

Маркетинг IQOS на тёмном рынке

УДК: 339.13

*Лекомцева Александра Александровна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга, Пермский государственный национальный
исследовательский университет, salekom@mail.ru*

Россия, Пермь

*Хацкелевич Анна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
кафедры маркетинга, Пермский государственный национальный
исследовательский университет, staranna@mail.ru*

Россия, Пермь

*Сафонова Анна Олеговна – студент направления 38.03.02
менеджмент, профиль маркетинг, экономический факультет Пермский
государственный национальный исследовательский университет,
a.o.dolganova@gmail.com.*

Россия. Пермь

На данный момент существует множество применяемых инструментов маркетинга для разнообразных товаров и услуг. Но продвижение таких категорий товаров как, например, алкоголь и табачные изделия, ограничено законом РФ. Согласно федеральному закону от 23.02.2013 N 15-ФЗ (ред. от 29.07.2018) "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака" статья 16, где прописаны все запреты рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорства табак, в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия, такие как:

- запрет рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей;
- спонсорство табака;
- демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака в теле- и видеофильмах, в театрально-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и кинохроникальных программах, а также публичное исполнение, сообщение в эфир, по кабелю и любое другое использование указанных произведений, представлений, программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака и т.д. [1].

А, так же Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "О рекламе" статья 21. Реклама алкогольной продукции, где прописан полный запрет рекламы алкогольной продукции через такие каналы продвижения как: TV, периодические печатные издания, социальные сети, а так же наружная реклама [2].

В таблице 1 представлено сравнение каналов продвижения для различных товаров.

Таблица 1. Каналы продвижения различных товаров

Категории товаров	Канал продвижения							
	Контекстная реклама	Таргетированная реклама	Лидеры мнений	Email рассылка	TV	радио	Сарафанный маркетинг	PR
Овощи	+	+	+	+	+	+	+	+
Фрукты	+	+	+	+	+	+	+	+
Правильное питание	+	+	+	+	+	+	+	+
Консервированные продукты	+	+	+	+	+	+	+	+
Мясо	+	+	+	+	+	+	+	+
Рыба	+	+	+	+	+	+	+	+
Чай, кофе	+	+	+	+	+	+	+	+
Напитки безалкогольные	+	+	+	+	+	+	+	+
Алкоголь	-	-	-	+	-	-	+	+
Закуски	+	+	+	+	+	+	+	+
Крупы	+	+	+	+	+	+	+	+
Молочные продукты	+	+	+	+	+	+	+	+
Сигареты	-	-	-	+	-	-	+	+
Электроника	+	+	+	+	+	+	+	+
Бытовая химия	+	+	+	+	+	+	+	+
Парфюмерия	+	+	+	+	+	+	+	+
Косметика	+	+	+	+	+	+	+	+

Данные из таблицы 1 подтверждают ограниченность продвижения алкогольной продукции и табачных изделий. Было выявлено три основных канала (рисунок 1).

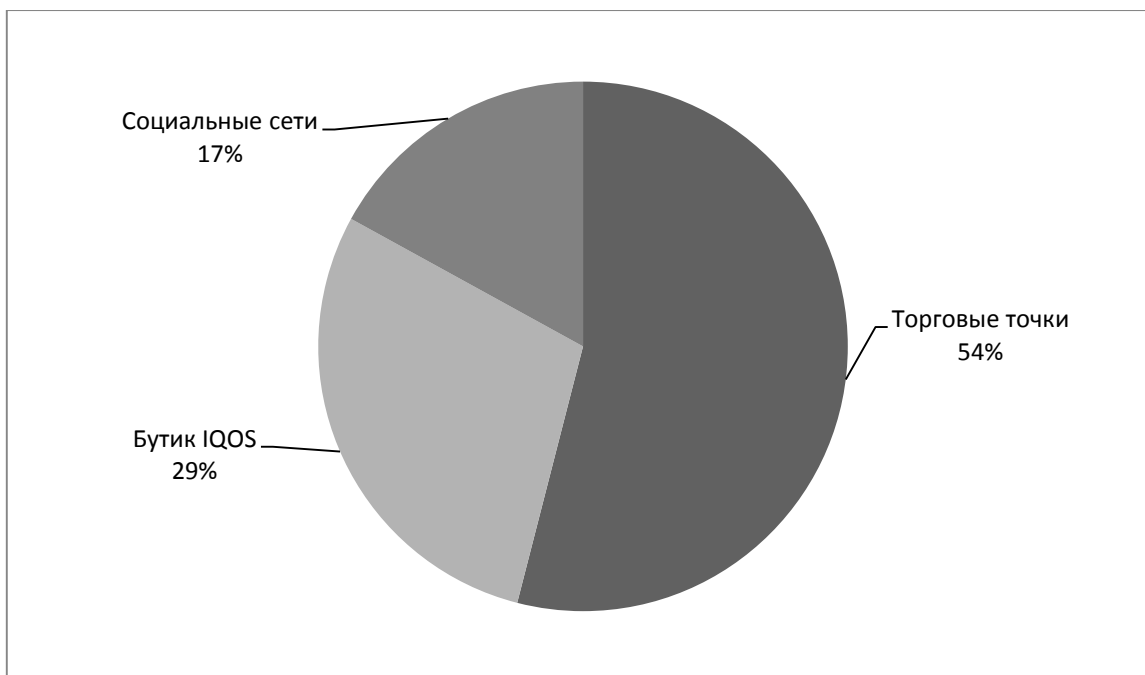


Рисунок 1. Каналы продвижения «сложных товаров»

Объектом исследования выбрана компания Phillip Morris International (PMI) которая активно продвигает сигареты IQOS, работающие без тепла, в Перми. Россия регулирует IQOS как табачный продукт, реклама табака в стране сильно ограничена, что создает проблемы для его продвижения.

IQOS (произносится как «айкос» с ударением на первый слог) — это система нагревания табака, разработанная компанией Philip Morris International (Филип Моррис Интернэшнл (ФМИ)). В данной системе используется технология HeatControl, которая позволяет нагревать табак до температуры, не превышающей 350 С° (температура горения табака в сигарете составляет от 600 С° до 900 С°. Таким образом, в IQOS табак не подвергается процессу горения. При использовании системы происходит образование табачного пара (аэрозоля)[7], в котором уровень выделяемых вредных веществ (за исключением никотина), в среднем, на 90—95 % ниже[8], чем в сигаретном дыме. Однако использование IQOS не является безвредным и не исключает риски для здоровья, связанные с потреблением табака. Потому данная продукция входит в категорию табачных изделий и, продвижение ограничено согласно федеральному закону от 23.02.2013 N 15-ФЗ.

Мы собрали данные о продвижении IQOS в 100 точках розничной торговли, а также посредством анкетирования сотрудников и наблюдения за пределами табачных магазинов.

Доминирующим маркетинговым каналом является видимая доступность IQOS в большом количестве магазинов табачных изделий - 70 по Перми. В нескольких магазинах цена «горячего табака» указана на одном из трех ценовых знаков, которые разрешены, несмотря на полный запрет в Перми. Бутик-магазин IQOS являются местом агрессивной рекламы, включая обмен пачки сигарет или зажигалки на устройство IQOS, вечеринки по случаю запуска, встречи и приветствия, обеды и внеурочные мероприятия. Вне магазина рекламная кампания включает в себя видную вывеску IQOS, табличку на рекламных щитах с надписью

«Строим бездымное будущее» и торговые представители, регулярно курящие IQOS. Услуги по подписке. После приобретения устройства IQOS можно зарегистрироваться, чтобы получить доступ к магазину веб-сайта IQOS5 и получить услуги поддержки клиентов, карту магазинов и каталог продуктов. Участники получают регулярные приглашения по электронной почте для проведения опросов с возможностью выиграть призы.

методы

В рамках более крупного исследования по маркетингу электронных сигарет мы собрали данные о том, как PMI - Rothmans, Benson & Hedges (RBH) в России - продвигает IQOS на темном рынке Перми. В апреле 2019 года были проведены наблюдения в 9 магазинах у дома, в 8 магазинах для вейпов, в 3 табачных лавках и опросили 10 продавцов в городе Пермь. Мы также проводили наблюдения за главным магазином IQOS в центре Перми (Куйбышева 16) 5 раз. В Google и Yandex мы ввели популярные термины, чтобы выбрать наиболее оптимальные для исследования хиты для вейп-магазинов и табачных лавок. Удобные магазины были выбраны на основании их близости к выбранным магазинам, выбранным вейпом. Мы провели полуструктурированные интервью с репрезентативной выборкой магазинов в городе. Участники интервью включали торговых представителей, менеджеров магазинов или владельцев, которые были выбраны на основе первого контакта. Участники, которые дали согласие на интервью. Всего было проведено 10 интервью. Анализ данных наблюдений проводился с использованием описательной статистики по типу магазина.

За год RBH удалось разместить свою продукцию в более чем в 100 торговых точках в Перми по состоянию на 21 апреля 2019 года, в основном в магазинах повседневного спроса, таких как Магнит и Пятёрочка. Данные магазины прекратили продажу электронных сигарет, в то же время, начали делать поставки на склад IQOS HEETS (HEATSTICKS), сигаретоподобного компонента, который курится в устройстве IQOS, но по большей части не продают сами устройства. Чтобы обойти общий запрет РФ на табачные изделия в торговых точках, было замечено, что несколько магазинов отображают цену «горячего табака» на одну из трех цен.

Знаки, которые разрешены в каждом магазине. По крайней мере, в одном магазине, продающем HEETS, продавцы предоставляют заинтересованным клиентам визитную карточку представителя IQOS, который может организовать покупку устройства. Большинство опрошенных табачников сказали нам, что IQOS обратилась к ним, и многие с радостью берут данный продукт. Некоторые респонденты из магазина указали, что представители IQOS предположили, что правительство поддерживает IQOS: «Я не одобряю данную продукцию, но это в любом случае лучше простых сигарет, так как в ней нет химикатов». «Видимые признаки наличия IQOS в большом количестве мест, часто посещаемых курильщиками, являются наиболее заметным способом продвижения по службе.

IQOS бутик-магазин

RBH получила лицензию на использование табачных изделий для магазина IQOS, который открылся в центральной районе Перми. Реклама в магазине IQOS и вокруг него носит агрессивный характер, начиная с предложения

об обмене устройства IQOS в обмен на пачку сигарет или зажигалку до 31 мая, на Всемирный день без табака. Соседние предприятия были приглашены на вечеринку, посвященную запуску, а также приветственные обеды и внеурочные мероприятия с торговыми представителями. Один из продавцов отметил: «Я знаю, что они устроили вечеринку примерно месяц назад, когда у них были люди на улице, и просто говорили что-то вроде «о, как ты куришь», а они чуть ли ни пальцем указывали на людей на улице». Около магазина есть заметный знак IQOS, вывеска на тротуаре с надписью «Создание бездымного будущего», и торговых представителей можно регулярно увидеть курящих IQOS перед магазином. Внутренняя часть магазина была спроектирована так, чтобы имитировать эстетику Apple store, чтобы придать легкий, освежающий, воздушный вид и ощущение 7 с помощью торговых представителей, обеспечивающих дружелюбное индивидуальное внимание к покупателям.

Социальные сети. Любой пользователь Instagram имеющий более 1000 активных подписчиков может рекламировать продукцию IQOS, взамен они получали устройство IQOS, регистрацию я в качестве клиента для полного доступа к магазину веб-сайта IQOS8. Каждый зарегистрированный пользователь имел доступ не только к информации об использовании IQOS, но и к услуге поддержки клиентов, карте магазинов, в которых доступны продукты, и онлайн каталог продукции. В ноябре 2018 года стали доступны цветные колпачки и кожаные чехлы для «персонализации вашего IQOS по-вашему». Зарегистрированные участники IQOS получают еженедельные и ежемесячные приглашения по электронной почте для проведения опросов об использовании IQOS, за которые им даётся возможность выиграть призы.

Данные рекламные мероприятия, несомненно, заставили значительное число жителей города Пермь узнать о новом продукте. Целью ограничений на маркетинг табачных изделий является недопущение привлечения табачных компаний к использованию своей продукции. Поскольку в России нет предварительного одобрения новых продуктов, табачные компании могут продавать их, но их продвижение ограничено. Проблема заключается в том, что правительство не может информировать потребителей о безопасности и относительных рисках этих новых продуктов. Промышленность эксплуатирует пробелы в том, как Россия регулирует маркетинг табачных изделий. Успех в этом деле демонстрирует необходимость ужесточения регулирования, а также дает уроки для других юрисдикций. Так же правительство может предоставить Перми любые указания относительно абсолютного и относительного потенциального вреда. Поиски IQOS в Yandex уже превзошли поиски в Yandex электронных сигарет в Перми. Данные представлены на рисунке 2.

Статистика по словам	Показов в месяц	Статистика по словам	Показов в месяц
iqos	4 070	электронные сигареты	2 782
iqos пермь	561	купить электронную сигарету	437
iqos купить	555	электронные сигареты пермь	333
стики +для iqos	364	жидкость +для электронных сигарет	325
iqos купить +в перми	208	электронная сигарета где	147
iqos отзывы	168	магазин электронных сигарет	138
сигарета iqos	155	электронная сигарета купить +в перми	118
iqos цена	140	заказать электронную сигарету	107
стики +для iqos купить	107	ли электронная сигарета	87
+что +такое iqos устройство	91	где заказать электронную сигарету	83
iqos электронная	88	электронная сигарета iqos	82
электронная сигарета iqos	82	купить жидкость +для электронных сигарет	82
iqos 2.4	81	электронная сигарета цена	77
iqos официальный	71	электронная сигарета можно	77
iqos сайт	68	вред электронных сигарет	62
iqos 3	65	магазин электронных сигарет пермь	57
iqos официальный сайт	64	электронная сигарета отзывы	56
iqos сколько	63	электронная сигарета ego	54
iqos стики пермь	55	где купить электронную сигарету	51
iqos ru	52	электронная сигарета ijust	48
iqos цена пермь	48	курил электронную сигарету	44
стики +для iqos какие	43	курящие электронные сигареты	44
стики +для iqos купить пермь	41	одноразовые электронные сигареты	43
iqos какие бывают	36	электронная сигарета eleaf	43
iqos система	35	электронная сигарета s	41
iqos где	35	электронная сигарета сколько	40

Рисунок 2. Поиски IQOS в Yandex

Данные мероприятия по продвижению, несомненно, позволили значительному числу пермяков осознать IQOS. Тем не менее, правительство не предоставило руководство относительно абсолютного и относительного потенциального вреда. Наблюдения за тактикой продвижения нового табачного продукта на темном рынке могут послужить основой для правительственной регуляторной политики и усилий неправительственных организаций, где бы ни вводились продукты. Для решения проблем правительствам следует рассмотреть возможность действовать в двух направлениях: ужесточение регулирования, с тем чтобы закрыть оставшиеся возможности для продвижения, включая: ценовые знаки для категорий (типов) табака в местах продажи; обмениваться предложениями для новых устройств и косвенной рекламной деятельности, такой как «встреча и приветствие» и прямой интернет-маркетинг для клиентов; требуется предварительное одобрение новых табачных изделий.

Пробелы в ограничениях маркетинга табака позволили Phillip Morris International добиться значительного успеха в маркетинге IQOS не только в Перми, но и на территории Российской Федерации в целом.

- Из-за отсутствия предварительных разрешений на продажу, правительство не могло проинформировать общественность о рисках IQOS.
- Нормативные схемы в других юрисдикциях могут извлечь уроки из этого опыта.

Phillip Morris International (PMI) активно продвигает свои сигареты IQOS, работающие без тепла, в Перми, с момента их запуска в апреле 2018 года. На заднем плане объявлено намерение PMI перейти в мир, свободный от табачного дыма. Предыдущие отчеты предполагают, что PMI продвигает IQOS в юрисдикциях, где они регулируются иначе, чем горючий табак. Однако Россия регулирует IQOS как табачный продукт, а строгие запреты России на маркетинг табака создают проблемы для продвижения нового табачный продукт.

Список литературы.

1. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102105292&intelsearch=%D4%E5%E4%E5%F0%E0%EB%FC%ED%FB%E9+%E7%E0%EA%EE%ED+%EE%F2+13.03.2006+N+38-%D4%C7+%28%F0%E5%E4.+%EE%F2+27.12.2018%29+%22%CE+%F0%E5%EA%EB%E0%EC%E5%22> (дата обращения: 01.05.2019).
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102163430&intelsearch=23.02.2013+N+15-%D4%C7> (дата обращения: 01.05.2019).
3. Philip Morris International. Sustainability. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.pmi.com/sustainability> (дата обращения: 10.04.2019).
4. Hefler M. The changing nicotine products landscape: time to outlaw sales of combustible tobacco products? Tob Control 2018;27:1–2.
5. Allem JP, Unger JB, Garcia R, et al. Tobacco Attitudes and Behaviors of Vape Shop Retailers in Los Angeles. Am J Health Behav 2015;39:794–8.
6. Официальный сайт «Snapd» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://queen.snapd.com/events/view/1058607> (дата обращения: 10.04.2019).
7. Официальный сайт «IQOS» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://on.iqos.ca> (дата обращения: 10.04.2019).
8. Медиа-холдинг «РБК» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/06/21/5b2a70fe9a7947d1ced28da8> (дата обращения: 10.04.2019).