» следует, что до <…> деятельность в баре «Быки» осуществлял индивидуальный предприниматель <…> (далее – ИП <...>).

Определением № 03-01/10622 от 28.12.2020 к участию в деле в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, привлечен ИП <...>.

ИП <...> представил в материалы рекламного дела письменные пояснения, в которых указал, что с <…> по <…> деятельность в баре «Быки» осуществляла ИП <...>, с <…> деятельность в указанном баре осуществлял ИП <...>.

ИП <...> представил в материалы рекламного дела копию договора аренды нежилого помещения, находящегося в собственности арендодателя, № 2505-2020-П20 от 25.05.2020, а также копию акта приема-передачи нежилого помещения по указанному договору. Согласно данному договору

арендодатель – ИП <…> сдает, а арендатор – ИП <...> принимает в аренду нежилое помещение по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Первомайская, д. 20 для использования под кафе.

Согласно письменным пояснениям ИП <...>, в целях рекламного размещения, продвижения, заполнения данных о группе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk) ИП <...> обратился к лицу, занимающимся этим делом «фриланс», удалённо. Адресом, договором и другими данными обменяться не успели, так как определили, что оплата будет произведена после того, как указанное лицо проделает работу по продвижению указанного сообщества в социальной сети. На данный момент страница указанного лица удалена, предоставить её электронный адрес нет возможности.

Как указал ИП <...>, записи, выходящие в группе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), он просматривал не все, поэтому о пунктах нарушения не знал, после того как получил определение в настоящему делу, хотел просмотреть фото- и видеоматериалы, нарушающие законодательство о рекламе, но это было уже невозможно, поскольку на данный момент их нет. В настоящий момент продвижением группы «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk) ИП <...> занимается лично.

Запрошенные у <...> и <...> документы и письменная информация в Коми УФАС России не поступили.

Согласно информации с сервиса «Отслеживание почтовых отправлений» на официальном сайте Почты России копии определения № 03-01/1387 от 26.02.2021 <...>, <...>, ИП <...>, ООО «Быки» не получены в связи с неудачной попыткой вручения.

В целях извещения <...>, <...>, ИП <...> о дате, времени и месте рассмотрения дела по соответствующим адресам были направлены телеграммы.

В ответ на телеграмму, направленную в адрес <...>, поступил ответ ПАО «Ростелеком» от 03.03.2021 (вх. № 986-э от 03.03.2021) о том, что телеграмма <...> не доставлена, квартира закрыта, адресат по извещению за телеграммой не является.

В ответ на телеграмму, направленную в адрес <...>, поступил ответ ПАО «Ростелеком» от 02.03.2021 (вх. № 974-э от 03.03.2021) о том, что телеграмма <...> не доставлена, адресат по указанному адресу не проживает.

В ответ на телеграмму, направленную в адрес ИП <...>, поступил ответ ПАО «Ростелеком» от 03.03.2021 (вх. № 985-э от 03.03.2021) о том, что телеграмма ИП <...> не доставлена, квартира закрыта, адресат по извещению за телеграммой не является.

Пленум Верховного Суда РФ в пунктах 67, 68 Постановления от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указал следующее. Юридически значимое сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено, но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ). Например, сообщение считается доставленным, если адресат уклонился от получения корреспонденции в отделении связи, в связи с чем она была возвращена по истечении срока хранения. Статья 165.1 ГК РФ подлежит применению также к судебным извещениям и вызовам, если гражданским процессуальным или арбитражным процессуальным законодательством не предусмотрено иное.

В силу ст. 118 ГПК РФ лица, участвующие в деле, обязаны сообщить суду о перемене своего адреса во время производства по делу. При отсутствии такого сообщения судебная повестка или иное судебное извещение посылаются по последнему известному суду месту жительства или адресу адресата и считаются доставленными, хотя бы адресат по этому адресу более не проживает или не находится.

В силу ч. 3 ст. 54 ГК РФ в едином государственном реестре юридических лиц должен быть указан адрес юридического лица в пределах места нахождения юридического лица. Юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений (статья 165.1), доставленных по адресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц, а также риск отсутствия по указанному адресу своего органа или представителя. Сообщения, доставленные по адресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц, считаются полученными юридическим лицом, даже если оно не находится по указанному адресу.

В соответствии с п. 6 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» в целях соблюдения установленных статьей 29.6 КоАП РФ сроков рассмотрения дел об административных правонарушениях судье необходимо принимать меры для быстрого извещения участвующих в деле лиц о времени и месте судебного рассмотрения. Поскольку КоАП РФ не содержит каких-либо ограничений, связанных с таким извещением, оно в зависимости от конкретных обстоятельств дела может быть произведено с использованием любых доступных средств связи, позволяющих контролировать получение информации лицом, которому оно направлено (судебной повесткой, телеграммой, телефонограммой, факсимильной связью и т.п., посредством СМС-сообщения, в случае согласия лица на уведомление таким способом и при фиксации факта отправки и доставки СМС-извещения адресату). Лицо, в отношении которого ведется производство по делу, считается извещенным о времени и месте судебного рассмотрения и в случае, когда из указанного им места жительства

(регистрации) поступило сообщение об отсутствии адресата по указанному адресу, о том, что лицо фактически не проживает по этому адресу либо отказалось от получения почтового отправления, а также в случае возвращения почтового отправления с отметкой об истечении срока хранения, если были соблюдены положения Особых условий приема, вручения, хранения и возврата почтовых отправлений разряда «Судебное», утвержденных приказом ФГУП «Почта России» от 31 августа 2005 года № 343.

В силу п. 24.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при решении арбитражным судом вопроса о том, имело ли место надлежащее извещение лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, либо его законного представителя о составлении протокола об административном правонарушении, следует учитывать, что КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение не может быть признано ненадлежащим лишь на том основании, что оно было осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

Согласно п. 1 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 № 61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица» юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и такое юридическое лицо не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, а также на недостоверность данных, содержащихся в нем (в том числе на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела судом, в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п.), за исключением случаев, когда соответствующие данные внесены в ЕГРЮЛ в результате неправомерных действий третьих лиц или иным путем помимо воли юридического лица (пункт 2 статьи 51 Гражданского кодекса Российской Федерации).

В связи с вышеизложенным, учитывая ограниченные сроки рассмотрения рекламного дела, применяя по аналогии ст. 118 ГПК РФ, Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 № 25, Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5, Постановление Пленума ВАС РФ от

02.06.2004 № 10, Постановление Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 № 61, Комиссия считает <...>, <...>, ИП <...>, ООО «Быки» надлежащим образом извещенными о времени и месте рассмотрения рекламного дела № 011/05/21-828/2020.

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 «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар», а также меню паба «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар», размещённым на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar 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 «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» 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.

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

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

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламораспространителя рассматриваемых реклам - ИП <...>.

Обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии указанным лицом всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 3 ч. 1 ст. 21, п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

Поскольку в действиях ООО «Быки», <...>, <...> Комиссией вины в нарушении законодательства о рекламе не установлено, производство по делу № 011/05/21-828/2020 в отношении ООО «Быки», <...>, <...> подлежит прекращению.

Согласно информации, размещённой на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk) на дату рассмотрения настоящего рекламного дела продолжает распространяться реклама следующего содержания: «Завтрак съешь сам, обед раздели с другом, а на ужин иди в БЫКИ Grill&Bar ! За сочными стейками на гриле и любимыми напитками. Потому что каждый день достоин такого завершения. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles». Указанная запись датирована 16.02.2020 года.

Таким образом, из материалов рекламного дела следует, что по состоянию

на 01.03.2021 распространение реклам, размещённых 03.09.2020, 01.09.2020, 20.08.2020, 20.03.2020, 13.03.2020, 22.01.2020, 13.01.2020, 10.10.2020, 25.10.2020 на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), прекращено. По состоянию на 11.03.2021 распространение реклам, размещённых 30.09.2020, 12.03.2020 на указанной странице в социальной сети «ВКонтакте», прекращено. По состоянию на дату принятия Комиссией решения реклама, размещённая 16.02.2020 на указанной странице в социальной сети «ВКонтакте», продолжает распространяться.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Завтрак съешь сам, обед раздели с другом, а на ужин иди в БЫКИ Grill&Bar ! За сочными стейками на гриле и любимыми напитками. Потому что каждый день достоин такого завершения. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», размещённой 16.02.2020 на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk).

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

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 42-49 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: «Сегодня среда, половина рабочей недели осталась уже позади. Если дела и заботы успели уже утомить или вы просто хотите развеяться и провести приятно время, то мы ждем вас сегодня в GastroPub БЫКИ Grill&Bar У нас хорошо в любое время! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением крупным планом трёх бутылок виски: «Chivas Regal 12», «Jameson» и «Jim Beam», размещённую 30.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk) , 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: «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «В этот четверг делаем ставку на мясо из меню БЫКИ Grill&Bar А как по-другому? На то он и четверг, на то он и Мальчишник в нашем баре Все для настоящих мужчин: мясо, напитки и скидка 10% на все мужским компаниям от 2-х человек ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением двух бутылок виски: «Jameson» и «Jim Beam», размещённую 03.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

3. Признать рекламу следующего содержания: «А знаете ли вы, что хмельное удовольствие позволяли себе раньше каждый рабочий. Ведь пиво обладало большой питательной ценностью, поэтому особенно ценилось у людей, занятых тяжелым физическим трудом. Его пили строители, рабочие и ремесленники, а варили, как правило, местные монастырские ордены. Советуем побаловать себя в этот трудовой день! Вспомнить о традициях и наградить себя бокалом-другим отменного пива от БЫКИ Grill&Bar ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением кружки, наполненной пенной жидкостью тёмно-оранжевого цвета, с надписью «Budweiser Budvar» и изображением логотипа торговой марки пива, а также трёх бокалов, наполненных пенной жидкостью жёлтого цвета, с изображением на одном из них логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles», размещённую 01.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk) , ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

4. Признать рекламу следующего содержания: «Свежее пенное — сильнее обстоятельств. Один бокал способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить тебя веселыми приключениями. Начинай пятницу в четверг — приходи с друзьями в БЫКИ Grill&Bar, получи скидку 10% для мужской компании на все меню. В БЫКИ Grill&Bar МАЛЬЧИШНИК, а значит можно все! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью коричневого цвета, с надписью «Guinness» и изображением логотипа торговой марки пива, а также трёх бокалов, наполненных пенной жидкостью жёлтого цвета; с изображением на одном из бокалов логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles», размещённую 20.08.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

5. Признать рекламу следующего содержания: «Гречки нет, зато есть стейки

и много пенного Ждём в гости», с изображением трёх бокалов, наполненных пенной жидкостью жёлтого цвета, а также с изображением на одном из бокалов логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles», размещённую 20.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), 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: «Виски — сильнее обстоятельств. Одна порция способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить тебя веселыми приключениями. Начни выходные правильно — приходи в БЫКИ Grill&Bar на ужин и оцени знаменитый напиток. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением бутылки виски «Jack Daniel's», двух стаканов со льдом, а также бутылки виски «Jim Beam», размещённую 13.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

7. Признать рекламу следующего содержания: «Наш совет на сегодня: Бронируй столик, приходи с друзьями а БЫКИ Grill&Bar, общайся, проводи весело время, смотри футбол, болей за наших! А мы накормим, напоим, сделаем СКИДКУ 20% мужским компаниям и угостим фирменной клюквенной настойкой всех, кто забронирует столик! Вот адрес и телефоны: До встречи в БЫКИ Grill&Bar ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением мужчины, держащего в одной руке бутылку ликёра «Cointreau» и наливающего содержимое бутылки в один из трёх стаканов, стоящих перед ним, размещённую 12.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

8. Признать рекламу следующего содержания: «Завтрак съешь сам, обед раздели с другом, а на ужин иди в БЫКИ Grill&Bar ! За сочными стейками на гриле и любимыми напитками. Потому что каждый день достоин такого завершения. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением трёх бокалов, наполненных пенной жидкостью жёлтого цвета; с изображением на одном из бокалов логотипа торговой марки пива «*Blanche* de Bruxelles», размещённую 16.02.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

9. Признать рекламу следующего содержания: «Бланш де Брюссель – это

нефильтрованное пиво, которое также нередко называют элем или витбиром. Как и любое качественное бельгийское пиво, в Бланш де Брюссель преобладает ровный и равномерный окрас. В основе цвета именно этого продукта лежит светло-соломенная консистенция. Вкус базируется на шлейфах апельсиновой цедры, легкой кислинке, хлебных нюансах и пшеничной доле. Читать про пенное, конечно, приятно, но после лучше заглянуть к нам, чтобы его попробовать ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением бокала, наполненного пенной жидкостью жёлтого цвета с изображением логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles», размещённую 22.01.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

10. Признать рекламу следующего содержания: «Брооооо!!! Не забывай про старый Новый год Это ещё один отличный повод зайти в гости и насладиться хорошей кухней и тёплой атмосферой! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением ёлки и двух бутылок виски: «Jameson» и «Chivas Regal 12», размещённую 13.01.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

11. Признать рекламу следующего содержания: «Если счастье заканчивается слишком быстро, то попробуй брать на литр больше А к нему хорошо бы добавить сочный рибай стейк, колбаски-гриль или бургер ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с изображением трёх бокалов, наполненных пенной жидкостью жёлтого цвета, а также с изображением на одном из бокалов логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles», размещённую 10.10.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

12. Признать рекламу следующего содержания: «Как много блюд из кукурузы ты знаешь? Мы вспомнили поп-корн, на гриле, молдавскую мамалыгу, зернышки из банки. Но в воскресенье у нас взрослая кухня: мы приготовили отличный бурбон! Ну как приготовили – достали из наших запасов пару бутылок золотистого Jim Beam и ждем тебя за стойкой рассказать, как для него в далеком Канзасе суровые американские фермеры растят кукурузу. ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00», с размещением под указанным сообщением видеоролика, демонстрирующего на первом плане бутылку виски «Jim Beam», на втором плане – человека, подкатывающего бочку по направлению к бутылке,

размещённую 25.10.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (https://vk.com/bullsyk), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

13. Выдать индивидуальному предпринимателю <…> (ОГРНИП <…>, ИНН <…>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 8 резолютивной части Решения ненадлежащей рекламы.

14. Производство по делу № 011/05/21-828/2020 в отношении ООО «Быки» (ОГРН 1201100002355, ИНН 1101168587), <…>, <…> прекратить.

15. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении индивидуального предпринимателя <…> (ОГРНИП <…>, ИНН <…>) дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 24 марта 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 _____ <…>

_____ <…>