

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

127051, г. Москва,

ул. Цветной бульвар, д. 2

РЕШЕНИЕ

по делу № 08/05/23-26/2019

16 мая 2019 г.

г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместитель Председателя Комиссии

<...> - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Члены Комиссии:

<...> – заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...> - ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев материалы о распространении рекламы ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» табачной продукции,

в присутствии лиц, участвующих в деле:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

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) - <...>

УСТАНОВИЛА:

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 рекламоделец.

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 гражданке 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 с признаками нарушения 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 частью 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).

На основании части 8 статьи 7, части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, нарушающей часть 8 статьи 7 Федерального

закона «О рекламе», рекламу ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» табачной продукции, поскольку распространение рекламы табачной продукции запрещено.

2. Выдать 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) предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 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).

Решение изготовлено в полном объеме 24 мая 2019 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель Председателя Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

