

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА
МОСКВЫ**

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.
ЛОМОНОСОВА**

Факультет журналистики

Исследование

по предмету «Маркетинг новых медиа»

Тема: «Коммуникация с совершеннолетними потребителями
никотиносодержащей продукции посредством «Инстаграм»
на примере компании JTI, бренд Ploom»

Группа 403, вечернее отделение
Студент Сафонцева А.П.

Москва, 2021

Тезис: Характерные рекламные черты в коммуникации с совершеннолетними потребителями никотиносодержащей продукции посредством «Инстаграм» на примере компании JTI, бренд Ploom: передача сигналов потребителю через посредников (например, СМИ), односторонняя направленность рекламного сообщения, легальность рекламируемого товара, наличие спонсора «рекламы», психологическое воздействие.

На территории РФ¹ запрещается реклама любой табачной продукции посредством любых средств. Однако это не мешает табачным компаниям информировать потребителей о продукте, что связано с обязанностью изготовителя / исполнителя / продавца своевременно предоставить потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах². Таким образом, табачные компании могут вступать в коммуникацию с совершеннолетними³ потребителями табачной продукции путём различных методов. Например, это информирование потребителей через различные каналы: посредников (консультантов, персональных менеджеров, представителей бренда, мобильных курьеров), осуществляющих свою деятельность как очно (в точках продаж или при доставке продукта), так и дистанционно (в мессенджерах, социальных сетях и т.п.). В данной работе будет рассмотрена коммуникация с совершеннолетними потребителями никотиносодержащей продукции посредством «Инстаграм» на примере компании JTI, бренд Ploom»⁴ на территории РФ⁵.

¹ Федеральный закон "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции" от 23.02.2013 N 15-ФЗ (последняя редакция).

² Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 22.12.2020) "О защите прав потребителей".

³ Федеральный закон от 10 июля 2001 г. N 87-ФЗ "Об ограничении курения табака" (с изменениями и дополнениями) (утратил силу) Статья 4. Запрещение розничной продажи табачных изделий лицам, не достигшим возраста 18 лет.

⁴ Онлайн-ресурс. Официальный инстаграм аккаунт бренда.

URL: https://www.instagram.com/ploom_official/?igshid=1kbvbm8v9uop

Дата обращения: 11.05.2021

⁵ Онлайн-ресурс. Официальный инстаграм аккаунт бренда.

Одной из первых систем нагревания табака, появившихся на территории РФ, является IQOS, выпускаемый Philip Morris International. Данный продукт поступил на российские рынки с 2015 года⁶. Однако любое информирование потребителей относительно данного продукта на период его «запуска» осуществлялось путём «сарафанного радио»: один из потребителей делился своим опытом использования со своим близким кругом общения, что побуждало последних делать выбор в пользу данного продукта, так как подобная информация воспринималась с высокой степенью доверия. Так, например, согласно исследованию аналитической компании Nielsen о доверии потребителей к рекламе, в ходе которого весной 2009 года было опрошено свыше 25 тыс. респондентов в 50 странах мира в Европе, России, Азиатско-Тихоокеанском регионе, Северной и Южной Америке и на Ближнем Востоке⁷, большинство жителей России воспринимают информацию о продукте от своего близкого круга с наибольшей степенью доверия, нежели информацию из других видов источников рекламы. Однако впоследствии компания начала применять и иные способы связи с потребителями. Например, в 2015 году компания открыла первый флагманский магазин в России⁸.

Ploom от JTI вышел на российскую арену значительно позже, чем IQOS, в тот период, когда табачными компаниями уже были освоены различные способы коммуникации с совершеннолетними потребителями никотиносодержащей продукции. Данный товар появился в продаже весной 2020 года, его запуск на рынок сопровождался открытием специализированных магазинов (Pop-up «Ploom»). Бренд имеет свой официальный сайт⁹, на котором вплоть до

URL: <https://www.instagram.com/ploom.russia/?igshid=vq2zldjsz3et>

Дата обращения: 11.05.2021

⁶ Онлайн-ресурс. Next Generation Products: Philip Morris International – TobaccoTactics.

URL: <https://tobaccotactics.org/wiki/next-generation-products-philip-morris-international/>

Дата обращения: 11.05.2021

⁷ Онлайн-ресурс. ИССЛЕДОВАНИЕ NIELSEN.

URL: <https://gtmarket.ru/news/media-advertising-marketing/2009/07/13/2095>

Дата обращения: 11.05.2021

⁸ Онлайн-ресурс. ТАСС. В Москве открылся флагманский магазин iQOS.

URL: <https://tass.ru/press-relizy/2512773>

Дата обращения: 11.05.2021

⁹ Онлайн-ресурс. Официальный сайт Ploom.

URL: <https://ploom.ru/shop>

Дата обращения: 12.01.2021

28.01.2021 года можно было приобрести устройство и сопутствующие товары (стики, аксессуары), а также была возможность получить устройство в тест-драйв. С 28.01.2021 вступили в силу поправки в закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»¹⁰. Они запрещают продажу в интернете никотинсодержащей продукции, а также устройств для ее потребления. Кроме того, связь с потребителями осуществлялась с помощью представителей бренда Ploom, которые информировали потребителей о продукте по запросу в формате личных встреч или связи в мессенджерах. С 08.05.2021 компания запустила коммуникацию с потребителями в розничных точках: в местах продажи продуктов могут присутствовать консультанты, которые, только по запросу совершеннолетнего потребителя (в связи с поправками в закон¹¹) смогут сообщить им всю интересующую их информацию о продукте. Также компания имеет свой официальный инстаграм-аккаунт¹², в котором насчитывается 3433 подписчика (от 11.05.2021).

Данный аккаунт является закрытым, что позволяет ограничить доступ к информации о продукте несовершеннолетним, а также тем, кто не является его потребителем. Посты данного аккаунта содержат информацию об обновлениях, связанных с устройством и сопутствующими товарами (пост от 12.04.2021), предлагаемых компанией услугах (услуга аренды; пост от 01.02.2021); технических характеристиках предлагаемых товаров (пост от 06.01.2021)¹³ и другое.

Если рассмотреть соответствие содержания постов данного аккаунта (*важно отметить, что информирование потребителей не является рекламой) ключевым критериям

¹⁰ Федеральный закон "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции" от 23.02.2013 N 15-ФЗ (последняя редакция).

¹¹ Федеральный закон "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции" от 23.02.2013 N 15-ФЗ (последняя редакция).

¹² Онлайн-ресурс. Официальный инстаграм аккаунт бренда.
URL: <https://www.instagram.com/ploom.russia/?igshid=vq2zldjsz3et>
Дата обращения: 11.05.2021

¹³ Там же.

рекламы, упомянутым в тезисе работы, можно отметить следующее:

- передача сигналов потребителю через посредников осуществляется посредством Инстаграм, в роли инициатора коммуникации выступает не сам продавец, а различные посредники;
- рекламное сообщение имеет одностороннюю направленность: реализуется посредством публикаций, ответная реакция потребителей возможна (комментарии, директ), но замедленна;
- легальность рекламируемого товара: системы нагревания табака не запрещены на территории РФ;
- наличие спонсора «рекламы»: спонсор «рекламы» не указан, так как факт наличия самой рекламы отсутствует; вместе с тем, это официальный аккаунт бренда, что подтверждает наличие ссылки на него на официальном сайте бренда¹⁴;
- психологическое воздействие: используются красочные иллюстрации, а в текстах постов присутствуют оценочные характеристики («уникальность» - пост от 08.03.2021¹⁵, «стиль», «удобство» - пост от 12.04.2021¹⁶).

Таким образом, можно прийти к выводу, что информирование потребителей соответствует 5/6 ключевым критериям рекламы, а, соответственно, включает в себя характерные рекламные черты. Однако с юридической точки зрения информирование потребителей и потенциальных потребителей не является рекламой, что связано с действием закона «О защите прав потребителей».

¹⁴ Онлайн-ресурс. Официальный сайт Ploom.

URL: <https://ploom.ru/shop>

Дата обращения: 12.01.2021

¹⁵ Онлайн-ресурс. Официальный инстаграм аккаунт бренда.

URL: <https://www.instagram.com/ploom.russia/?igshid=vq2zldjsz3et>

Дата обращения: 11.05.2021

¹⁶ Там же.