

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг»

127051, г. Москва,

ул. Цветной бульвар, д. 2

ПРОТОКОЛ № 08/04/14.3-52/2019

об административном правонарушении

24 мая 2019 г. г. Москва

Протокол составлен:

Заместителем начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции <...>

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)

Событие административного правонарушения и его квалификация:

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 открывая 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 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, 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 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 неопределенный 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 несет 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).

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.

Согласно пункту 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Заместитель начальника Управления контроля
рекламы и недобросовестной конкуренции <...>

Объяснения лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении

С протоколом ознакомлен _____ (Ф.И.О.)

Права и обязанности разъяснены _____ (Ф.И.О.)

Подпись лица, привлекаемого к административной ответственности

Примечание:

Протокол составлен в отсутствие законного представителя ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», уведомленного о месте и времени составления протокола, но на его составление не явившегося. При составлении протокола присутствовал/отсутствовал представитель ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» _____ (доверенность _____).

Копия протокола вручается лично физическому лицу либо законному представителю юридического лица, в отношении которого возбуждено производство по делу об административном правонарушении или направляется для ознакомления указанному лицу по почте с уведомлением о вручении.

**При необходимости объяснения лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении могут быть представлены отдельным документом и приобщены к материалам дела.*