

**Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми**

Определение

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 011/05/21-955/2020 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

29 декабря 2020 года

№ 03-01/10599

г. Сыктывкар

ООО «Крылья паб»

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

167000

<...> (по адресу)

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...>, рассмотрев обращение <...> (далее – <...>, заявитель) от 30.11.2020 (вх. № П-315 от 01.12.2020) по факту нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 30.11.2020 (вх. № П-315 от 01.12.2020) о ненадлежащей рекламе алкогольной продукции.

Заявитель просит провести проверку в отношении ООО «Крылья ПАБ» по факту размещения информации об алкогольной продукции в сети Интернет по адресам: <https://vk.com/kryliapubsyktvkar>, https://www.instagram.com/krylia_pub/.

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

Из материалов обращения усматривается, что сообщества <https://vk.com/kryliapubsyktvkar> и 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.

Часть записей сообществ 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/kryliapubsyktvkar>) 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*».

Кроме того, указанные фотографии портера «Белка, я люблю тебя!» размещены на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/).

30.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/kryliapubsyktvkar>) 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 ».

Кроме того, указанная фотография тыквенного эля размещена на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/).

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>) 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 Калининский 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».

Кроме того, указанная фотография, содержащая изображение бутылки пива «Степан Разин Адмиралтейское», размещена на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/).

17.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/kryliapubsyktyvkar>) 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: <...>. 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.

Кроме того, первая фотография, содержащая изображение трёх бутылок пива «Отличный план», «Типачё» и «Синеус» и трёх бокалов, размещена на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/).

10.10.2020 в сообществе «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/kryliapubsyktyvkar>) 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: <...>». 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.

Кроме того, первая фотография, содержащая изображение вазы со льдом, бутылки виски «WILLIAM LAWSON'S SUPER CHILI» и бокала, размещена на странице «КРЫЛЬЯ ПАБ СЫКТЫВКАР» в социальной сети «Instagram» (https://www.instagram.com/krylia_pub/).

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 в 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 запечатлен 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 землю.

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 запечатлен крупным планом бокал, наполненный пенной жидкостью жёлтого цвета, с надписью «КРЫЛЬЯ ПАБ». На второй фотографии запечатлен 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 #КРЫЛЬЯПАБ 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! - Ало, ало... <...>- 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 20ЕВС ЦВЕТ 28ВU 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 20ЕВС ЦВЕТ 28ВU 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! <...> 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/kryliapubsyktvyvkar>) 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 «Mooolibdenium 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 ее 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/kryliapubsyktvyvkar>) 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 мультимедиа (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 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 от 28.08.2020, опубликованном в 11 час. 24 мин., 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 распространённой без соответствующего предупреждения).

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

В рекламном сообщении от 30.04.2020 на одной из фотографии 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, размещённых 10.10.2020, 28.08.2020 в 11 час. 24 мин., 28.08.2020 в 16 час. 24 мин. и 30.04.2020, использованы образы людей.

В рекламном сообщении от 28.08.2020, опубликованном в 11 час. 24 мин., указано, в том числе следующее: «Предупреждаем, что чрезмерное употребление алкоголя в #КРЫЛЬЯПАБ ведёт 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 допускаются 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 признаками нарушения 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 признаками нарушения требований п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе; рекламное сообщение, опубликованное 28.08.2020 в 11 час. 24 мин., размещено с признаками нарушения требований п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о

рекламе; рекламное сообщение от 30.10.2020 размещено с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе; рекламное сообщение от 01.08.2020 размещено с признаками нарушения 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 рекламодателем, и рекламодателем.

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, несут рекламодатель и рекламодателем.

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, несут 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 рекламодателем - 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 имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемых реклам является ООО «Крылья паб», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 7, помещение 1, ОГРН 1191121007109, ИНН 1101166854, КПП 110101001.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, пунктами 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 011/05/21-955/2020 по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – <...>;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ООО «Крылья паб», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 7, помещение 1, ОГРН 1191121007109, ИНН 1101166854, КПП 110101001.

3. Назначить дело № 011/05/21-955/2020 к рассмотрению **на 29 января 2021 года на 11 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ООО «Крылья паб» в срок не позднее 27 января 2021 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. Копию устава ООО «Крылья паб» со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего определения.

4.2. О рекламодателе, рекламопроизводителе и рекламораспространителе рассматриваемых реклам, с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации – для физических лиц (отдельно по каждой рекламе).

4.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ, электронной переписки), опосредующих производство и распространение рассматриваемых реклам (отдельно по каждой рекламе).

4.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство и распространение рассматриваемых реклам (отдельно по каждой рекламе).

4.5. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемых реклам, их наполнение, кем, когда и каким образом одобрены (утверждены, согласованы) рекламы; в случае если рекламы не утверждались и не согласовывались, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию (отдельно по каждой рекламе).

4.6. О периоде распространения рассматриваемых реклам, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения (отдельно по каждой рекламе).

4.7. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рассматриваемых реклам.

4.8. О причинах размещения рассматриваемых реклам без учёта требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

4.9. О причинах размещения рекламных сообщений, опубликованных 10.10.2020, 28.08.2020 в 11 час. 24 мин., 28.08.2020 в 16 час. 24 мин. и 30.04.2020, без учёта требований п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

4.10. О причинах размещения рекламного сообщения, опубликованного 28.08.2020 в 11 час. 24 мин., без учёта требований п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

4.11. О причинах размещения рекламного сообщения от 30.10.2020 без учёта требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

4.12. О причинах размещения рекламного сообщения от 01.08.2020 без учёта требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

4.13. Перечень алкогольной продукции, реализуемой ООО «Крылья паб» в пабе «Крылья», расположенном по адресам: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 7 и д. 67, с приложением копий подтверждающих документов (прайс-листов, иных).

4.14. Копии документов (договоров аренды, иных), на основании которых ООО «Крылья паб» пользуется помещениями для размещения паба «Крылья» по адресам: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 7 и д. 67.

4.15. О должностном лице ООО «Крылья паб», ответственном за соблюдение Обществом рекламного законодательства применительно к рассматриваемой ситуации (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства

должностного лица).

4.16. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.15 настоящего определения, поясняющие обстоятельства распространения рассматриваемых реклам без учёта требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 1, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием распространяемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемых реклам, со ссылкой на должностную инструкцию.

4.17. Паспортные данные (копию с 2-ой по 7-ую страницы паспорта) должностного лица, указанного в пункте 4.15 настоящего определения, с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

5 . <...> вправе (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в свое отсутствие **в срок до 27 января 2021 года**, предварительно на электронный адрес: to11@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

6. **ООО «Крылья паб»** вправе обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в отсутствие представителя ООО «Крылья паб» **в срок до 27 января 2021 года**, предварительно на электронный адрес: to11@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в Федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа.

Председатель комиссии

<...>