

**ООО «Филип Моррис Сэйлз энд  
Маркетинг»**

127051, г. Москва,

ул. Цветной бульвар, д. 2

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**о наложении штрафа по делу №08/04/14.3-52/2019**

**об административном правонарушении**

**«24» июня 2019 г.**

**г. Москва**

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы <...>, рассмотрев протокол и материалы дела № **08/04/14.3-52/2019** об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» (юр.адрес: г. Москва, ул. Цветной бульвар, д.2, 127051, ИНН 7710298176, КПП 770201001, ОГРН 1027739037094, дата регистрации 01.08.2002),

**УСТАНОВИЛ:**

В ФАС России поступило обращение гражданина о рассылке по электронной почте рекламы сигарет L&M в декабре 2018 года.

В электронном письме, направленном гражданину, приводится изображение

пачек сигарет L&M и текст следующего содержания:

«МАКСИМ, ПРИВЕТ!...RECESSED 2.0 Смело открывай мир и не беспокойся о комфорте! Плотный фильтр RECESSED 2.0 в сигаретах L&M отлично сохраняет форму и оставляет меньше запаха на руках при тушении сигареты. Узнать больше».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Из определения рекламы следует, что рекламой считается информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок.

В данной норме под неопределённым 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, и о которых заранее не известно откликнутся ли они на рекламное послание по поводу объекта рекламирования (например, приобретут ли рекламируемый товар).

В зависимости от целей, которых стремится достигнуть реклама, круг адресатов рекламы бывает широким или, напротив, узким. Вопрос о том, какой будет целевая аудитория рекламы, решает рекламодатель.

В этой связи обособление круга лиц, которым направляется какая-либо информация персонально, не имеет значения в вопросах квалификации признаков рекламы в доведенной до их сведения информации, поскольку понятие «неопределенного круга лиц как адресата рекламы» не совпадает с понятием «целевая аудитория» рекламного послания.

Все предусмотренные законом признаки рекламы содержатся в информации, направленной гражданину в электронном письме.

Электронное письмо с описанием сигарет L&M и нового фильтра в сигаретах направлялось гражданину прямой адресной рассылкой по сети электросвязи в форме личного представления и имеет цель привлечь внимание и сформировать интерес к сигаретам L&M и продвинуть их на рынок.

Лицо, которому направлялось сообщение по сети электросвязи, входит в неопределённый круг лиц возможного правоотношения, о которых заранее не известно вступят ли они в конкретные правоотношения по поводу приобретения предлагаемого товара.

Таким образом, информация о сигаретах L&M, содержащаяся в электронном письме, отвечает признакам рекламы и является рекламой данных сигарет.

Согласно части 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных

принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещается реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции и (или) потребления табака.

Таким образом, российское законодательство не допускает распространение рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок, любыми способами, в том числе посредством электронных писем по сетям электросвязи.

С учетом изложенного распространение рекламы сигарет L&M посредством электронных писем по сети электросвязи осуществлялось в нарушение части 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы сигарет является ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» (юр.адрес: г. Москва, ул. Цветной бульвар, д.2, 127051, ИНН 7710298176, КПП 770201001, ОГРН 1027739037094, дата регистрации 01.08.2002).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако Обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении путем рассылки по электронной почте рекламы сигарет L&M в декабре 2018 года.

Руководствуясь пунктом 8 статьи 7, частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Применить к ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» (юр.адрес: г. Москва, ул. Цветной бульвар, д.2, 127051, ИНН 7710298176, КПП 770201001, ОГРН 1027739037094, дата регистрации 01.08.2002) меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в

размере 100 000 рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по г. Москве (Федеральная антимонопольная служба  
л/с 04731001610)

**Банк получателя:** ГУ Банка России по ЦФО

**ИНН** 7703516539

**КПП** 770301001

**БИК** 044525000

**Расчетный счет** 40101810045250010041

**КБК** 161 1 1626000016000140

**ОКТМО** 4538 0000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов **(по электронной почте <...>[@fas.gov.ru](mailto:fas.gov.ru))**.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП РФ.

Заместитель руководителя

<...>



