

Заявителю

---

---

---

---

ООО «Бургер Рус»

119002, город Москва,

улица Арбат, 29

РЕШЕНИЕ

24 января 2019 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

члены Комиссии:

рассмотрев дело № 100-08/2018, возбужденное по факту поступления на его электронную почту рекламы ресторана «Burger King», содержащей непристойное выражение с признаками нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствии заявителя,

в отсутствии представителя ООО «Бургер Рус»,

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России обратилось физическое лицо с заявлением по факту поступления на его электронную почту рекламы ресторана «Burger King», содержащей непристойное выражение с признаками нарушения рекламного законодательства.

Из заявления и приложенных к нему материалов следует, что 27 ноября 2018 года в 11:08 на электронную почту заявителя поступило письмо от отправителя info@burgerking.ru, в котором содержалась реклама со следующими сведениями. Заголовок: «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе». Ниже размещено изображение со сведениями: «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING».

По мнению Заявителя данная рекламная информация содержит ненормативную лексику и является недопустимой.

Предпринимательскую деятельность под коммерческим обозначением «BURGER KING» осуществляет общество с ограниченной ответственностью «Бургер Рус» (далее – ООО «Бургер Рус»), что следует из информации, размещенной на официальном сайте «BURGER KING».

Челябинское УФАС России привлекло к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе, ООО «Бургер Рус».

На запрос Челябинского УФАС России ООО «Бургер Рус» представило письменные пояснения, согласно которым информация: «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе», «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING» распространялась с 26.11.2018 по 27.11.2018 путем выборочной рассылки сообщений среди пользователей мобильного приложения и карт лояльности ООО «Бургер Рус».

По мнению ООО «Бургер Рус», указанная информация не является рекламой, так как не была адресована неопределенному кругу лиц. Сообщение было направлено с целью информирования клиентов ООО «Бургер Рус» о проводимой акции «Каждый 5-й купон на кофе бесплатно».

Также, Общество указывает, что слово «Е-баллы» означает Electronic-баллы. Акция «Каждый 5-й купон на кофе бесплатно» заключалась в том, что за 4 купона на кофе XL потребитель получает 100 бонусных баллов, за которые можно приобрести 5-й купон на кофе XL. Правила указанной акции приведены в мобильном приложении «Бургер Кинг» в разделе «акции»

На основании вышеизложенного ООО «Бургер Рус» считает, что информация «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе», «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING» не является рекламой и в содержании указанной информации не содержатся нецензурные выражения.

Рассмотрев заявление и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

Заявителю 27 ноября 2018 года в 11:08 на электронную почту заявителя поступило письмо от отправителя info@burgerking.ru, в котором содержалась реклама со следующими сведениями. Заголовок: «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе». Ниже размещено изображение со сведениями: «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING».

Согласно положениям статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) под рекламой следует понимать информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (пункт 1); объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2); товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи,

обмена или иного введения в оборот (пункт 3).

Информация, поступившая заявителю на его почтовый адрес 27 ноября 2018 года была адресована неопределенному кругу лиц. Размещение информации сопровождалось изображением стакана кофе, экрана мобильного телефона, а также крупной яркой надписью: ««BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING»», из чего можно сделать вывод, что данная информация была направлена на привлечение внимания потребителя к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, информация, направленная Заявителю 27 ноября 2018 года в 11:08 на электронную почту, содержащая сведения: «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе», «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING» является рекламой.

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

Данное положение Федерального закона "О рекламе" запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Согласно Письму ФАС России от 29.04.2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе", бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

В заголовке рекламы, поступившей заявителю на его электронный адрес содержатся сведения: «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе». Словосочетание «раздаст по Е-баллам» имеет явное сходство с нецензурным ругательством.

Употребление в рекламе буквы «Е» в совокупности со словом «баллы» в дательном падеже может создавать у потребителей ассоциации со словосочетанием, относящимся к обценной лексике.

Эффект присутствия в рекламе ненормативной лексики усиливается отсутствием информации о порядке проведения акции на определенный напиток путем начисления баллов, озаглавленных с использованием буквы «Е».

Довод ООО «Бургер Рус» о том, что рассматриваемая информация не является рекламой, так как она была направлена пользователям мобильного приложения и карт лояльности «Бургер Кинг» не принят во внимание Комиссией по следующим основаниям.

Согласно положениям статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) под рекламой следует понимать информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно Письму ФАС от 20.06.2018 г. № АД/45557/18 в указанной норме под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку.

Если информация отвечает признака рекламы и, имея некую целевую аудиторию (в т.ч. клиенты компании), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Федерального закона «О рекламе».

Довод ООО «Бургер Рус» о том, что слово «Е-баллы» означает электронные баллы, electronic-баллы и не является нецензурным выражением не принят Комиссией по следующим основаниям.

В содержании рекламной информации, поступившей на электронную почту Заявителя: «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING» не упоминается словосочетание «electronic-баллы».

Также, способ подачи рекламной информации: «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе» способен вызывать у потребителя ассоциации с очевидным непристойным выражением.

По изложенным выше основаниям, Комиссия критически относится к доводам ООО «Бургер Рус» о том, что информация «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе», «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING» не является рекламой и не содержит нецензурного выражения.

Таким образом, реклама «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе», «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING» не соответствует части 6 статьи 5 Федерального закона о рекламе, поскольку содержит сведения, являющиеся непристойным выражением.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем рекламы надлежит признать ООО «Бургер Рус» как лицо,

осуществляющее предпринимательскую деятельность под коммерческим обозначением «BURGER KING».

Поскольку по состоянию на 24 декабря 2019 года в адрес Челябинского УФАС России не поступили сведения о прекращении распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия считает возможным выдать ООО «Бургер Рус» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, поступившую на электронный адрес заявителя 27 ноября 2018 года в 11:08 и содержащую сведения: «Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе», «BURGER KING Лови кофе по акции! ХОЧЕШЬ КОФЕ? БЕСПЛАТНО XL BURGER KING», которые не соответствуют требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Бургер Рус» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Бургер Рус» и его должностного лица.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.