

ИГ/37302/17 от 26.07.2017  
ООО «Филип Моррис Сэйлз энд  
Маркетинг»

Цветной Бульвар ул., д. 2,  
г. Москва, 125051

ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ»

Профсоюзная ул., д. 78, стр. 1,  
г. Москва, 171393

law-it@rbc.ru

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 3-7-70/77-17**

«13» июля 2017 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-7-70/77-17, возбужденное в отношении ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» по факту распространения на сайте в сети Интернет по адресу <http://www.rbc.ru> рекламы «IQOS; Альтернатива для совершеннолетних курильщиков», с признаками нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в рекламе товаров, рекламирование которых запрещено законодательством Российской Федерации,

в присутствии представителей ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» в лице <...> (по доверенности <...>), <...> (по доверенности <...>), <...> (по доверенности <...>); ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» в лице <...> (по доверенности <...>),

## УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-7-70/77-17 возбуждено в отношении ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» на основании заявления физического лица по факту распространения на сайте в сети Интернет по адресу <http://www.rbc.ru> рекламы «IQOS; Альтернатива для совершеннолетних курильщиков».

В соответствии с пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

В рассматриваемой рекламе усмотрены признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе в части ненадлежащей рекламы табака, табачных изделий.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» (адрес: 125051, г. Москва, ул. Цветной Бульвар, д. 2) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 01.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739037094, ИНН 7710298176, КПП 770201001 (далее также Ответчик 1).

ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 15.10.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700316159, ИНН 7737008974, КПП 772801001 (далее также Ответчик 2).

На сайте в сети Интернет по адресу <http://www.rbc.ru> распространялась реклама «IQOS; Альтернатива для совершеннолетних курильщиков».

При нажатии на баннер с рассматриваемой рекламой происходил переход на сайт <http://www.iqos.ru>, посвященный системе нагревания табака и табачным стикам, которые приобретаются также посредством данного сайта. Кроме того, сайт содержал следующую информацию: «IQOS объединил в себе инновационные технологии и настоящий вкус табака. IQOS – это альтернатива для совершеннолетних курильщиков, которые привыкли жить со вкусом, заботятся о комфорте для себя и окружающих, ценят чистоту и уникальность», «благодаря нагревательному элементу, покрытому платиной и керамикой, табак в держателе IQOS не горит, а нагревается, раскрывая свой вкус и аромат», «табачные стики созданы по особой рецептуре и технологии только для использования с IQOS».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на сайте в сети Интернет по адресу <http://www.rbc.ru>. Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» утверждает, что рассматриваемая реклама не является рекламой объектов, поименованных в пункте 8 статьи 7 Закона о рекламе, в связи с тем, что устройство IQOS представляет собой запатентованную электрическую систему нагревания табака, состоящую из двух основных компонентов: зарядного устройства и электронного устройства (держатель для нагревания табака), и используется исключительно с табачными палочками (стиками), вставляемыми в устройство, где они нагреваются до образования аэрозоля, вдыхаемого потребителем.

На основании материалов дела Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

Рассматриваемая реклама представляет из себя меняющийся баннер, при виртуальном нажатии (клике) на который происходит переход на сайт в сети Интернет по адресу <https://www.iqos.ru>.

В рамках баннера потребителю рекламы демонстрировался товарный знак IQOS, слоган «Альтернатива для совершеннолетних курильщиков», компоненты устройства, в том числе с табачными стиками.

При переходе на страницу сайта <https://www.iqos.ru> потребителю рекламы предоставлялось описание объектов, изображенных в самой рекламе. При этом ниже на сайте <https://www.iqos.ru> размещается изображение табачного стика с указанием отдельных его элементов: табаки высокого качества; уникальная система фильтров для постоянства вкуса и ощущений.

В самой нижней части страницы указана пометка «Употребление табака вредит вашему здоровью», размещенная по аналогии со статьей 10 Федерального закона от 22.12.2008 № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию», в которой установлены требования к предупредительной надписи о вреде потребления табачных изделий, что фактически подтверждает отнесение используемых в устройстве IQOS табачных стиков к табаку, табачным изделиям.

Вышеуказанные доводы подтверждаются и использованием слогана «Альтернатива для совершеннолетних курильщиков».

«Альтернатива» — необходимость выбора одного из двух (или нескольких) возможных решений (*С.И. Ожегов. Толковый словарь Ожегова*). Таким образом, слоган спорной рекламы фактически свидетельствует о том, что потребление табачных стиков является аналогичным потреблению табачной продукции, табачного изделия.

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» возражает против довода, что табачный стик внешне напоминает сигарету. Исходя из представленных Ответчиком 1 материалов, табачный стик полностью отличается от обычных сигарет по своей форме, размеру и качествам. В частности, приведены результаты тестирования табачных стиков, в результате которого было выявлено, что табачный стик не обладает качествами обычных сигарет.

Комиссия критически подходит к оценке рассматриваемого довода в связи со следующим.

В документах, представленных ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» 13.07.2017, содержится описание табачного стика: «при визуальной оценке по внешнему виду данная продукция подходит под определение сигарет с фильтром, так как содержащееся в нем табачное сырье обернуто сигаретной бумагой и содержит фильтр, но не подходит под определение сигарет. Согласно определению: «сигарета с фильтром» - вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья, обернутого сигаретной бумагой (курительная часть), и фильтра. При развертке видно, что табачный наполнитель представляет собой однородный цилиндр из крепированного восстановленного табака».

Также ФАС России в письме № АК/84490/16 от 06.12.2016 усматривает признаки нарушения при распространении рассматриваемой рекламы, поскольку внешний вид используемого в рекламе изображения спорной продукции схож с внешним видом какого-либо табачного изделия, в том числе в связи со сходством процесса потребления табака.

Кроме того, исходя из содержания заявлений (вх. № 4651 от 01.02.2017, вх. № 12641 от 22.03.2017, вх. № 13745 от 27.03.2017), поступивших в

Московское УФАС России, потребители воспринимают рассматриваемую продукцию в качестве табачного изделия. Более того, одним из заявителей дополнительно было указано, что использование термина «табачный стик» является «игрой слов», поскольку в действительности стики представляют собой сигареты меньшего размера.

Таким образом, рассматриваемая продукция, в частности табачные стики, ассоциируются у потребителей именно с сигаретами, в том числе из-за аналогичного конструктивного оформления (фильтр, часть с табаком, обернутая в сигаретную бумагу). Внешний вид полностью совпадает с внешним видом сигарет с фильтром за исключением длины. При этом Комиссия особо отмечает, что в своем ассортименте сигареты также могут быть различной формы, в том числе длины и толщины.

При этом ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» утверждает, что потребление указанных табачных стиков с помощью устройства IQOS снижает риск для здоровья совершеннолетних курильщиков, перешедших на него вместо курения сигарет, поскольку IQOS является бездымным продуктом. Сказанное также может подтверждаться результатами исследований оценки влияния окружающего табачного дыма от репрезентативной обычной сигареты и окружающего аэрозоля от табачного изделия с модифицированным уровнем риска, производимого при работе электрической системы нагревания табака, на качество воздуха в помещении, проведенных Центром исследований и разработок Филип Моррис Интернэшнл.

Также ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» в качестве обоснования своего довода приводят позицию Всемирной организации здравоохранения, изложенную в Докладе Всемирной организации здравоохранения FCTC/COP/7/11, август 2016 года (далее — Доклад), согласно которой альтернативы курению традиционных сигарет могут оказать существенное влияние на снижение риска для здоровья и вреда для населения.

Однако Комиссия считает необходимым обратить внимание на то, что в пункте 5 Доклада Всемирная организация здравоохранения особенно отмечает, что указанное выше Обществом обстоятельство произойдет только в том случае, если численность зависимого от никотина населения не будет увеличиваться за счет несовершеннолетних и некурящих и не превысит числа курильщиков и постепенно снизится до нуля. Вопрос о том, способны ли электронные системы доставки никотина выполнить эту задачу, до сих пор дебатруется между теми, кто выступает за активное поощрение и одобрение их употребления на основании имеющихся фактических данных, и теми, кто призывает к осторожности в этом вопросе с учетом неопределенности имеющихся научных данных, а также различий в действии этих изделий и многообразия поведения пользователей.

Более того, согласно пункту 7 Доклада, при использовании электронных систем доставки никотина производится аэрозоль, который, как правило, включает гликоли, глицеролы, альдегиды (в т.ч. формальдегид), летучие

органические вещества, полициклический ароматический углеводород, табакспецифичные нитрозамины, металлы, частицы силиката и другие элементы. Дикарбонилы (гликосаль, метилгликосаль, диацетил) и гидроксикарбонилы (ацетол) также считаются важными соединениями в составе аэрозоля. Многие из этих веществ являются токсичными и известны как имеющие последствия для здоровья и вызывающие значительные патологические изменения. Ароматические компоненты при нагревании также распадаются на вещества с высокой токсичностью для организма.

При этом в пункте 6 Доклада при анализе рынка электронных систем доставки никотина отдельно оговаривается, что рассматриваемый рынок также включает в себя альтернативные системы доставки никотина, которые нагревают, но не сжигают табак. В сносках к рассматриваемому пункту в качестве примера указан IQOS.

В Докладе также отмечается, что долговременное использование таких продуктов повышает риск хронической обструктивной болезни легких, рака легких и, возможно, сердечно-сосудистых заболеваний и некоторых других заболеваний, также связанных с курением. Кроме того, для окружающих выдыхаемый так называемый «вторичный аэрозоль» также опасен, поскольку содержит высокие концентрации токсичных веществ, а уровни содержания некоторых металлов, таких как никель и хром, во вторичном аэрозоле даже выше, чем при пассивном курении обычных сигарет. При этом в ходе исследований установлено, что в ряде случаев даже в изделиях, спозиционированных как безникотиновые, содержится никотин. В заключении доклада содержатся рекомендации по регулированию рассматриваемой продукции, в которых в том числе предлагается запретить ее рекламирование.

Более того, в пункте 26 Доклада отмечается, что то, что транснациональные табачные компании занимаются маркетингом электронных систем доставки никотина, создает серьезную угрозу для борьбы против табака. Высказываются опасения относительно того, что транснациональные табачные компании занимаются маркетингом электронных систем доставки никотина в следующих целях:

- сведение к минимуму угрозы для продаж табака за счет продвижения электронных систем доставки никотина как дополнения, а не альтернативы табаку или контроль за технологическими новшествами, препятствующими усовершенствованиям в их эффективности в качестве средства, облегчающего прекращение курения;
- поощрение курения с помощью рекламы электронных систем доставки никотина и популяризация курения среди взрослых и детей;
- утверждение о потенциальной пользе электронных систем доставки никотина – и, в ближайшее время, технологии никотинового ингалятора – в качестве предлога для взаимодействия с директивными органами, учеными и сторонниками борьбы против табака и оказания на них влияния

в целях срыва выполнения условий Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака, в то же время формируя доверие к инициативам в области социальной ответственности корпораций.

Исходя из общедоступных источников, в том числе в сети Интернет, в частности на сайте <http://jamanetwork.com>, Американской медицинской ассоциацией было проведено собственное исследование продукции IQOS, по результатам которого в аэрозоле, получаемом при нагревании табачных стиков, обнаружено содержание 84% никотина от общего числа, содержащегося в обычном сигаретном дыме. Кроме того, аэрозоль, образующийся от такого потребления IQOS, содержит элементы пиролиза и других веществ, которые являются такими же вредными составляющими, как и в обычном сигаретном дыме. Таким образом, по мнению авторов опубликованного исследования, употребление табачных стиков IQOS внутри помещения также должно подлежать запрету, как и курение обычных сигарет.

Помимо этого, Комиссия Московского УФАС России считает необходимым указать на то, что большинство исследований, представленных ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» в качестве независимых исследований, были проведены в пользу Ответчика 1 сотрудниками Филип Моррис Интернэшнл. В связи с этим Комиссия Московского УФАС России не может принять приведенные доказательства как корректные и объективные в силу субъективности лиц, которые проводили исследования, в том числе в целях Ответчика 1.

Более того, на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.iqos.ru>, на который потребитель рекламы попадал при нажатии на баннер, содержится утверждение, что IQOS не является альтернативой отказу от курения табака, что свидетельствует о том, что потребление табачных стиков с использованием устройства IQOS является еще одним способом употребления табака и не направлено на отказ от курения как таковой.

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» указало на специальную оговорку в рекламе, что IQOS служит альтернативой для совершеннолетних курильщиков. Тем не менее среди пользователей сайта в сети Интернет <http://www.rbc.ru> есть совершеннолетние некурящие люди и несовершеннолетние пользователи. Сведений, опровергающих данный довод в материалы дела не представлено, доказательств, свидетельствующих об ограниченном доступе к рассматриваемой рекламе, также не представлено.

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» дополнительно указало на то, что сайт, на который происходил переход, предназначен только для курящих пользователей, целью рассматриваемой рекламы является доведение до всеобщего сведения информации о появлении продукта с пониженным риском.

Однако в условиях использования сайта хотя и содержится указание на то, что доступ к сайту предоставляется только тем лицам, которые отвечают определенным условиям (достигли 18 лет, являются потребителями табакосодержащих изделий, проживают на территории России), тем не менее

доступ к сайту предоставляется изначально временно — на период 7 календарных дней, начиная со дня регистрации на сайте, при этом подтверждение возраста может производиться в течение всех 7 дней.

Комиссией Московского УФАС России составлен Акт проверки информации в сети Интернет № 8-23 от 06.07.2017, согласно которому при нажатии на странице <https://www.iqos.ru> виртуальной кнопки (гиперссылки) «Да», служащей подтверждением того, что пользователь достиг возраста 18 лет, открывается страница <https://www.iqos.ru>, содержащая всю основную информацию о продукте, новинках, приглашении на презентацию и т. д.

Таким образом, как на момент распространения рассматриваемой рекламы, так и на момент принятия решения по делу доступ на сайт также не ограничен, любой, даже несовершеннолетний пользователь, кликнув на рекламу и совершив дополнительные действия, может получить информацию о продукции IQOS.

Внешние признаки рекламируемого продукта также могут делать его привлекательным для лиц, которые никогда не курили. Согласно результатам проведенного исследования о восприятии потребителями объекта рекламирования, представленного ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» в материалы дела, определенное количество лиц, никогда не употреблявших табак, но заинтересовавшихся продукцией IQOS, все же было выявлено.

Исходя из изложенного, несмотря на оговорку о совершеннолетних курильщиках, рассматриваемая реклама также может вызвать интерес и желание приобрести рекламируемый продукт у лиц, не являющихся курильщиками.

Также, исходя из представленных ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» документов от 03.03.2017, Филип Моррис Интернэшнл в декабре 2016 года в Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов США было подано заявление о признании IQOS табачным продуктом с пониженным риском.

Ответчик 1 дополнительно пояснил, что в 2014 году в законодательстве ЕС (Директива ЕС 2014/40/EU) появилась новая категория под названием «новые табачные продукты», которая отличается от традиционных табачных изделий. Компания Филип Моррис Интернэшнл направила в органы государств-членов ЕС уведомления и получила разрешения, необходимые для начала продаж IQOS на территории соответствующих государств в качестве нового табачного продукта.

Таким образом, несмотря на то обстоятельство, что, по мнению ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», продукция IQOS менее вредна для здоровья, тем не менее, ее использование является лишь альтернативным способом потребления табака, в стиках содержится табак, а также самим Филип Моррис Интернэшнл признается табачным продуктом.

Комиссия Московского УФАС России также считает необходимым обратить внимание на само обозначение IQOS, которое изображено в рассматриваемой рекламе.



Обозначение IQOS является товарным знаком, зарегистрированным по свидетельству № 557901 для следующих классов МКТУ:

09 — аккумуляторы для электронных сигарет; аккумуляторы для электронных устройств, используемых для нагревания табака, устройства зарядные на аккумуляторах для электронных сигарет, устройства зарядные на аккумуляторах для электронных устройств, используемых для нагревания табака; устройства зарядные USB для электронных сигарет; устройства зарядные USB для электронных устройств, используемых для нагревания табака; устройства зарядные автомобильные для электронных сигарет, включенные в 09 класс; устройства зарядные автомобильные для устройств, используемых для нагревания табака, включенные в 09 класс; электронные перезаряжаемые ящики для сигарет, включенные в 09 класс, зарядные устройства, огнетушители и аксессуары, части и фурнитура для использования в связи с электронными сигаретами или аппаратами для нагревания табака, включенные в 09 класс.

11 — электронные испаряющие устройства; аппараты для нагревания жидкостей; аппараты для производства пара, проводные испаряющие устройства.

34 — **табак, необработанный или обработанный; изделия табачные**, в том числе сигары, сигареты, папиросы, сигариллы, табак для скручивания сигарет, папирос вручную, трубочный табак, жевательный табак, нюхательный табак, кретец; снюс; заменители табака (за исключением предназначенных для медицинских целей); курительные принадлежности, в том числе сигаретная, папиросная бумага и гильзы, фильтры для сигарет, сосуды для табака, ящики, портсигары для сигарет, папирос и пепельницы, трубки, карманные устройства для скручивания сигарет, папирос, зажигалки для закуривания; спички; табачные палочки, нагреваемые табачные изделия, электронные устройства, которые нагревают сигареты; электронные курительные устройства; электронные сигареты; электронные сигареты для использования в качестве альтернативы традиционным сигаретам; электронные устройства для вдыхания никотина; испаряющие устройства для табака, изделий табачных и заменителей табака; курительные принадлежности для электронных сигарет; приспособления для тушения сигареты; электронные испаряющие устройства для курения; аппараты для нагревания табака и табачных изделий; аксессуары, части и фурнитура для использования в связи с электронными сигаретами или аппаратами для нагревания табака, включенные в 34 класс.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о том, что товарный знак IQOS используется правообладателем не только для самого электронного устройства, но и для табака, табачной продукции, табачных изделий и их производителя.

В соответствии с частью 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств

индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов. В соответствии с пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Запрет на рекламу табака, табачных изделий, табачной продукции введен в Закон о рекламе Федеральным законом от 21.10.2013 № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О рекламе» в связи с принятием Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее — Закон о внесении изменений).

Согласно пояснительной записке к проекту Закона о внесении изменений, данный проект подготовлен в целях установления административной ответственности за нарушение норм и правил, предусмотренных Федеральным законом «Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», направленным на совершенствование законодательства в сфере охраны здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака с учетом положений Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака для совершенствования обеспечения охраны таких основополагающих прав граждан, как право на охрану здоровья и право на благоприятную окружающую среду (статьи 41 и 42 Конституции Российской Федерации).

Таким образом, установленный запрет направлен на пресечение распространения рекламы товаров, прямо или косвенно относящихся к потреблению табака, а равно направлен на ограждение неопределенного круга лиц-потребителей рекламы от рекламы продукции, которая вредит их здоровью.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о продвижении с помощью рекламы «IQOS; Альтернатива для совершеннолетних курильщиков» табака, табачных изделий и их потребления, что является нарушением пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе несут как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как установлено выше, рассматриваемая реклама была распространена на сайте в сети Интернет по адресу <http://www.rbc.ru>, администратором и владельцем которого является ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ».

Таким образом, распространителем рассматриваемой рекламы является ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем

признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из нормативного понятия, рекламодателем может являться не только субъект, заинтересованный в продвижении рекламируемого товара на рынке, но и любой другой субъект, который определил непосредственное содержание рекламы.

В соответствии с представленными в материалы дела документами и сведениями, рассматриваемая реклама распространялась на основании ряда договоров, в том числе на основании Договора № 4500936 от 17.08.2016 в соответствии с заказом № 4500874725 от 19.08.2016 по заказу ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг».

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», что сторонами по делу подтверждается.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в действиях ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» факта нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Поскольку спорная реклама распространялась рассматриваемым образом в период с 22.08.2016 по 30.09.2016 и в настоящий момент не распространяется, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил, Комиссия Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать в действиях ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе в части ненадлежащей рекламы табака, табачных изделий и их производителя при распространении на сайте в сети Интернет по адресу <http://www.rbc.ru> рекламы «IQOS; Альтернатива для совершеннолетних курильщиков».

2. Не выдавать ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг»,

ЗАО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме «25» июля 2017 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

Исполнитель: <...>, тел.: <...>