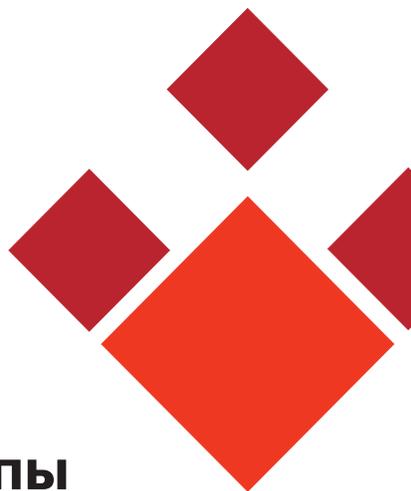


# РАМОЧНАЯ **КОНВЕНЦИЯ** ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА



## Руководящие принципы осуществления

Статья 5.3; Статья 8; Статья 11; Статья 13



**ФСТС**

РАМОЧНАЯ КОНВЕНЦИЯ ВОЗ  
ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА

# РАМОЧНАЯ КОНВЕНЦИЯ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА



## Руководящие принципы осуществления

Статья 5.3; Статья 8; Статья 11; Статья 13



**FCTC**

РАМОЧНАЯ КОНВЕНЦИЯ ВОЗ  
ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА

WHO Library Cataloguing-in-Publication Data:

WHO Framework Convention on Tobacco Control: guidelines for implementation  
Article 5.3; Article 8; Article 11; Article 13.

1. Tobacco industry - legislation. 2. Smoking - adverse effects. 3. Smoking - legislation. 4. Tobacco-derived products labelling. 5. Tobacco control campaigns. I. World Health Organization.

ISBN 978 92 4 459822 1

(NLM classification: HD 9130.6)

© Всемирная организация здравоохранения, 2009 г.

Все права защищены. Публикации Всемирной организации здравоохранения могут быть получены в Отделе прессы ВОЗ, Всемирная организация здравоохранения, 20 Avenue Appia, 1211 Geneva 27, Switzerland (тел.: +41 22 791 3264; факс: +41 22 791 4857; эл. почта: [bookorders@who.int](mailto:bookorders@who.int)). Запросы на получение разрешения на воспроизведение или перевод публикаций ВОЗ - как для продажи, так и для некоммерческого распространения - следует направлять в Отдел прессы ВОЗ по указанному выше адресу (факс: +41 22 791 4806; эл. почта: [permissions@who.int](mailto:permissions@who.int)).

Обозначения, используемые в настоящей публикации, и приводимые в ней материалы не отражают какого-либо мнения Всемирной организации здравоохранения относительно юридического статуса какой-либо страны, территории, города или района или их органов власти, либо относительно делимитации их границ. Пунктирные линии на географических картах обозначают приблизительные границы, в отношении которых пока еще может быть не достигнуто полное согласие.

Упоминание конкретных компаний или продукции некоторых изготовителей не означает, что Всемирная организация здравоохранения поддерживает или рекомендует их, отдавая им предпочтение по сравнению с другими компаниями или продуктами аналогичного характера, не упомянутыми в тексте. За исключением случаев, когда имеют место ошибки и пропуски, названия патентованных продуктов выделяются начальными прописными буквами.

Всемирная организация здравоохранения приняла все разумные меры предосторожности для проверки информации, содержащейся в настоящей публикации. Тем не менее, опубликованные материалы распространяются без какой-либо четко выраженной или подразумеваемой гарантии. Ответственность за интерпретацию и использование материалов ложится на пользователей. Всемирная организация здравоохранения ни в коем случае не несет ответственности за ущерб, возникший в результате использования этих материалов.

Напечатано в Швейцарии

## СОДЕРЖАНИЕ

### **РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 5.3 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА**

*Защита политики общественного здравоохранения по борьбе против  
табака от воздействия коммерческих и других корпоративных  
интересов табачной промышленности* ..... 3

### **РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 8 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА**

*Защита от воздействия табачного дыма* ..... 19

### **РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 11 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА**

*Упаковка и маркировка табачных изделий* ..... 33

### **РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 13 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА**

*Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий* ..... 51



## ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящая публикация содержит первый свод руководящих принципов, принятых Конференцией Сторон на своей Второй (2007 г.) и Третьей (2008 г.) сессиях. Эти четыре свода принципов охватывают широкий круг положений Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака, таких как: защита политики общественного здравоохранения от воздействия коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности (Статья 5.3); защита от воздействия табачного дыма (Статья 8); упаковка и маркировка табачных изделий (Статья 11); и реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий (Статья 13). Эта публикация была подготовлена Секретариатом Конвенции в целях содействия осуществлению Рамочной конвенции.

Данные руководящие принципы имеют целью оказать Сторонам помощь в соблюдении их обязательств, вытекающих из соответствующих положений Конвенции. Они отражают общее мнение Сторон по различным аспектам осуществления, их опыт и достигнутые ими результаты, а также проблемы, с которыми они сталкиваются. Данные руководящие принципы также имеют целью отразить и содействовать продвижению наилучших видов практики и стандартов, которые окажут правительствам помощь в процессе осуществления ими данного договора.

Руководящие принципы по другим статьям Конвенции в настоящее время готовятся межправительственными рабочими группами и будут представлены Конференции Сторон на рассмотрение на ее будущих сессиях.

Данные руководящие принципы были подготовлены по итогам работы представителей Сторон в межправительственных рабочих группах, учрежденных Конференцией Сторон, с учетом дополнительного вклада, внесенного Сторонами в процессе подготовки ими своих замечаний и обсуждений на Конференции Сторон, а также межправительственными и неправительственными организациями, аккредитованными на Конференции в качестве наблюдателей, и приглашенными экспертами.

В результате этого широкого консультативного процесса и консенсуса, достигнутого Сторонами, данные руководящие принципы получили широкое признание в качестве ценного инструмента осуществления Рамочной конвенции.

Д-р Гайк Никогосян  
Руководитель Секретариата Конвенции



# **Руководящие принципы осуществления**

## Статья 5.3



## **РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 5.3 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА**

### **ЗАЩИТА ПОЛИТИКИ ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА ОТ ВОЗДЕЙСТВИЯ КОММЕРЧЕСКИХ И ДРУГИХ КОРПОРАТИВНЫХ ИНТЕРЕСОВ ТАБАЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

#### **ВВЕДЕНИЕ**

Резолюция Всемирной ассамблеи здравоохранения WHA54.18 по соблюдению принципа открытости в процессе борьбы против табака, цитируя результаты работы Комитета экспертов по документам табачной промышленности, отмечает, что «табачная промышленность на протяжении ряда лет действовала с явным намерением подорвать роль правительств и ВОЗ в осуществлении политики общественного здравоохранения в области борьбы против табачной эпидемии».

В преамбуле Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака Сторонами признается<sup>1</sup> «необходимость проявлять бдительность в отношении любых попыток табачной промышленности подорвать или свести на нет усилия по борьбе против табака и необходимость в осведомленности о деятельности табачной промышленности, которая оказывает негативное воздействие на усилия по борьбе против табака».

Далее, в Статье 5.3 Конвенции приводится требование о том, что «при разработке и осуществлении своей политики общественного здравоохранения по борьбе против табака Стороны действуют таким образом, чтобы защитить свою политику от воздействия коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности в соответствии с национальным законодательством».

Конференция Сторон своим решением FCTC/COP2(14) учредила рабочую группу для разработки руководящих принципов осуществления Статьи 5.3 Конвенции.

Без ущерба для суверенного права Сторон определять и проводить свою политику по борьбе против табака, Стороны поощряются к тому, чтобы, по возможности, осуществлять эти руководящие принципы в соответствии с их национальным правом.

#### **Цель, сфера применения и применимость**

Использование руководящих принципов в отношении Статьи 5.3 Конвенции будет иметь основополагающее воздействие на политику стран в сфере борьбы против табака и на реализацию Конвенции, поскольку в руководящих принципах признает-

<sup>1</sup> Термин «Стороны» относится к государствам и другим образованиям, имеющим право заключать соглашения, которые выразили свое согласие связать себя обязательствами соглашения или которые имеют действующее соглашение для таких государств и образований. (Источник: Собрание соглашений Организации Объединенных Наций: <http://untreaty.un.org/English/guide.asp#signatories>).

ся тот факт, что вмешательство табачной промышленности, в том числе государственной табачной промышленности, затрагивает целый ряд областей политики борьбы против табака, как это отмечено в преамбуле Конвенции, статьях в отношении конкретных направлений политики борьбы против табака и Правилах процедуры Конференции Сторон Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака.

Целью данных руководящих принципов является обеспечение всеобъемлющего характера и эффективности усилий по защите мер борьбы против табака от воздействия коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности. Сторонам следует принять меры во всех ветвях правительственной власти, которые могут быть заинтересованы или способны воздействовать на политику общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака.

Данные руководящие принципы направлены на оказание помощи Сторонам<sup>2</sup> в выполнении своих юридических обязательств, установленных Статьей 5.3 Конвенции. Руководящие принципы основываются на лучших научных фактических данных и опыте Сторон по решению проблемы вмешательства табачной промышленности.

Руководящие принципы применимы к установлению и реализации политики Сторон в сфере общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака. Они также применимы к лицам, органам и образованиям, которые вносят свой вклад или могли бы внести свой вклад в формулирование, введение, осуществление или обеспечение соблюдения этой политики.

Руководящие принципы применимы к государственным должностным лицам, представителям и служащим любого национального, относящегося к штату, провинциального, муниципального, местного или другого государственного и полу/квазигосударственного учреждения или органа в юрисдикции Стороны, а также к любому лицу, действующему от их имени. Должна быть подотчетной каждая ветвь правительственной власти (исполнительная, законодательная или судебная), отвечающая за установление и осуществление политики по борьбе против табака и за защиту этой политики от интересов табачной промышленности.

Многочисленные данные свидетельствуют об использовании табачной промышленностью широкого арсенала стратегий и тактик для вмешательства в разработку и осуществление антитабачных мер, которые должны применяться Сторонами Конвенции. Меры, рекомендуемые этими руководящими принципами, призваны защитить от вмешательства не только табачной промышленности, но и, в соответствующих случаях, от организаций и отдельных лиц, занимающихся продвижением интересов табачной промышленности.

И хотя меры, рекомендуемые в этих руководящих принципах, должны применяться Сторонами настолько широко, насколько это необходимо, чтобы достичь наилучшим образом цели Статьи 5.3 Конвенции, Сторонам настоятельно рекомендуется идти в осуществлении мер дальше того, что рекомендовано настоящими руководящими принципами, адаптируя их к своим конкретным условиям.

---

<sup>2</sup> Там, где это уместно, данные руководящие принципы также относятся к региональным организациям экономической интеграции.

## РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ

**Принцип 1: Существует коренной и непримиримый конфликт между интересами табачной промышленности и интересами политики в области общественного здравоохранения**

Табачная промышленность производит и содействует продаже продукции, которая, как было научно доказано, носит наркотический характер, приводит к болезням и смерти, а также способствует развитию социального зла различного рода, включая увеличение масштабов нищеты. Поэтому Сторонам следует в максимально возможной степени ограждать формулирование и осуществление политики общественного здравоохранения по борьбе против табака от влияния табачной промышленности.

**Принцип 2: Стороны, имея дело с табачной промышленностью или теми, кто занимается продвижением ее интересов, должны соблюдать принципы подотчетности и открытости.**

Сторонам следует обеспечить подотчетность и прозрачность при любом взаимодействии с табачной промышленностью по вопросам борьбы против табака или общественного здравоохранения.

**Принцип 3: Сторонам следует требовать от табачной промышленности и тех, кто занимается продвижением ее интересов, чтобы они функционировали и действовали с соблюдением принципов подотчетности и открытости.**

К табачной промышленности следует предъявить требование о предоставлении Сторонам информации по эффективному осуществлению данных руководящих принципов.

**Принцип 4: Поскольку табачные изделия имеют летальные последствия, не следует предоставлять табачной промышленности стимулов для создания или ведения своего бизнеса.**

Любой преференциальный режим в отношении табачной промышленности будет входить в противоречие с политикой борьбы против табака.

## РЕКОМЕНДАЦИИ

Для решения проблемы вмешательства табачной промышленности в политику общественного здравоохранения рекомендуются следующие важные мероприятия:

- (1) Повышать информированность относительно наркотического и пагубного характера табачных изделий, а также вмешательства табачной промышленности в осуществление Сторонами политики борьбы против табака.
- (2) Принять меры по ограничению взаимодействия с табачной промышленностью и обеспечить открытость взаимодействия, которое имеет место.

- (3) Отвергать партнерские отношения, а также не имеющие обязательной силы и не обеспеченные правовой санкцией соглашения с табачной промышленностью.
- (4) Не допускать возникновения конфликтов интересов со стороны государственных должностных лиц и служащих.
- (5) Ввести требование об открытости и точности информации, предоставляемой табачной промышленностью.
- (6) Денормализовать и, по возможности, регулировать деятельность, характеризующую табачной промышленностью в качестве «социально ответственной», включая, но не ограничиваясь деятельностью, характеризующейся как «корпоративная социальная ответственность».
- (7) Не устанавливать для табачной промышленности преференциального режима.
- (8) Отношение к табачной промышленности, находящейся в государственной собственности, должно быть таким же, как и к любой другой табачной промышленности.

Ниже приводятся согласованные меры по защите политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака от коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности. Стороны поощряются к осуществлению мер, выходящих за рамки тех, которые предусмотрены в данных руководящих принципах, и ни одно из положений этих руководящих принципов не препятствует установлению Сторонами более строгих требований, если они согласуются с настоящими рекомендациями.

**(1) Повышать информированность относительно наркотического и пагубного характера табачных изделий, а также вмешательства табачной промышленности в осуществление Сторонами политики борьбы против табака.**

Все ветви правительственной власти и общественность нуждаются в знаниях и информации относительно вмешательства табачной промышленности в прошлом и настоящем в установление и осуществление политики общественного здравоохранения по проблеме борьбы против табака. Такое вмешательство требует особых действий для обеспечения успешного осуществления всей Рамочной конвенции.

***Рекомендации***

- 1.1 Сторонам следует, учитывая Статью 12 Конвенции, информировать и просвещать все ветви правительственной власти и общественность относительно наркотического и вредного характера табачных изделий, относительно необходимости защищать политику общественного здравоохранения по борьбе против табака от коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности, а также от стратегий и тактик, используемых табачной промышленностью для вмешательства в установление и осуществление политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака.

- 1.2 Кроме того, Сторонам следует информировать население об использовании табачной промышленностью отдельных лиц, групп «прикрытия» и связанных с ней организаций, которые открыто или завуалировано действуют от лица табачной промышленности или в ее интересах.

**(2) Принять меры по ограничению взаимодействия с табачной промышленностью и обеспечить открытость взаимодействия, которое имеет место.**

При формулировании и осуществлении политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака любое взаимодействие с табачной промышленностью должно осуществляться Сторонами таким образом, чтобы не создавалось впечатление реального или потенциального партнерства или сотрудничества в результате или на основании такого взаимодействия. В случае если табачная промышленность действует каким-либо образом, который может создать такое впечатление, Стороны должны принять меры к тому, чтобы предотвратить или скорректировать это впечатление.

*Рекомендации*

- 2.1 Стороны должны взаимодействовать с табачной промышленностью лишь при наличии и в пределах строгой необходимости, чтобы иметь возможность регулировать табачную промышленность и табачные изделия.
- 2.2 В тех случаях, когда взаимодействие с табачной промышленностью необходимо, Стороны должны обеспечить прозрачность такого взаимодействия. По возможности, взаимодействие должно осуществляться публично, например в ходе публичных слушаний, в результате публичного уведомления о взаимодействии, ознакомления общественности с отчетными материалами.

**(3) Отвергать партнерские отношения, а также не имеющие обязательной силы и не обеспеченные правовой санкцией соглашения с табачной промышленностью.**

Табачная промышленность не должна являться партнером в осуществлении какой-либо инициативы, связанной с формулированием или осуществлением политики общественного здравоохранения, поскольку ее интересы находятся в прямом противоречии с целями общественного здравоохранения.

*Рекомендации*

- 3.1 Сторонам не следует принимать, поддерживать или одобрять партнерства или не обеспеченные правовой санкцией или не имеющие обязательной силы соглашения, равно как и любое добровольное соглашение с табачной промышленностью или любым субъектом или лицом, занимающимся продвижением ее интересов.
- 3.2 Сторонам не следует принимать, поддерживать или одобрять организацию, содействие, участие или осуществление табачной промышленностью инициатив в отношении молодежи, просвещения общественности или в любой другой области, которые непосредственно или косвенно связаны с борьбой против табака.

- 3.3 Сторонам не следует принимать, поддерживать или одобрять какой-либо добровольный кодекс поведения или механизм, разработанный табачной промышленностью взамен обеспеченных правовой санкцией мер борьбы против табака.
- 3.4 Сторонам не следует принимать, поддерживать или одобрять какое-либо предложение помощи или предлагаемое законодательство или политику по борьбе против табака, сформулированные табачной промышленностью или в сотрудничестве с ней.

**(4) Не допускать возникновения конфликтов интересов со стороны правительственных должностных лиц и служащих.**

Причастность организаций или отдельных лиц с коммерческими или корпоративными интересами, связанными с табачной промышленностью, к политике общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака, скорее всего, будет иметь негативные последствия. Четкие правила относительно конфликтов интересов для правительственных должностных лиц и служащих, работающих в сфере борьбы против табака, являются важными средствами защиты такой политики от вмешательства табачной промышленности.

Выплаты, подарки и услуги, в денежном выражении или натурой, а также финансирование научных исследований, предлагаемое табачной промышленностью правительственным учреждениям, должностным лицам или служащим, - все это может создавать конфликты интересов. Конфликты интересов возникают даже в том случае, если в обмен не дается обещания благоприятного отношения к рассматриваемому вопросу, поскольку существует потенциальная возможность влияния личной заинтересованности на выполнение официальных обязанностей, что признается в Кодексе поведения государственных должностных лиц, принятом Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций, а также рядом правительственных организаций и региональных организаций экономической интеграции.

**Рекомендации**

- 4.1 Сторонам следует санкционировать политику по раскрытию и регулированию конфликтов интересов, которая применима ко всем лицам, участвующим в выработке и осуществлении политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака, включая правительственных должностных лиц, служащих, консультантов и подрядчиков.
- 4.2 Сторонам следует сформулировать, принять и применять кодекс поведения для государственных должностных лиц, предписывающий стандарты поведения, которые они должны соблюдать, имея дело с табачной промышленностью.
- 4.3 Стороны не должны выдавать контракты на исполнение работы по формулированию и осуществлению политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака кандидатам или участникам тендеров, имеющим конфликты интересов в отношении установленной политики борьбы против табака.

- 4.4 Сторонам следует разработать четкие меры политики, обязывающие государственных должностных лиц, которые играют или играли определенную роль в выработке и осуществлении политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака, информировать их учреждения относительно любого намерения участвовать в какой-либо профессиональной деятельности в табачной промышленности, будь то доходной или нет, в течение определенного периода времени после ухода со службы.
- 4.5 Сторонам следует разработать четкие меры политики, обязывающие кандидатов на должности в государственных учреждениях, которые играют какую-либо роль в выработке и осуществлении политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака, сообщать о любой текущей или прошлой профессиональной деятельности в табачной промышленности, будь то доходной или нет.
- 4.6 Сторонам следует обязать государственных должностных лиц заявлять о прямых интересах в отношении табачной промышленности и отказываться от этих интересов.
- 4.7 Государственные учреждения и их органы не должны иметь какого-либо финансового интереса в табачной промышленности, если только на них не возложено управление долей Стороны в капитале табачной промышленности, принадлежащей государству.
- 4.8 Сторонам не следует разрешать какому-либо лицу, работающему в табачной промышленности или каком-либо образовании, занимающемся продвижением ее интересов, состоять членом какого-либо государственного органа, комитета или консультативной группы, формирующих или осуществляющих политику в области борьбы против табака или общественного здравоохранения.
- 4.9 Сторонам не следует назначать какое-либо лицо, работающее в табачной промышленности или каком-либо субъекте, занимающемся продвижением ее интересов, членом делегаций на заседаниях Конференции Сторон, ее вспомогательных органах или любых других органов, учрежденных во исполнение решений Конференции Сторон.
- 4.10 Сторонам не следует разрешать какому-либо официальному лицу или служащему правительства или какого-либо полу/квазиправительственного органа принимать от табачной промышленности выплаты, подарки или услуги, будь то в денежном выражении или натурой.
- 4.11 С учетом национального права и конституционных принципов Стороны должны принять действенные меры запрета на взносы от табачной промышленности или какого-либо другого субъекта, занимающегося продвижением ее интересов, политическим партиям, кандидатам или кампаниям или ввести требование о полном раскрытии информации о таких взносах.

**(5) Ввести требование об открытости и точности информации, предоставляемой табачной промышленностью.**

В целях принятия эффективных мер по предупреждению вмешательства табачной промышленности в политику общественного здравоохранения Сторонам необходима информация относительно ее деятельности и практики, что обеспечит такое положение вещей, при котором промышленность будет работать по принципу открытости. Статья 12 Конвенции обязывает Стороны содействовать улучшению доступа общественности к такой информации в соответствии с национальным законодательством.

Статья 20.4 Конвенции обязывает Стороны, в частности, содействовать и облегчать процесс обмена информацией о методах табачной промышленности и разведении табака. В соответствии со Статьей 20.4(с) Конвенции, каждая Сторона стремится сотрудничать с компетентными международными организациями в целях постепенного создания и поддержки глобальной системы для регулярного сбора и распространения информации о производстве табака и изготовлении табачных изделий, а также о деятельности табачной промышленности, которая оказывает воздействие на настоящую Конвенцию или национальные действия, направленные на борьбу против табака.

**Рекомендации**

- 5.1 Сторонам следует ввести в действие и применять меры по обеспечению открытости всех операций и деятельности табачной промышленности<sup>3</sup>.
- 5.2 Сторонам следует обязать табачную промышленность и тех, кто занимается продвижением ее интересов, периодически представлять информацию по производству табака, изготовлению табачных изделий, удельному весу продукции на рынке, затратам на маркетинг, доходным статьям и любому другому виду деятельности, включая лоббирование, благотворительность, взносы в политическую деятельность и все другие виды деятельности, не запрещенные либо пока не запрещаемые Статьей 13 Конвенции<sup>3</sup>.
- 5.3 Сторонам следует требовать разработки правил о раскрытии или регистрации образований табачной промышленности, аффилированных организаций и отдельных лиц, действующих от ее лица, включая лоббистов.
- 5.4 Сторонам следует в соответствии с национальным законодательством налагать обязательные штрафные санкции на табачную промышленность в случае предоставления ложной или вводящей в заблуждение информации.
- 5.5 Сторонам следует принять и осуществлять эффективные правовые, исполнительные, административные и прочие меры по обеспечению доступа общественности, в соответствии со Статьей 12(с) Конвенции, к разнообразной информации о деятельности табачной промышленности, имеющей отношение к целям Конвенции, которая может находиться, например, в публичной библиотеке.

---

<sup>3</sup> Без ущерба для коммерческой тайны или конфиденциальной информации, защищаемой законом.

**(б) Денормализовать и, по возможности, регулировать деятельность, характеризующую табачной промышленностью в качестве «социально ответственной», включая, но не ограничиваясь деятельностью, характеризующейся как «корпоративная социальная ответственность»**

Табачная промышленность осуществляет деятельность под лозунгом «корпоративной социальной ответственности», с тем чтобы держать на дистанции имидж от смертельной опасности, исходящей от производимой и реализуемой ею продукции, или вмешиваться в формулирование и осуществление политики общественного здравоохранения. Деятельность, характеризующая табачной промышленностью в качестве «социально ответственной» и направленная на стимулирование потребления табака, является маркетинговой стратегией, а также стратегией организации общественного мнения, которая подпадает под определения Конвенции понятий рекламы, стимулирования продажи и спонсорства.

«Корпоративная социальная ответственность» табачной промышленности представляет собой, по мнению ВОЗ<sup>4</sup>, неустранимые противоречия, поскольку основные функции промышленности находятся в противоречии с целями политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака.

#### *Рекомендации*

- 6.1 Сторонам следует обеспечить информированность и осведомленность всех ветвей правительственной власти и общественности относительно истинной цели и масштабов деятельности табачной промышленности в рамках «корпоративной социальной ответственности».
- 6.2 Сторонам не следует одобрять, поддерживать, формировать партнерства с табачной промышленностью или участвовать в ее деятельности в рамках «корпоративной социальной ответственности».
- 6.3 Сторонам не следует разрешать публичное раскрытие информации табачной промышленностью или любым другим лицом, выступающим от ее лица, о деятельности в рамках корпоративной социальной ответственности или расходах на эту деятельность, кроме тех случаев, когда законом установлена обязанность сообщать о таких расходах, например в ежегодном докладе<sup>5</sup>.
- 6.4 Стороны не должны разрешать ни одной ветви правительственной власти или ни одному государственному сектору принимать взносы на политические, социальные, финансовые, образовательные, общинные или иные цели от табачной промышленности или тех, кто занимается продвижением ее интересов, за исключением компенсации при правовом урегулировании или по правовым постановлениям или в рамках имеющих обязательную силу и подлежащих исполнению соглашений.

<sup>4</sup> ВОЗ. *Табачная промышленность и корпоративная социальная ответственность - неустранимые противоречия*. Женева, Всемирная организация здравоохранения, 2004 г.

<sup>5</sup> В руководящих принципах по Статье 13 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака этот вопрос рассматривается с позиций рекламы, стимулирования продажи табака и спонсорства за счет его производителей.

**(7) Не устанавливать для табачной промышленности преференциального режима.**

Некоторые правительства поощряют инвестиции табачной промышленности, даже субсидируют их с помощью финансовых стимулов, например, предоставляя ей частичное или полное освобождение от налогов, которое санкционируется в иных случаях законом.

Без ущерба их суверенному праву определять и устанавливать свою экономическую, финансовую и налоговую политику, Сторонам следует соблюдать свои обязательства по борьбе против табака.

*Рекомендации*

- 7.1 Сторонам не следует предоставлять стимулы, привилегии или преимущества табачной промышленности для создания или ведения бизнеса.
- 7.2 Стороны, не имеющие государственной табачной промышленности, не должны инвестировать средства в табачную промышленность и связанные с ней предприятия. Стороны, имеющие государственную табачную промышленность, должны обеспечить, чтобы никакие инвестиции в табачную промышленность не препятствовали осуществлению ими в полном объеме Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака.
- 7.3 Сторонам не следует предоставлять табачной промышленности какие-либо преференциальные освобождения от налогов.

**(8) Отношение к табачной промышленности, находящейся в государственной собственности, должно быть таким же, как и к любой другой табачной промышленности.**

Табачная промышленность может находиться в государственной собственности, в негосударственной собственности или в собственности, являющейся сочетанием этих двух форм. Действие этих руководящих принципов распространяется на табачную промышленность, независимо от формы собственности на нее.

*Рекомендации*

- 8.1 Сторонам следует обеспечить такой же режим государственной табачной промышленности, что и любому другому члену табачной промышленности, в плане установления и осуществления политики борьбы против табака.
- 8.2 Сторонам следует обеспечить, чтобы установление и осуществление политики борьбы против табака было отделено от процесса контроля или управления табачной промышленностью.
- 8.3 Сторонам следует обеспечить, чтобы представители государственной табачной промышленности не входили в состав делегаций на какие-либо заседания Конференции Сторон, ее вспомогательных органов или любых других органов, учрежденных во исполнение решений Конференции Сторон.



## Рекомендации

Поскольку стратегии и тактики табачной промышленности постоянно меняются, данные руководящие принципы подлежат периодическому рассмотрению и пересмотру, чтобы они и дальше служили Сторонам эффективным ориентиром в защите их политики общественного здравоохранения в области борьбы против табака от вмешательства табачной промышленности.

Стороны, которые отчитываются с использованием существующей схемы отчетности Рамочной конвенции, должны предоставлять информацию о производстве табака и изготовлении табачных изделий, а также о деятельности табачной промышленности, которая оказывает воздействие на настоящую Конвенцию или национальные действия по борьбе против табака. В целях содействия такому обмену Секретариату Конвенции необходимо обеспечить, чтобы основные положения настоящих руководящих принципов получили отражение на следующих этапах схемы отчетности, которую Конференция Сторон постепенно будет принимать для использования Сторонами.

Ввиду исключительной важности предупреждения вмешательства табачной промышленности в политику общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака Конференция Сторон может с учетом опыта осуществления настоящих руководящих принципов рассмотреть вопрос о целесообразности разработки протокола по Статье 5.3 Конвенции.

## ПОЛЕЗНЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

### Соответствующая литература

Brandt AM. *The cigarette century. The rise, fall, and deadly persistence of the product that defined America*. New York, Basic Books, 2007.

Chapman S. *Making smoking history. Public health advocacy and tobacco control*. Oxford, Blackwell Publishing, 2007.

Callard C, Thompson D, Collishaw N. *Curing the addiction to profits: a supply-side approach to phasing out tobacco*. Ottawa, Canadian Centre for Policy Alternatives and Physicians for a Smoke-free Canada, 2005.

Feldman EA, Bayer R ed. *Unfiltered: conflicts over tobacco policy and public health*. Boston, Harvard University Press, 2004.

Gilmore A et al. Continuing influence of tobacco industry in Germany. *Lancet*, 2002, 360:1255.

Hastings G, Angus K. *The influence of the tobacco industry on European tobacco control policy*. In: *Tobacco or health in the European Union. Past, present and future*. Luxembourg, Office for Official Publications of the European Commission, 2004:195–225.

Lavack A. *Tobacco industry denormalization campaigns: a review and evaluation*. Ottawa, Health Canada, 2001.

Mahood G. *Tobacco industry denormalization. Telling the truth about the tobacco industry's role in the tobacco epidemic*. Toronto, Campaign for Tobacco Industry Denormalization, 2004.

Pan American Health Organization. *Profits over people. Tobacco industry activities to market cigarettes and undermine public health in Latin America and the Caribbean*. Washington DC, Pan American Health Organization, 2002.

Simpson D. Germany: still sleeping with the enemy. *Tobacco Control*, 2003, 12:343–344.

Hammond R, Rowell A. *Trust us. We're the tobacco industry*. Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2001.

World Health Organization. *Tobacco company strategies to undermine tobacco control activities at the World Health Organization*. Geneva, World Health Organization, 2000.

World Health Organization. *Tobacco industry and corporate social responsibility—an inherent contradiction*. Geneva, World Health Organization, 2004.

Yach D, Bialous S. Junking science to promote tobacco. *American Journal of Public Health*, 2001, 91:1745–1748.

## Ресурсы Интернета

### **Веб-сайты ВОЗ:**

Инициатива по освобождению от табачной зависимости:

<http://www.who.int/tobacco/ru/>

Публикации ВОЗ по табаку: <http://www.who.int/tobacco/resources/publications/en/>

Европейское региональное бюро ВОЗ:

<http://www.euro.who.int/healthtopics/HT2ndLv1Page?HTCode=smoking>

Борьба против табака в регионе стран Америки (на английском и испанском языках):

<http://www.paho.org/english/ad/sde/ra/Tobabout.htm>

### **Сайты с общей, региональной или национальной информацией и темами, связанными с борьбой против табака:**

Действия по курению и здоровью, Соединенное Королевство (с отдельной страницей по табачной промышленности): [http://www.newash.org.uk/ash\\_r3iitasl.htm](http://www.newash.org.uk/ash_r3iitasl.htm)

Corporate Accountability International (Международная корпоративная отчетность) и Транснациональная сеть по подотчетности в отношении проблемы табака (the Network for Accountability of Tobacco Transnationals): [www.stopcorporateabuse.org](http://www.stopcorporateabuse.org)

Экономические аспекты борьбы против табака:

<http://www1.worldbank.org/tobacco/>

Европейская комиссия:

[http://ec.europa.eu/health/ph\\_determinants/life\\_style/Tobacco/tobacco\\_en.htm](http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/tobacco_en.htm)

Европейская сеть по профилактике курения: <http://www.ensp.org/>

Альянс Рамочной конвенции по борьбе против табака: <http://www.fctc.org/>

Международный союз укрепления здоровья и просвещения:  
<http://www.iuhpe.org/?page=18&lang=en>

Пособие по типовому законодательству по борьбе против табака:  
[http://www.iuhpe.org/?lang=en&page=publications\\_report2](http://www.iuhpe.org/?lang=en&page=publications_report2)

Табачная промышленность:  
[http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/supersite/links/docs/tobacco\\_ind.htm](http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/supersite/links/docs/tobacco_ind.htm)

Партнерство Инициативы по освобождению от табачной зависимости:  
<http://www.smokefreepartnership.eu/>

Институт по укреплению здоровья Таиланда: <http://www.thpinhf.org/>

Табакopedia: энциклопедия по табаку онлайн: <http://www.tobaccopedia.org/>

*Другие ссылки на веб-сайты по проблемам табака:*

Различные международные и национальные веб-сайты по борьбе против табака:  
<http://www.tobacco.org/resources/general/tobsites.html>

Национальные веб-сайты по борьбе против табака:  
<http://www.smokefreepartnership.eu/National-Tobacco-Control-websites>

Центр ресурсов борьбы против табака: <http://www.tabac-info.net/>

Национальный комитет по борьбе против табачной эпидемии (Франция):  
<http://www.cnct.org>

Французское отделение по профилактике эпидемии табакокурения:  
<http://www.oft-asso.fr/>

Последние новости по борьбе с курением и табаком:  
<http://www.globalink.org>

Министерство здравоохранения, по делам молодежи и спорта:  
<http://www.sante.gouv.fr/>

# **Руководящие принципы осуществления**

## **Статья 8**



## РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 8 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА

### ЗАЩИТА ОТ ВОЗДЕЙСТВИЯ ТАБАЧНОГО ДЫМА

#### ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И ОСНОВНЫЕ СООБРАЖЕНИЯ

##### Цель руководящих принципов

В соответствии с другими положениями Рамочной конвенции ВОЗ и намерениями Конференции Сторон, настоящие руководящие принципы предназначены для оказания помощи Сторонам в выполнении их обязательств по Статье 8. Они составлены на основе наилучших имеющихся данных и опыта Сторон, успешно применивших эффективные меры по уменьшению воздействия табачного дыма.

Руководящие принципы содержат согласованные заявления о принципах и определениях соответствующих терминов, а также согласованные рекомендации в отношении мер, необходимых для выполнения обязательств по Конвенции. Кроме того, руководящими принципами определяются меры, необходимые для достижения эффективной защиты от опасностей вторичного табачного дыма. Сторонам предлагается использовать эти руководящие принципы не только для выполнения своих юридических обязательств по Конвенции, но и для соблюдения наилучшей практики при охране здоровья населения.

##### Задачи руководящих принципов

Настоящие руководящие принципы имеют две связанные между собой задачи. Первая состоит в оказании Сторонам содействия в выполнении обязательств по Статье 8 Рамочной конвенции ВОЗ в соответствии с научными данными в отношении воздействия вторичного табачного дыма и существующей во всем мире наилучшей практикой осуществления мер для создания бездымной среды, с тем чтобы установить высокий стандарт подотчетности за соблюдением договора и оказать Сторонам помощь в содействии наивысшему достижимому уровню здоровья. Вторая задача состоит в определении ключевых элементов законодательства, необходимого для эффективной защиты людей от воздействия табачного дыма, как этого требует Статья 8.

##### Основные соображения

На разработку настоящих руководящих принципов повлияли следующие фундаментальные соображения:

- (а) Обязанность защищать от табачного дыма, включенная в текст Статьи 8, обосновывается фундаментальными правами человека и свободами. Учитывая опасности, связанные с вдыханием вторичного табачного дыма, обязанность по защите от табачного дыма подразумевается, в частности, в праве на жизнь и в праве на наивысший достижимый уровень здоровья, как это признано во многих международных юридических документах (включая

Устав Всемирной организации здравоохранения, Конвенцию по правам ребенка, Конвенцию о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин и Пакт об экономических, социальных и культурных правах), что официально отражено в преамбуле Рамочной конвенции ВОЗ и признано в конституциях многих стран.

- (b) Обязанность защищать отдельных людей от табачного дыма соответствует обязанности правительств принимать законодательство по защите людей от угроз их фундаментальным правам и свободам. Эта обязанность распространяется на всех людей, а не только на определенные группы населения.
- (c) Ряд авторитетных научных органов установил, что вторичный табачный дым является канцерогеном. Некоторые Стороны Рамочной конвенции ВОЗ (например, Финляндия и Германия) классифицируют вторичный табачный дым как канцероген и включили предупреждение воздействия такого дыма на работе в свое законодательство в области здоровья и безопасности. Следовательно, помимо требований Статьи 8, Стороны могут иметь обязанность рассматривать опасность воздействия табачного дыма в соответствии со своими существующими законами о рабочих местах или другими законами, регулирующими воздействие вредных веществ, включая канцерогены.

## **ЗАЯВЛЕНИЕ О ПРИНЦИПАХ И СООТВЕТСТВУЮЩИХ ОПРЕДЕЛЕНИЯХ, ЛЕЖАЩИХ В ОСНОВЕ ЗАЩИТЫ ОТ ВОЗДЕЙСТВИЯ ТАБАЧНОГО ДЫМА**

### **Принципы**

Как отмечается в Статье 4 Рамочной конвенции ВОЗ, для принятия мер по защите всех людей от воздействия табачного дыма необходима решительная политическая приверженность. Следующие согласованные принципы должны определять осуществление Статьи 8 Конвенции.

#### ***Принцип 1***

Эффективные меры по обеспечению защиты от воздействия табачного дыма, предусмотренные в Статье 8 Рамочной конвенции ВОЗ, требуют полного исключения курения и табачного дыма в конкретном пространстве или среде, с тем чтобы создать 100%-ную бездымную среду. Безопасного уровня воздействия табачного дыма не существует, и такие понятия, как пороговое значение для токсичности вторичного дыма, следует отвергнуть, так как они противоречат научным фактам. Иные подходы, чем обеспечение бездымной на 100% среды, включая вентиляцию, фильтрацию воздуха, использование специально выделенных зон для курения (будь то с отдельными вентиляционными системами или без них), неоднократно доказали свою неэффективность, и имеются убедительные факты, как научные, так и иные, которые показывают, что инженерные решения не защищают от воздействия табачного дыма.

### **Принцип 2**

Все люди должны быть защищены от воздействия табачного дыма. Все рабочие места внутри помещений и общественные места внутри помещений должны быть свободными от табачного дыма.

### **Принцип 3**

Для защиты людей от воздействия табачного дыма необходимо законодательство. Добровольные подходы к созданию бездымной среды неоднократно доказали свою неэффективность и не обеспечивают адекватную защиту. Для того чтобы быть эффективным, законодательство должно быть простым, четким и применимым.

### **Принцип 4**

Хорошее планирование и адекватные ресурсы имеют важное значение для успешного осуществления и применения законодательства о бездымной среде.

### **Принцип 5**

Гражданское общество играет центральную роль в формировании поддержки и обеспечении соблюдения мер в отношении бездымной среды и должно быть включено в качестве активного партнера в процесс разработки, осуществления и применения законодательства.

### **Принцип 6**

Осуществление законодательства в отношении бездымной среды, его применение и его воздействие, - все это должно подвергаться мониторингу и оценке. Это должно включать мониторинг и реагирование на деятельность табачной промышленности, которая подрывает осуществление и применение законодательства, как указано в Статье 20.4 Рамочной конвенции ВОЗ.

### **Принцип 7**

Защиту людей от воздействия табачного дыма следует укреплять и расширять, если это необходимо; такие действия могут включать новое или исправленное законодательство, улучшенное применение и другие меры, которые будут отражать новые научные данные и практический опыт.

## **Определения**

Разрабатывая законодательство, важно проявлять осторожность при определении ключевых терминов. Некоторые рекомендации в отношении надлежащих определений, основанные на опыте многих стран, излагаются ниже. Определения, данные в этом разделе, дополняют определения, уже включенные в Рамочную конвенцию ВОЗ.

### **«Вторичный табачный дым» или «табачный дым в окружающей среде»**

Для определения вида дыма, рассматриваемого в Статье 8 Рамочной конвенции ВОЗ, широко используется ряд альтернативных терминов. Они включают «вторичный дым», «табачный дым в окружающей среде» и «дым от других людей». Следует избегать таких терминов, как «пассивное курение» и «непреднамеренное воздействие табачного дыма», так как опыт во Франции и в других местах свидетельствует, что табачная промышленность может использовать эти термины в поддержку позиции о том, что «добровольное» воздействие является приемлемым. Предпочтительными терминами являются «вторичный табачный дым» с используемой иногда аббревиатурой «ВТД» и «табачный дым в окружающей среде» с используемой иногда аббревиатурой «ТДОС»; в настоящих руководящих принципах используется термин «вторичный табачный дым».

Вторичный табачный дым можно определить как «дым, исходящий из горящего конца сигареты или из других табачных изделий, обычно в сочетании с дымом, выдыхаемым курильщиком».

«Бездымный воздух» - это воздух, который на 100% свободен от дыма. Это определение включает воздух, но им не ограничивается, в котором табачный дым невозможно увидеть, почувствовать или измерить<sup>1</sup>.

### **«Курение»**

Этот термин следует определить таким образом, чтобы включить обладание или манипулирование зажженным табачным изделием, независимо от того, активно вдыхается или выдыхается дым.

### **«Общественные места»**

Хотя точное определение «общественных мест» в различных юрисдикциях варьируется, важно, чтобы в законодательстве этот термин был определен как можно более широко. Это определение должно охватывать все места, доступные для неограниченного круга лиц, или места для коллективного использования, независимо от владения или права доступа.

### **«Внутри помещения» или «в замкнутом пространстве»**

Статья 8 требует защищать от табачного дыма на рабочих местах «внутри помещений» и в общественных местах. В связи с возможностью возникновения неясностей при определении понятия «закрытые помещения» следует особенно внимательно изучить опыт различных стран при определении этого термина. Определение должно быть как можно более широким и четким, и следует избегать составления списков, которые могут интерпретироваться как исключающие некоторые зоны «внутри помещений». Рекомендуется определять зоны «внутри помещений» (или «замкнутые пространства») таким образом, чтобы включить любое пространство, имеющее крышу или ограниченное одной или более стенами или перегородками, независимо

---

<sup>1</sup> Вполне возможно, что составляющие элементы табачного дыма могут присутствовать в воздухе в таких небольших количествах, что их трудно измерить. Следует обратить внимание на возможность того, что табачная промышленность или секторы гостеприимства и развлечений могут попытаться использовать ограничения этого определения.

от вида материала, использованного для крыши, стены или перегородок, и независимо от того, является ли конструкция постоянной или временной.

### «Рабочее место»

«Рабочее место» должно быть определено широко как «любое место, используемое людьми во время их службы или работы». Это должно включать не только оплачиваемую работу, но и добровольную работу, если последняя относится к виду, который обычно является оплачиваемым. Кроме того, «рабочие места» включают не только те места, в которых выполняется работа, но и все прилегающие или связанные с ними места, часто используемые работающими во время их трудовой деятельности, включая, например, коридоры, лифты, лестницы, вестибюли, прилегающие помещения, кафетерии, туалеты, комнаты для отдыха, буфеты, а также служебные постройки, такие как бараки и сараи. Автотранспортные средства, используемые на работе, являются рабочими местами и должны быть конкретно указаны в качестве таковых.

Следует внимательно рассмотреть рабочие места, которые также являются жилыми домами или местом жительства, например тюрьмы, психиатрические учреждения или дома для престарелых или инвалидов. Эти места являются также рабочими местами для других людей, которых следует защитить от воздействия табачного дыма.

### «Общественный транспорт»

Общественный транспорт следует определить таким образом, чтобы включить любые транспортные средства, используемые для перевозки людей, обычно за вознаграждение или для коммерческих целей. Это включает и такси.

## ОХВАТ ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Статья 8 требует принять эффективные меры по защите людей от воздействия табачного дыма (1) на рабочих местах внутри помещений, (2) в закрытых общественных местах, (3) в общественном транспорте и (4) «в соответствующих случаях» в «других общественных местах».

Это создает *обязательство по всеобщей защите* посредством обеспечения такого положения, при котором все общественные места и все рабочие места внутри помещений, весь общественный транспорт и, возможно, другие общественные места (незакрытые или полузакрытые) будут свободными от воздействия вторичного табачного дыма. Никакие исключения не могут быть оправданы на основе аргументов, связанных со здоровьем или законом. Если исключения должны быть рассмотрены на основе других аргументов, они должны быть минимальными. Кроме того, если Страна не может немедленно достичь всеобщего охвата, Статья 8 создает постоянное обязательство двигаться в направлении как можно более быстрого устранения любых исключений и обеспечения всеобщей защиты. Каждая Страна должна стремиться обеспечить всеобщую защиту в течение пяти лет после вступления Рамочной конвенции ВОЗ в силу для этой Страны.

Безопасные уровни воздействия вторичного табачного дыма не существуют и, как ранее было признано Конференцией Сторон в решении FCTC/COP1(15), инженер-

ные подходы, такие как вентиляция, воздухообмен и использование зон, выделенных для курения, не защищают от воздействия табачного дыма.

Защита должна быть обеспечена на всех рабочих местах внутри помещений и на закрытых рабочих местах, включая автотранспортные средства, используемые в качестве рабочих мест (например, такси, машины скорой помощи или транспортные средства, используемые для доставки).

Этот договор требует защитных мер не только во всех “закрытых” общественных местах, но и “в соответствующих случаях” в “других” (в открытых или полузакрытых) общественных местах. При определении таких открытых или полузакрытых общественных мест, если законодательство является подходящим, Сторонам следует рассмотреть фактические данные о возможных опасностях для здоровья в различных местах и каждый раз, когда фактические данные свидетельствуют о том, что опасность существует, принимать наиболее эффективные защитные меры против воздействия.

### **ИНФОРМИРОВАТЬ, КОНСУЛЬТИРОВАТЬ И ПРИВЛЕКАТЬ НАСЕЛЕНИЕ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ И ПЛАВНОГО ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ**

Расширение среди населения и лидеров общественного мнения осознания рисков воздействия вторичного табачного дыма с помощью постоянных кампаний по информированию является важной ролью правительственных учреждений в партнерстве с гражданским обществом в обеспечении понимания населением и его поддержки законодательных мер. Основные заинтересованные участники включают предприятия, ассоциации ресторанов и гостиниц, группы работодателей, профессиональные союзы, средства массовой информации, профессиональных работников здравоохранения, организации, представляющие детей и молодежь, учебные и религиозные учреждения, научные сообщества и широкие слои населения. Усилия по расширению осознания должны включать консультации с заинтересованными кругами и другими организациями и учреждениями в ходе разработки законодательства.

Основные информационные сообщения должны быть сосредоточены на вреде, причиняемом воздействием вторичного табачного дыма, на том факте, что ликвидация дыма внутри помещений является единственным научно обоснованным решением для обеспечения полной защиты от воздействия, на праве всех работающих иметь равную защиту законом и на том факте, что не может быть компромисса между здоровьем и экономикой, так как опыт все большего числа юрисдикций показывает, что бездымная среда дает выгоды и тем, и другим. Кампании по просвещению населения должны также ориентироваться на те места, для которых законодательство не может быть осуществимым или целесообразным, такие как частные жилища.

Широкие консультации с заинтересованными участниками имеют также важное значение для просвещения и мобилизации населения и для содействия поддержке законодательства после его принятия. После принятия такого законодательства должна быть проведена просветительская кампания, ведущая к введению в силу закона, предоставлению информации для владельцев предприятий и управляющих зданиями с изложением закона и их обязанностей и необходимости предоставления ресурсов, таких как вывески и таблички. Эти меры повысят вероятность последовательного осуществления и обеспечат высокие уровни добровольного соблюдения.

Информация о правах некурящих и выражение признательности курящим за соблюдение закона будут способствовать участию населения в применении правил и последовательному осуществлению.

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИСПОЛНЕНИЯ

### Обязанность по соблюдению

Действующее законодательство должно налагать законные обязанности по соблюдению как на соответствующие предприятия, так и на отдельных курильщиков, и должно предусматривать наказание за нарушения, которое должно применяться к предприятиям и, возможно, к курильщикам. Исполнение, как правило, должно быть сосредоточено на предприятиях. Законодательство должно возлагать ответственность за соблюдение на владельца, управляющего или другое лицо, отвечающее за помещения, и должно четко определять действия, которые они должны предпринимать. Эти обязанности должны включать:

- (a) обязанность размещать четкие таблички на входе и в других соответствующих местах, указывающие на то, что курение не разрешается. Формат и содержание этих табличек должны определяться органами здравоохранения или другими правительственными учреждениями, и они могут указывать номер телефона или другие механизмы для населения, чтобы они могли сообщать о нарушениях, а также фамилию ответственного за помещения лица, которому следует направлять жалобы;
- (b) обязанность удалить все пепельницы из помещений;
- (c) обязанность осуществлять контроль за соблюдением правил;
- (d) обязанность предпринять разумные конкретные шаги для поощрения отдельных людей к отказу от курения в помещениях. Эти шаги могут включать обращение к человеку просьбы не курить, прекращение обслуживания, предложение человеку покинуть помещения и обращение в учреждение, ответственное за исполнение закона, или в другой орган.

### Наказания

В законодательстве должны быть указаны штрафы или другие денежные наказания за нарушения. Несмотря на то, что размеры этих штрафов неизбежно будут отражать конкретную практику и обычаи каждой страны, при принятии решений следует руководствоваться несколькими принципами. Самым важным является то, что штрафы должны быть достаточно крупными, чтобы предотвратить нарушения или игнорирование нарушителями, или же восприятие в качестве простых издержек поступка. Более крупные штрафы необходимы для сдерживания в большей мере предприятий, нежели отдельных курильщиков, которые обычно имеют меньше ресурсов. Штрафы должны увеличиваться за повторные нарушения и должны соответствовать практике в стране в отношении других более серьезных правонарушений.

Помимо денежных штрафов, законодательство может также предусматривать административные санкции, такие как приостановление действия лицензии на ведение дел,

соответствующие практике в стране и законодательной системе. Такие «крайние меры наказания» используются редко, но имеют очень важное значение для применения закона в отношении любых предприятий, которые неоднократно пренебрегают законом.

Можно рассмотреть вопрос о включении уголовного наказания за нарушение, если это целесообразно, в рамках юридического и культурного контекста страны.

### **Инфраструктура исполнения**

В законодательстве должны быть определены орган или органы, ответственные за исполнение, и оно должно включать систему как для мониторинга исполнения, так и для преследования нарушителей.

Мониторинг должен включать процесс инспекции предприятий на предмет соблюдения. Редко возникает необходимость создать новую систему инспекции для обеспечения соблюдения законодательства в отношении бездымной среды. Соблюдение обычно можно контролировать с помощью одного или более механизмов, уже существующих для инспекции помещений и рабочих мест на предприятии или в учреждении. Для этой цели обычно имеются разнообразные возможности. Во многих странах инспекции соблюдения могут быть включены в инспекции по выдаче лицензий на ведение дел, медико-санитарные инспекции, инспекции по охране здоровья и безопасности на рабочих местах, противопожарные инспекции или подобные программы. Иногда может быть целесообразным использовать одновременно несколько таких источников получения информации.

Рекомендуется, по возможности, использовать инспекторов или агентов по обеспечению исполнения на местном уровне; это может увеличить имеющиеся ресурсы по обеспечению исполнения и повысить уровень соблюдения. Этот подход требует создания национального механизма координации для применения последовательного подхода в национальных масштабах.

Независимо от используемого механизма, мониторинг должен основываться на общем плане обеспечения исполнения и должен включать процесс эффективной подготовки инспекторов. Эффективный мониторинг может сочетать регулярные инспекции с незапланированными внезапными проверками, а также с посещениями в ответ на жалобы. Такие посещения могут быть полезными в ранний период после вступления в силу закона, так как большинство нарушений, вероятно, будут непреднамеренными. Законодательство должно разрешать инспекторам входить в помещения, подпадающие под действие закона, брать образцы и собирать фактические данные, если эти полномочия еще не предоставлены существующим законом. Аналогичным образом, законодательство должно запрещать предприятиям создавать препятствия для инспекторов в их работе.

Стоимость эффективного мониторинга не является чрезмерной. Нет необходимости нанимать большое число инспекторов, так как инспекции могут выполняться с помощью существующих программ и персонала, и в связи с тем, что, как показывает опыт, законодательство по бездымной среде быстро само обеспечивает свое исполнение (то есть его исполнение, главным образом, общественностью). Если законодательство применяется неукоснительно и предпринимаются активные усилия по просвещению предприятий и широкой общественности, то может потребоваться лишь незначительное число преследований по закону.

Хотя эти программы и являются недорогостоящими, ресурсы все же необходимы для просвещения предприятий, подготовки инспекторов, координации процесса инспекции и вознаграждения персонала за инспекции предприятий вне обычных часов работы. Для этой цели следует определить механизм финансирования. Эффективные программы мониторинга используют разнообразные источники финансирования, включая целевое использование налоговых поступлений, сборы за лицензирование предпринимательской деятельности и целевые поступления за штрафы, уплачиваемые нарушителями.

### **Стратегии обеспечения исполнения**

Стратегические подходы к обеспечению исполнения могут довести до максимума соблюдение, упростить осуществление законодательства и понизить уровень ресурсов, необходимых для исполнения.

В частности, деятельность по обеспечению исполнения в период сразу же после вступления закона в силу имеет чрезвычайно важное значение для успеха закона и успеха будущего мониторинга и исполнения. Во многих юрисдикциях рекомендуется начальный период «мягкого» исполнения, в течение которого нарушителей предупреждают, но не наказывают. Этот подход следует объединить с активной кампанией просвещения владельцев предприятий об их ответственности по закону, и предприниматели должны понять, что после первоначального льготного периода или периода отсрочки последует более жесткое исполнение.

Когда начинается активное исполнение, многие юрисдикции рекомендуют использовать высокую степень преследования, чтобы усилить устрашение. Посредством выявления явных нарушителей, которые активно бросают вызов закону или которые хорошо известны общественности, принятием четких и быстрых мер и стремлением обеспечить как можно большее понимание этих мер общественностью соответствующие органы могут продемонстрировать свою решимость и серьезное отношение к закону. Это увеличивает добровольное соблюдение и сокращает ресурсы, необходимые для будущего мониторинга и обеспечения исполнения.

Несмотря на то, что законы по обеспечению бездымной среды быстро становятся самодостаточными, тем не менее, важно, чтобы соответствующие органы были готовы к тому, чтобы быстро и решительно реагировать на любые отдельные случаи демонстративного неповиновения. Особенно в тех случаях, когда закон быстро вступает в силу, может появиться редкий нарушитель, который публично выражает неповиновение закону. Решительное реагирование в таких случаях создает основу для соблюдения, которая облегчит будущие усилия, тогда как нерешительность может быстро привести к широкому распространению случаев нарушения.

### **Мобилизовать и привлекать общественность**

Эффективность программы мониторинга и обеспечения исполнения можно повысить в результате привлечения в программу общественности. Привлечение поддержки общественности и поощрение населения к контролю соблюдения и сообщению о случаях нарушения значительно расширяют возможности правоохранительных органов достигать нарушителей и сокращают ресурсы, необходимые для обеспече-

ния соблюдения. В действительности во многих юрисдикциях жалобы населения являются основным средством обеспечения соблюдения. По этой причине законодательство о бездымной среде должно указывать, что любой человек может подать жалобу, и должно разрешать любому человеку или неправительственной организации предпринимать действия для обеспечения соблюдения с помощью мер, регулирующих воздействие вторичного дыма. Программа обеспечения исполнения должна включать наличие бесплатной “горячей” телефонной линии или подобной системы для поощрения населения к сообщению о нарушениях.

## МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА МЕР

Мониторинг и оценка мер по сокращению воздействия табачного дыма являются важными по ряду причин, например:

- (a) для увеличения политической и общественной поддержки усилению и расширению законодательных положений;
- (b) для документального подтверждения успешных примеров, которые будут информировать об усилиях других стран и оказывать им поддержку;
- (c) для выявления и публичного оповещения о предпринятых табачной промышленностью усилиях по подрыву осуществления мер.

Степень и сложность мониторинга и оценки будут варьироваться между юрисдикциями в зависимости от имеющегося опыта и ресурсов. Тем не менее, важно оценить результаты примененных мер, в частности по основному показателю воздействия вторичного дыма на рабочих местах и в общественных местах. Эффективным с точки зрения затрат способом достижения этого может быть, например, использование данных или информации, собранной в ходе регулярной деятельности, такой как инспекции рабочих мест.

Существует семь показателей основных процессов и результатов, которые следует рассмотреть<sup>2</sup>.

### Процессы

- (a) знания, позиции и поддержка политики по созданию бездымной среды среди всего населения и, возможно, конкретных групп, например работников баров;
- (b) обеспечение исполнения и соблюдения с помощью политики по созданию бездымной среды;

### Результаты

- (c) сокращение воздействия на работающих вторичного табачного дыма на рабочих местах и в общественных местах;

---

<sup>2</sup> Публикация «Рекомендации ВОЗ по вопросам политики защиты от воздействия вторичного табачного дыма» содержит ссылки на исследования в области мониторинга, проведенные в других местах по всем этим показателям (The publication *WHO policy recommendations: protection from exposure to second-hand tobacco smoke*). Женева, Всемирная организация здравоохранения, 2007 г.

- (d) сокращение содержания вторичного табачного дыма в воздухе на рабочих местах (особенно в ресторанах) и в общественных местах;
- (e) сокращение смертности и заболеваемости от воздействия вторичного табачного дыма;
- (f) сокращение воздействия вторичного табачного дыма в частных жилищах;
- (g) изменения в распространенности курения и видах поведения, связанных с курением;
- (h) экономическое воздействие.

## **ССЫЛКИ НА ПРИМЕРЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА И СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

Ниже даются ссылки на действующие в настоящее время национальные и субнациональные законодательные акты, которые в наибольшей степени близко соответствуют настоящим руководящим принципам наилучшей практики:

(a) Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Закон о здоровье 2006 г., <http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2006/20060028.htm>

(b) Новая Зеландия, Поправка к Закону о бездымной среде 2003 г., [http://www.legislation.govt.nz/browse\\_vw.asp?content-set=pal\\_statutes](http://www.legislation.govt.nz/browse_vw.asp?content-set=pal_statutes)

(c) Норвегия, Закон №. 14 от 9 марта 1973 г., касающийся предупреждения вредного воздействия табака, <http://odin.dep.no/hod/engelsk/regelverk/p20042245/042041-990030/dok-bn.html>  
(Однако следует отметить, что выбор разделов о курении настоящими руководящими принципами не рекомендуется.)

(d) Шотландия, Курение, здоровье и социальная помощь (Шотландия) Закон 2005 года, <http://www.opsi.gov.uk/legislation/scotland/acts2005/20050013.htm>  
Положения: <http://www.opsi.gov.uk/si/si2006/20061115.htm>

(e) Уругвай, Декрет 40/006, <http://www.globalSmokefreePartnership.org/files/132.doc>

(f) Ирландия, Закон о здравоохранении 2004 г. (Табак) (Поправка) <http://193.178.1.79/2004/en/act/pub/0006/index.html>

(g) Бермудские Острова, Поправка к Закону 2005 г. о табачных изделиях (общественное здравоохранение), <http://www.globalSmokefreePartnership.org/files/139.DOC>

## Справочные материалы

1. WHO policy recommendation: *protection from exposure to second-hand tobacco smoke*. Женева, Всемирная организация здравоохранения, 2007 г.

Доступен по адресу:

[http://www.who.int/tobacco/resources/publications/wntd/2007/who\\_protection\\_exposure\\_final\\_25June2007.pdf](http://www.who.int/tobacco/resources/publications/wntd/2007/who_protection_exposure_final_25June2007.pdf)

2. *Tobacco smoke and involuntary smoking*. IARC Monographs on the Evolution of Carcinogenic Risks to Humans, Vol. 83, Lyon, France, World Health Organization and International Agency for Research on Cancer, 2004.

Доступен по адресу: <http://monographs.iarc.fr/ENG/Monographs/vol83/volume83.pdf>

3. *The health consequences of involuntary exposure to tobacco smoke: a report of the Surgeon General*. Washington, DC, United States Department of Health and Human Services, 2006.

Доступен по адресу: <http://www.surgeongeneral.gov/library/secondhandsmoke/>

4. Proposed identification of environmental tobacco smoke as a toxic air contaminant. San Francisco, United States of America, California Environmental Protection Agency: Air Resources Board, 2005.

Доступен по адресу: <http://repositories.cdlib.org/tc/surveys/CALEPA2005/>

5. Joint briefing paper: Proposed guidelines for the implementation of Article 8 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Framework Convention Alliance and the Global Smokefree Partnership, 2007.

Доступен по адресу: [http://www.ftc.org/x/documents/Article8\\_COP2\\_Briefing\\_English.pdf](http://www.ftc.org/x/documents/Article8_COP2_Briefing_English.pdf)

6. Веб-сайт Глобального партнерства против табачного дыма. Размещены материалы о примерах успешной работы по созданию среды, свободной от табачного дыма, и о проблемах в этой области. Приводятся ссылки на стратегии по созданию бездымной среды, отчеты о результатах оценки, законодательные акты и информационно-пропагандистские кампании, а также рекомендации по реализации.

Доступен по адресу: [www.globalsmokefreepartnership.org](http://www.globalsmokefreepartnership.org)

7. *After the smoke has cleared: evaluation of the impact of a new smoke free law*. Wellington, New Zealand Ministry of Health, 2006.

Доступен по адресу:

<http://www.moh.govt.nz/moh.nsf/by+unid/A9D3734516F6757ECC25723D00752D50?Open>

# Руководящие принципы осуществления

## Статья 11



## **РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 11 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА**

### **УПАКОВКА И МАРКИРОВКА ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ**

#### **ЦЕЛЬ, ПРИНЦИПЫ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕРМИНОВ**

##### **Цель**

В соответствии с другими положениями Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака и намерениями Конференции Сторон Конвенции настоящие руководящие принципы предназначены для того, чтобы оказать Сторонам помощь в выполнении их обязательств по Статье 11 Конвенции и предложить меры, которые Стороны могут использовать для повышения эффективности своих мер в отношении упаковки и маркировки. В Статье 11 говорится, что каждая Сторона в течение периода трех лет с момента вступления Конвенции в силу для данной Стороны принимает и осуществляет эффективные меры в отношении упаковки и маркировки.

##### **Принципы**

Для достижения целей Конвенции и ее протоколов, а также для успешного осуществления ее положений в Статье 4 Конвенции говорится, что Стороны руководствуются, в частности, принципом о том, что каждый человек должен быть проинформирован о последствиях для здоровья, наркотическом характере и смертельной опасности в результате употребления табака и воздействия табачного дыма.

Во всем мире многие люди не полностью осознают, неправильно понимают или недостаточно оценивают риски заболеваемости и преждевременной смертности, связанные с употреблением табака и воздействия табачного дыма. Хорошо продуманные предупреждения и сообщения о вреде для здоровья, размещенные на упаковках табачных изделий, являются эффективным с точки зрения затрат средством повышения информированности населения о воздействии на здоровье употребления табака и эффективным средством уменьшения потребления табака. Эффективные предупреждения и сообщения о вреде для здоровья, а также другие меры, связанные с упаковкой и маркировкой табачных изделий, являются ключевыми компонентами всеобъемлющего и комплексного подхода к борьбе против табака.

Сторонам следует рассмотреть фактические данные и практический опыт других Сторон при определении новых мер в отношении упаковки и маркировки и стремиться применять наиболее эффективные меры, которые они могут осуществить.

Как предусмотрено в Статьях 20 и 22 Конвенции, международное сотрудничество и взаимная поддержка являются основополагающими принципами укрепления потенциала Сторон для полного осуществления и повышения эффективности Статьи 11 Конвенции.

## Использование терминов

Для целей настоящих руководящих принципов:

- «юридические меры» означают любой юридический документ, содержащий или устанавливающий обязательства, требования или запреты согласно закону соответствующей юрисдикции. Примеры таких документов включают акты, законы, нормы, административные постановления или исполнительные распоряжения, но не ограничиваются ими;
- «внутреннее вложение» означает любой носитель информации внутри индивидуальной упаковки и/или блока, приобретаемого потребителями в розничной торговле, например небольшой буклет или брошюра;
- «наружное вложение» означает любой носитель информации, прикрепляемый снаружи индивидуальной упаковки и/или блока, приобретаемого потребителями в розничной торговле, например небольшая брошюра, вкладываемая под внешнюю целлофановую обертку, или приклеиваемая к внешней поверхности пачки сигарет.

## РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНЫХ ТРЕБОВАНИЙ К УПАКОВКЕ И МАРКИРОВКЕ

Хорошо продуманные предупреждения и сообщения о вреде для здоровья являются частью эффективных мер по передаче информации о рисках для здоровья и сокращению употребления табака. Имеются фактические свидетельства того, что эффективность предупреждений и сообщений о вреде для здоровья повышается по мере увеличения их видимости. По сравнению с небольшими, состоящими только из текста предупреждениями о вреде для здоровья, более крупные предупреждения с рисунками с большей степенью вероятности будут замечены, лучше передадут информацию о рисках для здоровья, вызовут большую эмоциональную реакцию и повысят мотивацию пользователей табака к прекращению и уменьшению употребления табака. Более крупные предупреждения с рисунками также лучше сохраняют свою эффективность со временем и являются особенно эффективными для передачи информации о воздействии на здоровье людям с низким уровнем грамотности, детям и молодежи. Другие элементы, повышающие эффективность, включают размещение предупреждений и сообщений о вреде для здоровья на основных маркированных поверхностях и на верхней части этих основных маркированных поверхностях; использование скорее цветных, чем черно-белых изображений; требование о том, чтобы несколько предупреждений и сообщений о вреде для здоровья изображались одновременно; и периодический пересмотр предупреждений и сообщений о вреде для здоровья.

### Элементы дизайна

#### *Размещение*

В Статье 11.1(b)(iii) Конвенции указано, что каждая Сторона принимает и осуществляет эффективные меры, с тем чтобы предупреждения и сообщения о вреде для здоровья были крупными, четкими, видимыми и легко читаемыми. Размещение и компоновка предупреждений и сообщений о вреде для здоровья на упаковке должны обеспечивать максимальную видимость. Исследования свидетельствуют о том, что

такие предупреждения и сообщения являются более видимыми скорее на верхней, чем на нижней части лицевой и обратной стороны пачек. Сторонам следует потребовать, чтобы предупреждения и сообщения о вреде для здоровья размещались:

- как на лицевой, так и на обратной стороне (или на всех основных сторонах, если их больше двух) каждой отдельной пачки и упаковки, а не только на одной стороне, чтобы обеспечить большую видимость предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, учитывая, что для большинства типов упаковок лицевая сторона является наиболее видимой для потребления;
- на основной маркированной поверхности и, в частности, скорее на верхней, чем на нижней части основной маркированной поверхности, чтобы повысить видимость; и
- таким образом, чтобы при обычном открывании упаковки текст или изображение предупреждения о вреде для здоровья не нарушался или не закрывался.

Сторонам следует рассмотреть возможность того, чтобы потребовать в дополнение к предупреждениям и сообщениям о вреде для здоровья, упомянутым в пункте 8, наносить другие такие предупреждения и сообщения на всех сторонах упаковки, а также на внутренние и наружные вложения.

Сторонам следует обеспечить, чтобы предупреждения и сообщения о вреде для здоровья не заслонялись другой требуемой информацией на маркировке и упаковке или коммерческими вкладышами и внешними носителями. Сторонам также следует обеспечить, чтобы при определении размеров и расположения другой маркировки, например налоговых марок и отметок, предписываемых Статьей 15 Конвенции, эта маркировка не закрывала никакую часть предупреждений и сообщений о вреде для здоровья.

Сторонам следует рассмотреть возможность принятия других новаторских мер, касающихся размещения, включая требование о том, чтобы предупреждения и сообщения о вреде для здоровья были напечатаны на обертке фильтра сигарет и/или на других соответствующих материалах, таких как упаковки гильзовых рубашек, фильтров и бумаги, используемых для сигарет, а также на других средствах, подобных тем, которые используются для кальянокурения.

### *Размеры*

В Статье 11.1(b)(iv) Конвенции указано, что предупреждения и сообщения о вреде для здоровья на упаковке и маркировке табачных изделий должны занимать 50% основной маркированной поверхности или более, но ни в коем случае не менее 30% основной маркированной поверхности. Учитывая тот факт, что эффективность предупреждений и сообщений о вреде для здоровья увеличивается по мере увеличения размеров, Сторонам следует рассмотреть возможность использования таких предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, которые занимают более 50% основной маркированной поверхности, и стремиться покрыть такими сообщениями как можно большую основную маркированную поверхность. Текст предупреждений и сообщений о вреде для здоровья должен быть напечатан жирным и легко читаемым шрифтом и такой гарнитурой и таким цветом (цветами), которые усиливают общую видимость и читаемость.

Если требуется обрамление, то при расчете процента основной маркированной поверхности, занимаемой предупреждениями и сообщениями о вреде для здоровья,

Сторонам следует рассмотреть возможность исключения пространства, выделенного для их обрамления, из площади самих предупреждений и сообщений; то есть пространство, выделенное для обрамления, следует добавлять к общему проценту пространства, занимаемого предупреждениями и сообщениями о вреде для здоровья, а не включать его в пространство, занимаемое этими предупреждениями и сообщениями.

### ***Использование рисунков***

В Статье 11.1(b)(v) Конвенции говорится, что предупреждения и сообщения о вреде для здоровья на упаковке и маркировке табачных изделий могут быть выполнены в виде рисунков и пиктограмм, либо включать их. Фактические данные свидетельствуют о том, что предупреждения и сообщения о вреде для здоровья, содержащие как рисунки, так и текст, являются более эффективными, чем состоящие только из текста. Их дополнительным преимуществом является также то, что они могут достичь людей с низкими уровнями грамотности и тех, которые не знают языка (языков), на котором написан текст предупреждений и сообщений о вреде для здоровья. Сторонам в своих требованиях в отношении упаковки и маркировки следует указать на необходимость включения полноцветных, культурно приемлемых рисунков и пиктограмм. Сторонам следует рассмотреть возможность использования предупреждения о вреде для здоровья в виде рисунков на обеих основных маркированных поверхностях (или на всех основных сторонах, если их более двух) упаковки табачных изделий.

Имеются свидетельства того, что предупреждения и сообщения о вреде для здоровья с рисунками, по сравнению с состоящими только из текста:

- скорее будут замечены;
- считаются пользователями более эффективными;
- скорее останутся заметными по истечении времени;
- лучше передают информацию о рисках употребления табака для здоровья;
- больше побуждают к размышлениям по поводу рисков употребления табака для здоровья и по поводу прекращения употребления табака;
- усиливают мотивацию и решимость прекратить употребление табака; и
- ассоциируются с большим числом попыток прекратить употребление табака.

Предупреждения и сообщения о вреде для здоровья с рисунками могут также разрушить воздействие наносимого на упаковку марочного изображения и уменьшить общую привлекательность упаковки.

При создании рисованных изображений для использования на упаковке табачных изделий Сторонам следует, по возможности, получить права владения или авторские права на эти изображения, вместо того чтобы оставлять эти права графикам-дизайнерам или другим источникам. Это обеспечивает максимум гибкости при использовании изображений для других мероприятий по борьбе против табака, включая кампании в средствах массовой информации и использование Интернета. Это может также дать Сторонам возможность предоставить лицензии на использование изображений другим юрисдикциям.

### *Цвет*

Использование цвета, в отличие от черно-белых изображений, влияет на общую заметность иллюстративных элементов предупреждений и сообщений о вреде для здоровья. Поэтому Сторонам следует требовать скорее полноцветную (четырёхцветную), чем черно-белую печать иллюстративных элементов предупреждений и сообщений о вреде для здоровья. Стороны должны выбирать контрастные цвета фона и текста, чтобы усилить заметность и довести до максимума читаемость текстовых элементов предупреждений и сообщений о вреде для здоровья.

### *Периодическая смена*

В Статье 11.1(b)(ii) Рамочной конвенции ВОЗ говорится, что предупреждения и сообщения о вреде для здоровья должны периодически меняться. Это можно осуществить с помощью одновременного наличия нескольких предупреждений и сообщений о вреде для здоровья или посредством установления даты, после которой содержание предупреждений и сообщений о вреде для здоровья будет изменено. Сторонам следует рассмотреть возможность использования обоих видов смены.

Эффект новизны новых предупреждений и сообщений о вреде для здоровья является важным, так как, согласно имеющимся данным, воздействие повторяющихся предупреждений и сообщений со временем имеет тенденцию к уменьшению, тогда как изменения в предупреждениях и сообщениях связаны с повышением эффективности. Смена предупреждений и сообщений о вреде для здоровья и изменение их дизайна и компоновки имеют важное значение для сохранения заметности и усиления воздействия.

Странам следует указывать число предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, которые должны появляться одновременно. Им следует также требовать, чтобы предупреждения и сообщения о вреде для здоровья в конкретных сериях изделий были напечатаны таким образом, чтобы каждое из них изображалось на равном количестве розничных упаковок не просто для каждого семейства марочных изделий, но также для каждой марки в составе семейства марочных изделий для каждого размера и вида упаковок.

Сторонам следует рассмотреть возможность составления с самого начала двух или более комплектов предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, чтобы сменить их после определенного периода времени, например каждые 12-36 месяцев. В переходный период, когда старый комплект предупреждений и сообщений о вреде для здоровья заменяется новым, Сторонам следует предусмотреть период постепенной смены одного комплекта другим, в течение которого одновременно могут использоваться оба комплекта.

### *Содержание сообщения*

Использование различных предупреждений и сообщений о вреде для здоровья повышает вероятность воздействия, так как различные предупреждения и сообщения о вреде для здоровья находят отклик у различных людей. Предупреждения и сообщения о вреде для здоровья должны содержать различные вопросы, связанные с употреблением табака, помимо вредных последствий для здоровья и воздействия табачного дыма, например:

- рекомендацию в отношении прекращения употребления;
- наркотический характер табака;
- отрицательные экономические и социальные последствия (например, ежегодные расходы на приобретение табачных изделий); и
- воздействие употребления табака на других людей (например, преждевременная болезнь отца, вызванная курением, и смерть близких людей из-за воздействия табачного дыма).

Сторонам следует также рассмотреть возможность использования новаторского содержания других сообщений, например информации о вредных последствиях для окружающей среды и о практике табачной промышленности.

Важно, чтобы предупреждения и сообщения о вреде для здоровья передавались эффективным образом; общий тон должен быть авторитетным и информативным, но не оценивающим. Предупреждения и сообщения о вреде для здоровья должны излагаться простым, четким, кратким и культурно приемлемым языком. Такие предупреждения и сообщения могут представляться в различных форматах, например в виде рекомендаций и в виде положительной и поддерживающей информации.

Данные свидетельствуют о том, что предупреждения и сообщения о вреде для здоровья могут стать более эффективными, если они вызывают неблагоприятные эмоциональные ассоциации с употреблением табака и если информация является персонализированной, чтобы сделать предупреждения и сообщения о вреде для здоровья более убедительными и соответствующими индивидуальности. Предупреждения и сообщения о вреде для здоровья, которые вызывают отрицательные эмоции, такие как страх, могут быть эффективными, особенно в сочетании с информацией, предназначенной для усиления мотивации и уверенности у пользователей табака в том, что они могут прекратить употребление.

Указание на упаковке табака консультативной помощи в отношении прекращения употребления и конкретных источников оказания такой помощи, например адресов веб-сайтов или номеров бесплатных телефонов, может иметь важное значение для пользователей табака в изменении ими поведения. Сторонам следует учесть, что увеличение спроса на услуги по прекращению употребления табака может потребовать дополнительных ресурсов.

### **Язык**

В Статье 11.3 Конвенции говорится, что каждая Сторона требует, чтобы предупреждения и другая текстуальная информация, указанные в Статье 11.1(b) и Статье 11.2 фигурировали на каждой пачке и упаковке табачных изделий и на любой внешней упаковке и в маркировке таких изделий на основном языке или языках Стороны.

В юрисдикциях, в которых используется более одного основного языка, предупреждения и сообщения о вреде для здоровья могут изображаться на каждой основной маркированной поверхности на более чем одном языке или же различные языки могут использоваться для различных основных маркированных поверхностей. В случае целесообразности различные языки или сочетания языков могут также использоваться в различных регионах юрисдикции.



## **ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ ЭФФЕКТИВНЫХ ТРЕБОВАНИЙ В ОТНОШЕНИИ УПАКОВКИ И МАРКИРОВКИ**

### **Рассмотрение категорий изделий**

Статья 11.1(b) Конвенции требует от каждой Стороны принять и осуществить эффективные меры для обеспечения содержания на каждой пачке или упаковке табачных изделий и на любой внешней упаковке и маркировке таких изделий предупреждений и сообщений о вреде для здоровья. Не должно существовать никаких исключений для компаний или фирм, изготавливающих небольшие партии изделий, или для различных видов табачных изделий. Сторонам следует рассмотреть необходимость требования различных предупреждений и сообщений о вреде для здоровья для различных табачных изделий, таких как сигареты, сигары, бездымный табак, биди, табак для кальянов, чтобы лучше сосредоточиться на последствиях для здоровья, связанных с каждым изделием.

### **Различные виды упаковок**

Сторонам следует обеспечить широкое понимание многих различных видов упаковки табачных изделий, распространенных в их юрисдикции, и указать, как предложенные предупреждения и сообщения о вреде для здоровья будут применяться к каждому виду и форме упаковки, таким как жестяные коробки, коробки, мешки, пачки с откидывающейся крышкой, пачки в виде пенала со сдвигающейся или откидывающейся крышкой, прозрачная обертка, прозрачная упаковка или упаковка одной единицы изделия.

### **Ориентация на подгруппы населения**

Сторонам следует разработать предупреждения, ориентированные на отдельные подгруппы, такие как молодежь, и соответствующим образом адаптировать число и сменяемость предупреждений о вреде для здоровья.

### **Предпродажное тестирование**

В зависимости от наличия средств и времени Сторонам следует рассмотреть возможность проведения предпродажного тестирования для оценки эффективности предупреждений и сообщений о вреде для здоровья для предполагаемой целевой группы населения. Предпродажное тестирование может выявить непредвиденные последствия, например непроизвольное увеличение желания курить, а также дать возможность оценить их культурное соответствие. Следует рассмотреть возможность предложить гражданскому обществу, не связанному с табачной промышленностью, внести свой вклад в этот процесс. В конечном счете, предпродажное тестирование может быть менее дорогостоящим, чем изменение законодательных мер на более поздней стадии.

Сторонам следует учесть, что предпродажное тестирование не должно быть продолжительным, сложным или дорогостоящим. Ценную информацию можно получить от простых узких групп целевого населения или при помощи консультации через Интернет, являющейся быстрой и недорогой альтернативой. Предпродажное тести-

рование можно провести параллельно разработке законодательных мер, чтобы избежать излишних задержек в осуществлении.

### **Информирование и участие населения**

Сторонам следует проинформировать население о предложении внедрить новые предупреждения и сообщения о вреде для здоровья. Общественная поддержка поможет Сторонам внедрить новые предупреждения и сообщения о вреде для здоровья. Вместе с тем, Сторонам следует обеспечить, чтобы информирование и участие населения не создали излишних задержек в осуществлении Конвенции.

### **Поддержка деятельности по передаче информации**

Внедрение новых предупреждений и сообщений о вреде для здоровья является более эффективным, когда оно координируется с более широкими, устойчивыми кампаниями информирования и просвещения населения. Следует предоставить своевременную информацию средствам массовой информации, так как широкое освещение в этих средствах может усилить просветительское воздействие новых предупреждений и сообщений о вреде для здоровья.

## **РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ В ОТНОШЕНИИ УПАКОВКИ И МАРКИРОВКИ**

### **Предотвращение вводящей в заблуждение или обманной упаковки и маркировки**

В Статье 11.1(a) Конвенции указано, что Стороны в соответствии со своим национальным законодательством принимают и осуществляют эффективные меры, с тем чтобы упаковка и маркировка табачных изделий не стимулировали продажу табачного изделия любым путем, который является ложным, вводящим в заблуждение или обманным, либо создающим неправильное впечатление о его характеристиках, воздействии на здоровье, опасностях или выделяемых продуктах, включая любой термин, описание, торговую марку, символический или любой иной знак, которые прямо или косвенно создают ложное впечатление о том, что определенное табачное изделие является менее вредным, чем другие табачные изделия. Они могут включать такие термины, как «с низким содержанием смол», «легкие», «очень легкие» или «мягкие», причем этот перечень является ориентировочным, а не исчерпывающим. При выполнении обязательств по Статье 11.1(a) Стороны не ограничиваются запрещением указанных терминов, но должны также запретить на любом языке такие термины как «экстра», «ультра» и подобные им, которые могут ввести потребителей в заблуждение.

Сторонам следует запретить изображение на упаковке и маркировке цифр в отношении выделяемых продуктов, таких как смолы, никотин и окись углерода, в том числе в качестве части фирменной или торговой марки. Данные о выделении смолы, никотина и окиси углерода, полученные с помощью «курительных машин», не дают достоверных оценок воздействия на человека. Кроме того, нет убедительных эпидемиологических или научных данных о том, что сигареты с более низким содержанием выделяемых с дымом продуктов, полученным с помощью «куритель-

ных машин», являются менее вредными, чем сигареты с более высоким содержанием таких продуктов. Маркетинг сигарет с указанным содержанием выделяемых смол и никотина привел к ошибочному убеждению в том, что такие сигареты являются менее вредными.

Сторонам следует предотвращать указание на упаковке и маркировке табачных изделий даты истечения срока годности в тех случаях, когда это может вводить в заблуждение или дезинформировать потребителей, подводя к выводу о том, что табачные изделия безопасны для потребления в любое время.

### **Простая упаковка**

Сторонам следует рассмотреть возможность принятия мер для ограничения или запрета размещения на упаковке логотипов, цветов фирменных изображений или пропагандистской информации, за исключением торгового наименования и наименования изделия, изображенных стандартным цветом и гарнитурой (простая упаковка). Это может повысить заметность и эффективность предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, предотвратить отвлечение внимания от таких сообщений и не дать возможности использовать такие методы промышленного дизайна в отношении упаковки, которые могут создать впечатление, что некоторые изделия являются менее вредными, чем другие.

## **ЮРИДИЧЕСКИЕ МЕРЫ**

### **Разработка**

При разработке юридических мер в отношении упаковки и маркировки табачных изделий Сторонам следует рассмотреть такие вопросы, как: кто будет нести их административную ответственность, существующие подходы к обеспечению соблюдения и применения юридических мер и уровень или уровни участия правительства.

### **Административное управление**

Сторонам следует определить орган или органы, отвечающие за контроль осуществления мер в отношении упаковки и маркировки табачных изделий. Стороны должны также обеспечить, чтобы орган здравоохранения, отвечающий за вопросы борьбы против табака, отвечал также за административное управление юридическими мерами. В случае если за административное управление отвечает другой сектор правительства, соответствующий орган здравоохранения должен предоставлять спецификации в отношении маркировки.

### **Охват изделий**

Сторонам следует обеспечить, чтобы положения, связанные со Статьей 11 Конвенции, применялись также ко всем табачным изделиям, продаваемым в пределах их юрисдикции, и чтобы не проводилось никакого различия между изделиями, произведенными внутри страны, и импортированными или предназначенными для беспошлин-

ной торговли в пределах юрисдикции Стороны. Сторонам следует рассмотреть обстоятельства, в которых меры будут применяться к экспортируемым изделиям.

### **Расходы**

Сторонам следует обеспечить, чтобы расходы по размещению на упаковке предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, а также информации о компонентах и выделяемых продуктах несли табачная промышленность.

### **Ответственность**

В соответствии со Статьей 19 Конвенции, Сторонам следует рассмотреть возможность включения таких положений, которые четко укажут, что требование наносить предупреждения и сообщения о вреде для здоровья или передавать любую другую информацию о табачном изделии не устраняет и не уменьшает никакую обязанность табачной промышленности, включая обязанности по предупреждению потребителей об опасностях для здоровья, возникающих в результате употребления табака и воздействия табачного дыма, но не ограничиваясь ими.

### **Конкретные положения**

Сторонам следует обеспечить указание в юридических мерах четких и подробных спецификаций, чтобы ограничить возможности изготовителей и импортеров табачных изделий уклоняться от требований в отношении предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, а также предотвратить несогласованности между табачными изделиями. При разработке таких мер Сторонам следует рассмотреть, в частности, следующий список:

- упаковка и изделия (просьба обратиться к пункту 37);
- языки, используемые в обязательном тексте предупреждений и сообщений о вреде для здоровья и в информации о компонентах и выделяемых продуктах, на упаковке, включая расположение текста на различных языках, если их более одного;
- практика и сроки смены предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, включая число их одновременного появления, а также точное указание переходных периодов и конечных сроков появления новых предупреждений и сообщений о вреде для здоровья;
- практика распределения, с тем чтобы получить одинаковое изображение предупреждений и сообщений о вреде для здоровья на розничных упаковках не просто для каждого семейства марочных товаров, но также для каждой марки в пределах семейства марочных товаров для каждого размера и вида упаковки;
- каким образом текст, рисунки и пиктограммы предупреждений и сообщений о вреде для здоровья фактически должны быть представлены на упаковке (включая указание места, формулировок, размера, цвета, шрифта, компоновки, качество печати), в том числе и на внутренних и внешних вложениях и внутренних сообщениях;

- различные предупреждения и сообщения о вреде для здоровья для различных видов табачных изделий, если это целесообразно;
- в случае необходимости, указание источника, включая местоположение, текст и шрифт (подробные указания, аналогичные самим предупреждениям и сообщениям о вреде для здоровья); и
- запрещение стимулирования продажи с помощью ложных, вводящих в заблуждение или обманных, либо создающих неправильное впечатление средств, в соответствии со Статьей 11.1(a) Конвенции.

### **Справочный документ**

Сторонам следует рассмотреть возможность предоставления «справочного документа», в котором будут содержаться высококачественные визуальные образцы того, как все предупреждения и сообщения о вреде для здоровья должны быть представлены на упаковке. Такой справочный документ является особенно полезным в тех случаях, когда формулировки юридических мер не являются достаточно четкими.

### **Клейкие этикетки и обертки**

Сторонам следует обеспечить, чтобы клейкие этикетки, ярлыки, коробки, обертки, гильзы, оболочки и пропагандистские внутренние и внешние вложения изготовителей табачных изделий не закрывали, не прикрывали и не нарушали предупреждения и сообщения о вреде для здоровья. Например, клейкие этикетки можно разрешить только в том случае, если их невозможно удалить и только для использования на металлических и деревянных контейнерах, содержащих иные продукты, чем сигареты.

### **Юридическая ответственность за соблюдение**

Сторонам следует указать, что изготовители, импортеры, предприятия оптовой и розничной торговли табачными изделиями несут юридическую ответственность за соблюдение мер по упаковке и маркировке.

### **Наказания**

Для предотвращения несоблюдения закона Сторонам следует рассмотреть возможность указания ряда штрафов или штрафных санкций, соизмеримых с тяжестью нарушения и зависящих от повторности нарушения.

Сторонам следует рассмотреть возможность введения любых других наказаний, соответствующих правовой системе и культурным условиям Стороны, которые могут предусматривать формулирование и применение наказаний, а также временный отзыв, ограничение и отмену лицензий на ведение дел и импортных лицензий.

### **Полномочия в сфере правоприменения**

Сторонам следует рассмотреть возможность наделения правоприменяющего органа полномочиями для наказания нарушителей посредством отзыва несоответствующих

требованиям табачных изделий и возмещения всех расходов, связанных с таким отзывом, а также полномочиями налагать любые санкции, которые будут признаны необходимыми, включая конфискацию и уничтожение изделий, не соответствующих требованиям. Кроме того, Стороны должны иметь возможность предать гласности наименования нарушителей и характер их правонарушений.

### **Самый поздний срок начала поставок**

Для обеспечения своевременного внедрения предупреждений и сообщений о вреде для здоровья в юридических мерах должен быть указан конкретный конечный срок, после которого изготовители, импортеры, предприятия оптовой и розничной торговли должны поставлять только те виды табачной продукции, которые соответствуют новым требованиям. Необходимо, чтобы выделенное время было достаточным лишь для предоставления возможности изготовителям и импортерам организовать печать новых упаковок. В большинстве обстоятельств период в 12 месяцев с момента принятия юридических мер является достаточным.

### **Пересмотр**

Сторонам следует признать, что разработка юридических мер в отношении упаковки и маркировки табачных изделий не является одноразовым мероприятием. Юридические меры должны периодически пересматриваться и обновляться по мере появления новых фактов и устаревания предыдущих предупреждений и сообщений о вреде для здоровья. При проведении периодического пересмотра или обновления Сторонам следует учитывать свой опыт применения мер в отношении упаковки и маркировки, опыт других юрисдикций и практику промышленности в этой области. Такие пересмотры или обновления могут помочь выявить слабости и лазейки, а также высветить области, в которых следует уточнить формулировки таких мер.

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИСПОЛНЕНИЯ**

### **Инфраструктура и бюджет**

Сторонам следует рассмотреть возможность обеспечения наличия инфраструктуры, необходимой для деятельности по соблюдению и исполнению требований. Стороны должны также предусмотреть бюджет для такой деятельности.

### **Стратегии**

Для усиления соблюдения Сторонам следует проинформировать участников о требованиях закона до его вступления в силу. Различные стратегии могут потребоваться в отношении различных участников, например в отношении изготовителей, импортеров и розничных торговцев табаком.

Сторонам следует рассмотреть возможность использования инспекторов или агентов для проведения регулярных выборочных проверок табачных изделий на предприятиях по производству и импорту, а также в пунктах продажи, чтобы обеспечить

соблюдение требований закона в отношении упаковки и маркировки. Возможно, не будет необходимости в создании новой системы инспектирования, если уже имеются механизмы, которые можно расширить для проведения требуемых проверок соответствующих помещений. В случае применимости участников следует проинформировать о том, что табачные изделия будут подвергаться регулярным выборочным проверкам в местах продажи.

### **Реагирование на несоблюдение**

Сторонам следует принять меры к тому, чтобы их органы по обеспечению исполнения были готовы быстро и решительно реагировать на случаи несоблюдения. Сильные, своевременные меры в ответ на ранние случаи обеспечат понимание того, что соблюдение является обязательным, и будут способствовать обеспечению исполнения в будущем. Сторонам следует рассмотреть возможность предания гласности действий по обеспечению применения, чтобы направить четкое сообщение о том, что несоблюдение будет расследоваться и будут приняты меры.

### **Сообщения о случаях несоблюдения**

Сторонам следует рассмотреть возможность поощрения населения к тому, чтобы оно сообщало о случаях нарушения, чтобы далее содействовать соблюдению закона. Для информирования о предполагаемых случаях несоблюдения закона, возможно, будет целесообразным создание контактного пункта по обеспечению исполнения. Стороны должны обеспечить расследование предполагаемых случаев и их изучение своевременным и тщательным образом.

## **МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА МЕР В ОТНОШЕНИИ УПАКОВКИ И МАРКИРОВКИ**

Сторонам следует рассмотреть возможность мониторинга и оценки своих мер в отношении упаковки и маркировки, для того чтобы оценить их результативность, а также выявить, в каких областях необходимы улучшения. Мониторинг и оценка способствуют также получению фактических данных, которые могут оказать помощь в усилиях, предпринимаемых другими Сторонами по осуществлению своих мер в отношении упаковки и маркировки.

Мониторинг соблюдения табачной промышленностью следует начать сразу же после вступления в силу юридических мер и затем проводиться постоянно.

### **Воздействие на население**

Важно оценивать воздействие мер в отношении упаковки и маркировки на целевые группы населения. Сторонам следует изучить возможность проведения измерений по таким аспектам, как: заметность, понимание, доверие, информативность, запоминаемость и индивидуальное соответствие предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, медико-санитарные знания и восприятие рисков, намерение изменить поведение и фактические изменения поведения.





# Руководящие принципы осуществления

## Статья 13



## РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 13 РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА

### РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖИ И СПОНСОРСТВО ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

#### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель настоящих руководящих принципов состоит в оказании помощи Сторонам в выполнении их обязательств по Статье 13 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака. Они основаны на наилучших имеющихся данных и опыте Сторон, успешно применивших эффективные меры против рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака. Они дают Сторонам руководство для внедрения и применения полного запрета рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, а тем Сторонам, не имеющим возможности ввести полный запрет в силу своей конституции или конституционных принципов, - руководство для как можно более широкого и всестороннего применения ограничений на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака.

Настоящие руководящие принципы обеспечивают руководство в отношении наилучшего осуществления Статьи 13 Конвенции для эффективной ликвидации рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака как на внутреннем, так и на международном уровнях.

Применяются следующие принципы:

- (a) Существует достаточно документированных свидетельств того, что реклама, стимулирование продажи и спонсорство табака увеличивают употребление табака и что полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака снижает употребление табака.
- (b) Эффективный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство за счет табака, как это признано в Статьях 13.1 и 13.2, должен быть *полным* и применяться ко *всей* рекламе, *всем видам* стимулирования продажи и ко *всему* спонсорству табака.
- (c) Согласно определениям, содержащимся в Статье 1 Конвенции, полный запрет на всю рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий применяется к *любым* формам передачи *коммерческой информации, рекомендаций или действий* и к *любым* видам *вклада* в любое событие, мероприятие или отдельное лицо *с целью, результатом или вероятным результатом прямого или косвенного* стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака.
- (d) Полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака должен включать *трансграничную рекламу, стимулирование продажи и спонсорство*. Сюда входят как *исходящие* реклама, стимулирование продажи и спонсорство (исходящие с территории Стороны), так и входя-

щие реклама, стимулирование продажи и спонсорство (поступающие на территорию Стороны).

- (e) Чтобы быть эффективным, полный запрет должен касаться *всех лиц или учреждений*, участвующих в производстве, размещении и/или распространении рекламы, стимулировании продажи и спонсорстве табака.
- (f) Эффективные *мониторинг, правоприменение и санкции*, поддерживаемые и облегчаемые благодаря мощным *программам просвещения и информирования населения*, имеют важное значение для осуществления полного запрета на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака.
- (g) *Гражданское общество* играет центральную роль в формировании поддержки, разработке и обеспечении соблюдения законов, касающихся рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, и его следует включить в этот процесс в качестве активного партнера.
- (h) Эффективное *международное сотрудничество* имеет принципиальное значение для ликвидации как внутренней, так и трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака.

## СФЕРА ОХВАТА ПОЛНОГО ЗАПРЕТА

Сфера охвата полного запрета рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака изложена в общих чертах в подразделе “Обзор” (пункты 5-11) ниже, а в последующих подразделах (пункты 12-34) рассматриваются те аспекты, которые могут создавать особые проблемы для регулирующих органов при введении полного запрета.

### Обзор

Запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство за счет табака эффективен лишь в том случае, если его охват является широким. В современных маркетинговых коммуникациях используются комплексные подходы к рекламе и стимулированию приобретения и продажи товаров, включая прямой маркетинг, связи с ответственностью, стимулирование продаж, персональную продажу и онлайн-интерактивные методы маркетинга. Если запретить только некоторые виды прямой рекламы табака, табачная промышленность неизбежно переместит свои расходы в другие стратегии рекламы, стимулирования продажи и спонсорства с помощью изобретательных косвенных способов стимулирования продажи табачных изделий и употребления табака, особенно среди молодых людей.

Следовательно, воздействие частичного запрета рекламы на потребление табака является ограниченным. Это признано в Статье 13 Конвенции, в которой изложены основные обязанности по запрету рекламы, стимулирования продажи и спонсорства за счет табака. Согласно Статье 13.1, “Стороны признают, что полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство приведет к сокращению потребления табачных изделий”.

Для осуществления полного запрета, изложенного в Статьях 13.1 и 13.2, Стороны должны запретить рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака, как они определены в Статье 1(с) и 1(г) Конвенции. В Статье 1(с) “реклама и стимулирование продажи табака” определяются как “любой вид передачи информации, рекомендации или действия с целью, результатом или вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно”. В Статье 1(г) “спонсорство табака” определяется как “любой вид вклада в любое событие, мероприятие или отдельное лицо с целью, результатом или вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно”.

Важно отметить, что как “реклама и стимулирование продажи табака”, так и “спонсорство табака” охватывают стимулирование продажи не только отдельных табачных изделий, но и употребление табака в целом; не только действия с целью стимулирования продажи, но и действия с результатом и вероятным результатом стимулирования продажи; и не только прямое стимулирование продажи, но и косвенное. “Реклама и стимулирование продажи табака” не ограничены “передачей информации”, но включают также “рекомендации” и “действия”, которые должны включать, по крайней мере, следующие категории: (а) различные меры по продаже и/или распределению<sup>1</sup>; (b) скрытые виды рекламы или стимулирования продажи, например изображение табачных изделий или употребления табака в различных средствах массовой информации; (с) увязывание различными способами табачных изделий с событиями или другими изделиями; (d) стимулирующие продажу характеристики упаковки и дизайна продукта; и (е) производство и распространение товаров, например конфет и игрушек или других предметов, которые похожи на сигареты или другие табачные изделия<sup>2</sup>. Важно отметить также, что определение «спонсорства за счет табака» охватывает «любой вид вклада» - финансового или иного, независимо от того, признается ли или оглашается ли этот вклад и каким образом.

Как прямое, так и косвенное стимулирующее воздействие может производиться путем использования слов, дизайна, изображений, звуков и цветов, в том числе фирменных наименований, торговых марок, логотипов, наименований табачных фирм или импортеров, а также цвета или цветных композиций, связанных с табачными изделиями, изготовителями или импортерами, а также использования части или частей слов, дизайна, изображений и цветов. Рекламирование самих табачных компаний (иногда упоминаемое как корпоративное рекламирование) является формой стимулирования продажи табачных изделий или употребления табака даже без упоминания фирменных наименований и торговых марок. Реклама, включающая изо-

<sup>1</sup> Например, системы стимулирования розничных торговцев, изображения в пунктах продажи, лотереи, бесплатную раздачу изделий, бесплатную раздачу образцов, скидки, конкурсы (с требованием приобретения табачных изделий или без него) и стимулирующие продажи или системы вознаграждения за преданность, например купоны на бесплатное получение продукции, предоставляемые при приобретении табачных изделий.

<sup>2</sup> Этот текст отражает дух Статьи 16.1, которая обязывает Стороны “принять и осуществить эффективные законодательные, исполнительные, административные или иные меры на соответствующем правительственном уровне для запрещения продажи табачных изделий лицам, не достигшим возраста, установленного внутренним законодательством, национальным законодательством, или восемнадцати лет. Эти меры могут включать: [...] (с) запрещение изготовления и продажи конфет, закусок, игрушек или иных предметов в форме табачных изделий, которые привлекают внимание несовершеннолетних”.

бразительные средства, и спонсорство аксессуаров для курения, таких как сигаретная бумага, фильтры и оборудование для скручивания сигарет, равно как и имитация табачных изделий также могут иметь результатом стимулирование продажи табачных изделий или употребления табака.

Следует избегать включения в законодательство перечней запрещенных видов деятельности, которые воспринимаются или могут восприниматься как исчерпывающие. Хотя часто бывает полезно дать примеры запрещенной деятельности, когда они указываются в законодательстве, следует четко указать, что это всего лишь примеры, которые не охватывают всего диапазона запрещенных видов деятельности. Ясность в этом отношении можно внести с помощью таких выражений, как “включая, но не ограничиваясь ими”, или таких всеобъемлющих фраз, как “или любой иной вид рекламы, стимулирования продажи или спонсорства табака”.

Ориентировочный (неисчерпывающий) перечень видов рекламы, стимулирования продажи или спонсорства табака, подпадающих под действие Статьи 13 Конвенции, содержится в Добавлении к настоящим руководящим принципам.

### ***Рекомендация***

Полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака должен охватывать:

- всю рекламу и стимулирование продажи, а также спонсорство табака без исключений;
- прямые и косвенные рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака;
- действия с целью стимулирования продажи и действия с результатом или вероятным результатом стимулирования продажи;
- стимулирование продажи табачных изделий и употребления табака;
- передачу коммерческой информации, коммерческие рекомендации и действия;
- любой вклад в любое событие, деятельность или лицо;
- рекламу и стимулирование продажи табачных фирменных наименований и все корпоративное стимулирование продажи; и
- традиционные средства массовой информации (печать, телевидение и радио) и все платформы этих средств, включая Интернет, мобильные телефоны и другие новые технологии, а также фильмы.

### **Розничная продажа и изображение табачных изделий**

Изображение табачных изделий в пунктах продажи само по себе является рекламой и стимулированием продажи. Изображение продукции является одним из основных средств стимулирования продажи табачных изделий и употребления табака, в том числе посредством стимулирования импульсных покупок табачных изделий, создавая впечатление, что употребление табака является социально приемлемым, и затрудняя прекращение употребления пользователями табака. Молодые люди являются особенно уязвимыми для стимулирующего воздействия изображения изделий.

Для обеспечения такого положения, при котором в пунктах продажи табачных изделий не будет никаких стимулирующих продажу элементов, Сторонам следует внедрить полный запрет на любое изображение и видимость табачных изделий в пунктах продажи, включая постоянные предприятия розничной торговли и уличных продавцов. Разрешается только текстуальный перечень изделий и цен на них без каких-либо стимулирующих продажу элементов. Так же, как и в отношении всех аспектов Статьи 13, запрет должен применяться к паромам, самолетам, портам и аэропортам.

Торговые автоматы должны быть запрещены, так как по условиям Конвенции<sup>3</sup> одно их присутствие является средством рекламы или стимулирования продажи.

#### *Рекомендация*

Изображение и видимость табачных изделий в пунктах продажи представляют собой рекламу и стимулирование продажи и, следовательно, должны быть запрещены. Торговые автоматы должны быть запрещены, так как одно их присутствие является средством рекламы и стимулирования продажи.

#### **Упаковка и характеристики изделия<sup>4</sup>**

Упаковка является важным элементом рекламы и стимулирования продажи. Табачная упаковка и характеристики изделия используются различными способами для привлечения внимания потребителей, пропаганды изделий, распространения и пропаганды индивидуальности фирменной марки, например, с помощью логотипов, цветов, шрифтов, рисунков, форм и материалов на пачках и в составе пачек, или же на отдельных сигаретах или других табачных изделиях.

Рекламное или стимулирующее продажу воздействие изображений на упаковке можно устранить с помощью требования о простой упаковке: черно-белой или с двумя другими контрастными цветами в соответствии с требованиями национальных органов; указания только фирменного наименования, наименования изделия и/или наименования изготовителя, информации для контактов и о количестве изделий в упаковке без каких-либо логотипов или других характеристик, помимо предупреждений о вреде для здоровья, налоговых марок и другой установленной правительством информации или маркировки; предписанного стиля и размера шрифта; и стандартизированной формы, размера и материалов. Не должно быть никакой рекламы или стимулов для продажи внутри или снаружи упаковки или на отдельных сигаретах и других табачных изделиях.

<sup>3</sup> Запрет торговых автоматов из-за того, что они представляют собой рекламу или стимулирование продажи, дополняет положения Статьи 16 о защите несовершеннолетних. Возможные меры, описанные в Статье 16.1 включают: «...обеспечение такого положения, при котором автоматы по продаже табачных изделий, находящиеся под юрисдикцией [каждой Стороны], были бы недоступны для несовершеннолетних и не стимулировали продажу табачных изделий несовершеннолетним», а в Статье 16.5 говорится, что «...Сторона с помощью письменного заявления, имеющего обязательную силу, может указать, что она обязуется запретить ввод в эксплуатацию автоматов по продаже табачных изделий в пределах своей юрисдикции или, в соответствующих случаях, ввести полный запрет на автоматы по продаже табачных изделий».

<sup>4</sup> См. также руководящие принципы осуществления Статьи 11, в которых рассматривается использование простой упаковки в связи с предупреждениями о вреде для здоровья и информации, вводящей в заблуждение.

Если простая упаковка еще не является обязательной, ограничения должны охватывать как можно больше характеристик дизайна, делающих табачные изделия более привлекательными для потребителей, таких как изображение животных или других фигур, забавных фраз, цветной сигаретной бумаги, привлекательного запаха, обновленных или сезонных упаковок.

### ***Рекомендация***

Упаковка и дизайн изделий являются важными элементами рекламы и стимулирования продажи. Сторонам следует рассмотреть возможность принятия требований об использовании простой упаковки, чтобы избежать рекламного или стимулирующего воздействия изображений на упаковке. Упаковка, отдельные сигареты или другие табачные изделия не должны содержать рекламы или стимулов для продажи, включая характеристики дизайна, которые делают изделия привлекательными.

### **Продажа через Интернет**

Продажам табачных изделий через Интернет внутренне присущи реклама и стимулирование продажи, как они определены в Конвенции. Эта проблема не ограничивается рекламой и стимулированием продажи, но включает также продажи несовершеннолетним, уклонение от налогов и незаконную торговлю.

Наиболее прямым способом избежать рекламу или стимулирование продажи табака в Интернете является запрет продажи табака через Интернет<sup>5</sup>. Такой запрет должен применяться не только к субъектам, продающим изделия, но и к другим предприятиям, включая компании кредитных карточек, содействующие оплате, а также к почтовым службам и службам доставки изделий.

В той мере, в какой продажи через Интернет еще не запрещены, следует принять ограничения, допускающие только текстуальные перечни изделий с указанием цен, без каких-либо рисунков или стимулирующих продажу характеристик (например, без ссылок на более низкие цены).

Учитывая скрытый характер рекламы и стимулирования продажи табака в Интернете и трудность идентификации и выявления правонарушителей, для того, чтобы эти меры заработали, необходимы специальные внутренние ресурсы. Рекомендованные в решении FCTC/COP3(14) меры по ликвидации трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, в частности определение контактных пунктов и реагирование на уведомления от других Сторон, будут способствовать тому, чтобы внутренние правоприменительные усилия не сводились на нет.

### ***Рекомендация***

Продажи табака через Интернет следует запретить, так как им внутренне присущи реклама и стимулирование продажи.

---

<sup>5</sup> Различные варианты регулирования продажи через Интернет обсуждаются Межправительственным органом по ведению переговоров в отношении Протокола о незаконной торговле табачными изделиями.

## Расширение бренда и одновременное использование бренда

“Расширение бренда” имеет место в тех случаях, когда название бренда, эмблема, торговая марка, логотип или торговый опознавательный знак, или любая другая отличительная характеристика (включая характерные сочетания цветов) табачного изделия ассоциируются с каким-либо нетабачным изделием или услугой таким образом, что может возникнуть ассоциация между табачными и нетабачными изделиями или услугами.

“Одновременное использование бренда” происходит, когда название бренда, эмблема, торговая марка, логотип или торговый опознавательный знак, или любая другая отличительная характеристика (включая характерные сочетания цветов) нетабачного изделия связываются с табачным изделием или табачной компанией таким образом, что может возникнуть ассоциация между табачным изделием или компанией и нетабачным изделием или услугой.

“Расширение бренда” и “одновременное использование бренда” должны рассматриваться как реклама и стимулирование продажи табака в той мере, в какой они имеют целью, результатом или возможным результатом стимулирование продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно.

### *Рекомендация*

Сторонам следует запретить «распространение фирменного наименования» и «присоединение фирменного наименования», так как они являются рекламой и стимулированием продажи табака.

## Корпоративная социальная ответственность<sup>6</sup>

Табачные компании все чаще стремятся представить себя как заботящихся об интересах общества, делая вклады в достойные дела или иным образом содействуя “социально ответственным” элементам их деловой практики.

Некоторые табачные компании либо прямо, либо через другие учреждения делают финансовые взносы или взносы натурой в такие организации, как коммунальные, здравоохранительные организации, организации социального обеспечения и охраны окружающей среды. Такие взносы подпадают под определение спонсорства за счет табака в Статье 1(g) и должны быть запрещены в рамках полного запрета, так как целью, результатом или вероятным результатом таких взносов является прямое или косвенное стимулирование продажи табачного изделия или употребления табака.

Табачные компании могут также пытаться осуществлять “социально ответственную” деловую практику (например, устанавливая хорошие отношения между работодателем и служащими или участвуя в управлении окружающей средой), что не

<sup>6</sup> В руководящих принципах по Статье 5.3, разработанных рабочей группой, созданной Конференцией Сторон, этот вопрос рассматривается с точки зрения защиты политики общественного здравоохранения по борьбе против табака от воздействия коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности.

подразумевает передачи пожертвований другим сторонам. Содействие такой, в других отношениях похвальной, деятельности должно быть запрещено, так как ее целью, результатом или вероятным результатом является прямое или косвенное стимулирование продажи табачного изделия или употребления табака. Общественное распространение такой информации следует запретить, за исключением целей необходимой корпоративной отчетности (например, ежегодных отчетов) или необходимых административных целей (например, для целей приема на работу и обмена информацией с поставщиками).

Следует запретить кампании просвещения населения, проводимые табачными фирмами, например “кампании предупреждения курения среди молодежи”, на том основании, что им поступают “пожертвования”, когда они проводятся другими сторонами, или что они представляют собой корпоративную рекламу, если проводятся самой табачной промышленностью.

#### ***Рекомендация***

Сторонам следует запретить взносы от табачных фирм любым другим образованиям на «социально ответственные мероприятия», так как это является спонсорством. Следует запретить придание огласке «социально ответственной» деловой практики табачной промышленности, так как оно представляют собой рекламу и стимулирование продажи.

#### **Законное выражение мнений**

Осуществление полного запрета на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака не должно препятствовать законному выражению журналистских, артистических или научных мнений или законным общественным или политическим комментариям. Примеры включают новостные изображения со случайным фоном табачного содержания, изображение исторических личностей или изложение мнений в отношении регулирования или политики. Тем не менее, можно ввести требования о соответствующих предупреждениях или оговорках.

В некоторых случаях выражение журналистских, артистических или научных мнений или же общественных или политических комментариев может содержать элементы, не оправданные по редакционным, артистическим, научным, общественным или политическим причинам, и должны рассматриваться скорее как реклама, стимулирование продажи или спонсорство, а не как действительно редакционное, артистическое или научное содержание или же действительно общественный или политический комментарий. Это является очевидным в случае если включение делается по коммерческим, связанным с табаком соображениям, например оплаченное размещение табачных изделий или изображений в средствах массовой информации.

#### ***Рекомендация***

Необходимо обеспечить, чтобы полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака не препятствовал законным видам выражения мнений, например выражению журналистских, артистических или научных мнений или



Следует определить и четко применять любое исключение из полного запрета на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака для цели предоставления информации об изделии участникам торговли табаком. Доступ к такой информации должен быть ограничен теми лицами, которые принимают торговые решения и которым впоследствии необходима такая информация.

Информационные бюллетени производителей табачных изделий могут быть освобождены от полного запрета на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака, но только в том случае, если они предназначены исключительно для служащих, подрядчиков, поставщиков и других деловых партнеров производителей табачных изделий и только в той мере, в какой их распространение ограничено этими лицами или предприятиями.

#### ***Рекомендация***

Следует определить и строго применять любое исключение из полного запрета на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака для предоставления информации в рамках торговли табаком.

#### **Конституционные принципы в связи с полным запретом**

Любая Сторона, конституция или конституционные положения которой налагают ограничения на осуществление полного запрета, согласно Статье 13 Конвенции, применяет как можно более широкие ограничения с учетом этих препятствий. Все Стороны обязаны ввести полный запрет, если только они «не в состоянии» сделать это «в силу [своей] конституции или конституционных принципов». Эту обязанность следует интерпретировать в контексте [признания] того, что они «признают, что полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство приведет к сокращению потребления табачных изделий», и с учетом общей цели Конвенции, которая состоит в «защите нынешнего и будущих поколений от разрушительных последствий для здоровья людей, а также социальных, экологических и экономических последствий потребления табака и воздействия табачного дыма» (Статья 3 Конвенции).

Признано, что вопрос о том, как учитывать конституционные принципы, должен определяться конституционной системой каждой Стороны.

#### **ОБЯЗАННОСТИ, СВЯЗАННЫЕ СО СТАТЬЕЙ 13.4 КОНВЕНЦИИ**

В соответствии со Статьями 13.2 и 13.3 Конвенции Стороны обязаны ввести полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака (или как можно более полно ограничить с учетом своей конституции или конституционных принципов). Можно ожидать, что некоторые формы рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака продолжают существовать в Сторонах, которые еще не выполнили свои обязательства по Статьям 13.2 и 13.3 Конвенции. Кроме того, некоторые очень ограниченные формы соответствующей коммерческой информации, рекомендаций или действий могут продолжать существовать после введения полного запрета, а также некоторые формы рекламы, стимулирования продажи и спонсорства

могут продолжить существовать в Сторонах, конституции или конституционные принципы которых препятствуют полному запрету.

Любая форма рекламы стимулирования продажи и спонсорства табака, которая не запрещена, должна удовлетворять требованиям Статьи 13.4 Конвенции. В частности, каждая Страна «запрещает все формы рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табачных изделий, продвигающих табачные изделия на рынок такими средствами, которые являются ложными, вводящими в заблуждение или иным образом обманными или которые могут создать неправильное представление об их характеристиках, воздействии на здоровье, опасностях или выделяемых продуктах» (13.4(a)); «требует, чтобы предупреждение о вреде для здоровья или другое соответствующее предупреждение сопровождало любую рекламу табачных изделий и, в соответствующих случаях, стимулирование продажи и спонсорство (13.4(b)); и «требует, если она не ввела полного запрета, раскрытия соответствующим государственным органам информации о расходах табачной промышленности на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, которые еще не запрещены» (13.4(d)).

Сторонам следует запретить использование любого термина, описания, торговой марки, эмблемы, маркетингового изображения, логотипа, цвета, символического или любого иного знака<sup>7</sup>, стимулирующих продажу табака или его употребление, прямо или косвенно, любыми средствами, которые являются ложными, вводящими в заблуждение или иным образом обманными или которые могут создать неправильное представление о характеристиках, воздействии на здоровье, опасностях или выделяемых продуктах любого табачного изделия или табачных изделий, или же воздействию на здоровье и опасностях употребления табака. Такой запрет должен охватывать, в частности, использование терминов «с низким содержанием смол», «легкие», «очень легкие», «мягкие», «экстра», «ультра» и другие термины на любом языке, которые могут вводить в заблуждение или создавать неправильное представление<sup>8</sup>.

Сторонам следует рассмотреть вопрос о том, чтобы придать предупреждениям о вреде для здоровья или другим предупреждениям и сообщениям, сопровождающим любую рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака, по крайней мере равное видное положение, как и рекламе, стимулированию продажи и спонсорству. Содержание требуемых предупреждений и сообщений должно быть установлено соответствующими органами и должно эффективно информировать о рисках для здоровья и наркотической зависимости от употребления табака, отбивать охоту употреблять табачные изделия и усиливать мотивацию к прекращению употребления табака. Для доведения до максимума их эффективности, такие предупреждения и другие сообщения, требуемые Сторонами согласно Статье 13.4(b) Конвенции, должны соответствовать предупреждениям и другим сообщениям на упаковке, которые Стороны требуют согласно Статье 11 Конвенции.

<sup>7</sup> Эта фраза взята из Статьи 11.1(a) Конвенции с добавлением слова «цвета», которое, по мнению рабочей группы, может использоваться для создания ложного впечатления о характеристиках, воздействии на здоровье или опасностях табачных изделий.

<sup>8</sup> См. Статью 11.1(a) и руководящие принципы осуществления Статьи 11 Конвенции.

Сторонам следует потребовать, чтобы табачная промышленность раскрывала перед соответствующими государственными органами любую рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, в которых она принимает участие. Такое раскрытие должно осуществляться через регулярные интервалы времени, установленные законом, и в ответ на конкретные запросы. Оно должно включать, как в целом, так и по отдельным маркам, следующую информацию:

- вид рекламы, стимулирования продажи или спонсорства, включая их содержание, форму и тип средства массовой информации;
- размещение и степень или частота рекламы, стимулирования продажи или спонсорства;
- указание всех учреждений, участвующих в рекламе, стимулировании продажи или спонсорстве, включая рекламные и производственные компании;
- в случае трансграничной рекламы, стимулирования продажи или спонсорства, исходящих с территории Стороны, указание территории или территорий, на которых они предполагаются, могут или будут осуществляться; и
- сумма финансовых или иных ресурсов, используемых для рекламы, стимулирования продажи или спонсорства.

Сторонам следует сделать эту информацию легкодоступной для населения (например, через Интернет)<sup>9</sup>, обеспечивая в то же время защиту торговых секретов.

Хотя обязательства, указанные в Статье 13.4(d) в отношении раскрытия информации о расходах табачной промышленности на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, которые еще не запрещены, применяются только к Сторонам, которые не ввели полного запрета, все Стороны должны осуществлять рекомендованные меры в соответствии со Статьей 13.5, которая поощряет Стороны осуществлять меры, выходящие за пределы обязательств, изложенных в Статье 13.4. Требование раскрывать табачной промышленностью информацию обо всех расходах на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, в которых она принимает участие, может помочь Сторонам, считающим, что они ввели полный запрет, выявить любую рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, которые не охвачены этим запретом или в которых табачная промышленность принимает участие в нарушение этого запрета. Требование о раскрытии может иметь дополнительное преимущество предотвращения участия табачной промышленности в рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве, в которых в противном случае она могла бы принять участие.

### **Рекомендация**

Стороны должны выполнять требования Статьи 13.4, касающиеся любой формы рекламы, стимулирования продажи или спонсорства, которые не запрещены. Стороны должны запретить все формы стимулирования продажи табачных изделий любыми средствами, которые являются ложными, вводящими в заблуждение,

---

<sup>9</sup> Это положение поддерживает обязательство по Статье 12(c) о содействии доступу населения к самой разнообразной информации о табачной промышленности, относящейся к цели Конвенции.

обманными или которые могут создать неправильное представление; потребовать наносить предупреждения или сообщения о вреде для здоровья или другие соответствующие предупреждения и сообщения; и потребовать, чтобы табачная промышленность регулярно раскрывала перед государственным органом любую рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, в которых она принимает участие. Сторонам следует сделать эту информацию легкодоступной для населения.

## СОГЛАСОВАННОСТЬ

Внутренние запреты и их эффективное осуществление являются основными элементами любого полного запрета на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака на глобальном уровне. Современные средства массовой информации, такие как Интернет, фильмы и прямое спутниковое вещание, легко пересекают границы, и многие формы рекламы, стимулирования продажи спонсорства, регулируемые внутренними правилами, например спонсорство мероприятий, передаются в другие государства и широко распространяются в них. Кроме того, реклама и стимулирование продажи часто связываются с изделиями, такими как предметы одежды и технические устройства, или появляются в публикациях и таким образом перемещаются из одного государства в другое вместе с этими изделиями.

Очевидно, что в отсутствие международного сотрудничества эффективность внутренних запретов может быть подорвана.

### **Трансграничная реклама, стимулирование продажи и спонсорство, исходящие с территории Стороны (исходящий материал)**

В Статье 13.2 Конвенции говорится, что «полный запрет ...включает, с учетом соблюдения правовых условий и наличия технических средств, имеющихся у этой Стороны, полный запрет на трансграничную рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, *исходящие с ее территории*».

Практически запрет должен охватывать, например, все публикации и продукцию, напечатанную или произведенную в пределах территории Стороны, независимо от того, ориентированы ли они на лиц, проживающих на территории Стороны, или на лиц, проживающих на территориях других государств. Часто трудно провести различие между публикациями или продукцией, ориентированными на государство происхождения и используемыми в этом государстве, и публикациями и продукцией, ориентированными на другие государства и используемыми в других государствах.

Запрет должен также распространяться на размещение табачной рекламы, стимулирование продажи и спонсорство в Интернете или другой трансграничной коммуникационной технологии любым лицом или учреждением на территории Стороны, независимо от того, ориентирован ли материал на лиц, находящихся за пределами или внутри территории данной Стороны.

Кроме того, запрет должен также применяться к любому лицу или учреждению, распространяющему табачную рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, которые могут быть получены в другом государстве.

Полный запрет на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство, исходящий с территории Стороны, должен также обеспечивать такое положение, при котором граждане Стороны - физические или юридические лица - не принимают участие в рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве на территории другого государства, независимо от того, импортируются ли они обратно в их государство происхождения.

### **Трансграничная реклама, стимулирование продажи и спонсорство, поступающие на территорию Стороны**

В Статье 13.7 Конвенции говорится, что «Стороны, которые уже ввели запрет на некоторые формы табачной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства, имеют суверенное право запретить такие формы трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства, *поступающие на ее территорию*, и налагать такие же санкции, как и те, которые применяются к внутренней рекламе, стимулированию продажи и спонсорству, исходящих из ее территории, в соответствии со своим национальным законодательством».

Применение запрета должно охватывать, например, публикации и продукцию, напечатанные или произведенные в других государствах и поступающие на территорию Стороны или предназначенные для лиц на этой территории. Сторонам следует рассмотреть возможность проведения выборочных проверок импортируемых поставок печатных публикаций. Если такие публикации напечатаны, опубликованы или распространены гражданами Стороны или учреждениями, работающими на территории Стороны, они должны подлежать ответственности и запрет к ним должен применяться в максимально возможной степени<sup>10</sup>. Запрет должен также применяться ко всему содержанию Интернета, доступному на территории Стороны, и к любому другому аудио, видео или аудиовизуальному материалу, распространяемому на территории Стороны или иным образом поступающему на территорию Стороны, независимо от того, ориентированы они или нет на лиц, находящихся на территории этой Стороны.

#### **Рекомендация**

Стороны, которые ввели полный запрет или ограничения на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака, должны обеспечить, чтобы любая реклама, стимулирование продажи и спонсорство, исходящие с их территории, были запрещены или ограничены таким же образом, как и внутренняя реклама, стимулирование продажи и спонсорство табака. Сторонам следует использовать свое суверенное право принимать эффективные меры для ограничения или предотвращения любой трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства, поступающих на их территорию, будь то из Сторон, установивших ограничения, или из несторон, признавая тот факт, что в некоторых случаях эффективные меры, возможно, необходимо будет рассматривать в Протоколе.

---

<sup>10</sup> В некоторых случаях Страна может также усилить свой запрет в отношении неграждан. Вопрос о том, как рассматривать граждан других Стран, может быть предметом положений возможного протокола о трансграничной рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве.

## ОТВЕТСТВЕННЫЕ СУБЪЕКТЫ

Ответственные субъекты должны быть определены широко и охватывать всю цепочку маркетинга. Главная ответственность должна быть возложена на инициатора рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, обычно на производителей табачных изделий, оптовые предприятия, импортеров, розничных торговцев и их агентов и ассоциации.

Кроме того, многие другие субъекты, которые участвуют в рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве табака, также должны нести ответственность.

Ответственность не может возлагаться на все субъекты одинаковым образом, так как их участие в производстве, размещении и распространении рекламы, стимулировании продажи и спонсорстве является различным. В случае спонсорства табака ответственными субъектами являются те, которые делают вклад в любой соответствующей форме, которые получают вклад в любой форме, и любые посредники, которые способствуют передаче или получению любой соответствующей формы вклада. В том случае, если реклама и стимулирование продажи табака связаны с передачей информации, способ возложения ответственности на субъекты будет зависеть от их роли в производстве и распространении содержания передаваемой информации и от возможностей контроля над ним. Субъект-распространитель должен нести ответственность в той мере, в какой ему известно или могло быть известно содержание рекламы и стимулирования продажи. Это справедливо независимо от применяемой технологии средств массовой информации или коммуникаций, но применяется особо для контроля содержания в Интернете и содержания прямого спутникового вещания.

В связи со всеми формами средств массовой информации и коммуникаций:

- Лицам или учреждениям, которые производят или публикуют информационное содержание (например, рекламные агентства, дизайнеры, издатели газет и других печатных материалов, вещательные компании, продюсеры фильмов, телевизионных и радиопрограмм, производители игр, выступающие в прямом эфире, а также отвечающие за содержание в Интернете, мобильных телефонах, спутниковом вещании и играх) следует запретить включать рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака.
- Лицам или учреждениям, например работающим в средствах массовой информации и организаторам мероприятий, спортсменам, знаменитостям, кинозвездам и другим артистам, следует запретить принимать участие в рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве табака.
- Конкретные обязательства (такие как лишение или отключение доступа к содержанию) следует применять в отношении других учреждений, участвующих в аналоговых или цифровых средствах массовой информации и коммуникаций (таких как общественные сетевые сайты, провайдеры услуг в Интернете и телекоммуникационные компании) после получения ими уведомления о рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве табака.

В случае юридических лиц ответственность, как правило, должна возлагаться на компанию, а не на отдельного служащего.

Контракт, соглашение или договоренность, касающиеся рекламы, стимулирования продажи или спонсорства табака, следует признать недействительными, если они заключены в нарушение полного запрета.

В отношении Интернета, например, существует пять основных категорий ответственных субъектов, на которые следует наложить запреты или возложить конкретные обязательства.

- *Производители информационного содержания* создают содержание или инициируют его создание. Они включают табачные компании, рекламные агентства, продюсеров телевизионных программ, фильмов и игр, распространяемых в онлайн-режиме. Производителям информационного содержания следует *запретить* включать рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака в производимое ими информационное содержание.
- *Издатели информационного содержания* включают издателей и учреждения, которые отбирают содержание до предоставления пользователям Интернета (например, новостные или вещательные сайты в Интернете). Издателям информационного содержания следует *запретить* включать рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака в предоставляемое ими информационное содержание.
- *Хост-системы информационного содержания* - это учреждения, которые контролируют подключенные к Интернету компьютерные серверы, в которых хранится информационное содержание, включая учреждения, которые агрегируют произведенное другими информационное содержание без отбора содержания до предоставления пользователям Интернета (например, общественные сетевые сайты Интернета). Хост-системы должны быть *обязаны лишать доступа или отключать доступ* к рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табака *после получения ими уведомления о содержании*.
- *Навигационные системы информационного содержания* - это учреждения, помогающие установить местонахождение информационного содержания пользователям коммуникационных услуг, такие как поисковые системы Интернета. Навигационные системы информационного содержания должны быть *обязаны отключать доступ* к рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табака *после получения ими уведомления о содержании*.
- *Провайдеры доступа* - это учреждения, которые предоставляют конечным пользователям доступ к коммуникационным услугам, такие как провайдеры Интернет-услуг и компании мобильных телефонов. Провайдеры доступа должны быть *обязаны отключать доступ* к рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табака *после получения ими уведомления о содержании*.

В отличие от обязательств производителей, издателей и хост-систем информационного содержания, Стороны могут ограничить обязательства, налагаемые на навигационные системы информационного содержания и провайдеров доступа, применением разумных усилий для лишения доступа с учетом того, что в действительности является технически возможным.

### **Рекомендация**

Учреждения, отвечающие за рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака, должны быть определены широко, и способ возложения на них ответственности должен зависеть от их роли.

Главная ответственность должна быть возложена на инициатора рекламы, стимулирования продажи и спонсорства, обычно на производителей табачных изделий, оптовые предприятия, импортеров, розничных торговцев и их агентов и ассоциации.

Лицам или учреждениям, которые производят или публикуют информационное содержание в средствах массовой информации, следует запретить включать рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака в производимое или публикуемое ими информационное содержание.

Лицам или учреждениям (таким как организаторы мероприятий, спортсмены и знаменитости) следует запретить принимать участие в рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве табака.

Конкретные обязательства (например, обязательство устранить содержание) следует применять в отношении других учреждений, участвующих в аналоговых или цифровых средствах массовой информации, после получения ими уведомления о рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве табака.

## **ВНУТРЕННЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ ЗАКОНОВ О РЕКЛАМЕ, СТИМУЛИРОВАНИИ ПРОДАЖИ И СПОНСОРСТВЕ ТАБАКА**

### **Санкции**

Сторонам следует внедрить и применять эффективные, пропорциональные и убедительные наказания (включая штрафы, исправительные рекламные меры, приостановление или прекращение действия лицензии). Для того чтобы наказания были эффективным сдерживающим средством, они должны иметь разную степень и быть соизмеримыми с характером и серьезностью нарушения (нарушений), включая первое нарушение, и должны перевешивать потенциальные экономические выгоды, получаемые от рекламы, стимулирования продажи или спонсорства.

Повторные нарушения должны влечь за собой исключительно значимое наказание для производителя или ответственного субъекта. В случае частых или грубых нарушений должны быть наложены еще более сильные санкции, в том числе возможное тюремное заключение. Санкции должны также включать обязанность исправить нарушение, например посредством:

- устранения рекламы, стимулирования продажи или спонсорства табака;
- публикации судебного постановления таким образом, который определен судом и за счет стороны или сторон, указанных судом; и
- финансирования исправительной рекламы или контр-рекламы.

Санкции должны применяться к действиям учреждений, а не только отдельных лиц (включая корпорации, которые можно считать ответственными за действия связан-

ных с ними юридических лиц, находящихся за пределами территории, но действующих на данную территорию). Санкции должны также применяться к действиям менеджеров, директоров, должностных лиц и/или юридических представителей корпораций, если они отвечают за действия корпораций.

Выдача лицензий производителям табачных изделий, оптовым торговцам, импортерам и розничным торговцам может быть эффективным методом контроля рекламы, стимулирования продажи и спонсорства. Лицензия может выдаваться или возобновляться только в том случае, если податель заявки может обеспечить соблюдение законных требований. В случае несоблюдения лицензия может быть изъята на некоторое время или отменена. Для корпораций, прямо не участвующих в производстве или продаже табачных изделий, например вещательных компаний, если требуется, чтобы они получали лицензии, соблюдение положений в отношении рекламы, стимулирования продажи или спонсорства табака должно быть включено в критерии предоставления, возобновления, временного лишения или отзыва лицензии.

Если устрашающие санкции существуют, органы правоприменения могут успешно положить конец незаконной практике без судебного разбирательства (например, с помощью контактов, совещаний, предупреждений, административных постановлений и периодических штрафных выплат).

### **Мониторинг, правоприменение и доступ к правосудию**

Сторонам следует назначить компетентный независимый орган для мониторинга и применения законов и предоставить ему необходимые полномочия и ресурсы. Это учреждение должно иметь полномочия по расследованию жалоб, конфискации незаконной рекламы или средств стимулирования продажи, высказыванию своего мнения в отношении жалоб и/или инициации надлежащих судебных процедур.

Гражданское общество и отдельные граждане должны принимать участие в мониторинге и эффективном применении запрета. Предполагается, что гражданское общество, в частности, учреждения общественного здравоохранения, медико-санитарной помощи, профилактики, охраны здоровья молодежи или организации потребителей, будут осуществлять строгий мониторинг, и в законодательстве должно быть указано, что члены общества могут инициировать жалобы.

Кроме того, должны существовать варианты обращения к гражданскому праву для противодействия рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табака. Национальный закон должен давать возможность любому заинтересованному лицу или неправительственной организации инициировать правовое действие против незаконной рекламы, стимулирования продажи или спонсорства табака.

Программа правоприменения может включать возможность подачи жалоб по бесплатной телефонной связи, через веб-сайт в Интернете или подобные системы для поощрения населения сообщать о нарушениях закона.

### **Рекомендация**

Сторонам следует ввести и применять эффективные, пропорциональные и убедительные наказания. Им следует назначить компетентный независимый орган для

мониторинга и применения закона и предоставить ему необходимые полномочия и ресурсы. Гражданское общество должно принимать участие в мониторинге и применении закона и иметь доступ к отправлению правосудия.

## **ПРОСВЕЩЕНИЕ И ИНФОРМИРОВАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ**

В духе Статьи 12 Конвенции<sup>11</sup> Сторонам следует поощрять и укреплять информирование населения о рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве табака во всех секторах общества, используя все имеющиеся средства передачи информации. Сторонам следует, в частности, принять надлежащие меры к тому, чтобы способствовать более широкому доступу к эффективным, всесторонним программам просвещения и информирования населения, подчеркивающим значение полного запрета, разъясняющим населению его необходимость и объясняющим, почему реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачной промышленности являются неприемлемыми.

Привлечение поддержки населения к мониторингу соблюдения и сообщению о нарушениях законодательства против рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака является важным элементом правоприменения. Для того чтобы члены общества могли выполнять эту роль, они должны быть проинформированы о проблеме и понимать закон и способы, с помощью которых они могут воздействовать на нарушения.

Сторонам следует осуществить программы просвещения и информирования населения, проинформировать население о существовании законов, направленных против рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, о шагах, которые могут быть приняты для информирования соответствующего правительственного учреждения о любой рекламе, стимулировании продажи и спонсорстве, а также о мерах, которые могут быть приняты против лица, которое участвует в рекламе, стимулировании продажи или спонсорстве табака в нарушение закона.

### **Рекомендация**

Сторонам следует поощрять и укреплять во всех секторах общества информированность населения о необходимости устранения рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, законы против рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, а также способы, с помощью которых члены общества могут противодействовать нарушениям законов.

## **МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО**

Эффективность усилий по ликвидации рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака зависит не только от инициатив, предпринятых отдельными

<sup>11</sup> «Просвещение, передача информации, подготовка и информирование населения».

Сторонами, но и от степени, в которой Стороны сотрудничают в преодолении рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака. Эффективное международное сотрудничество будет иметь важное значение для ликвидации как внутренней, так и трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака.

Стороны Конвенции уже имеют взятые обязательства в отношении международного сотрудничества, в том числе согласно Статье 13.6 (*Сотрудничество в разработке технологий и других средств, необходимых для содействия ликвидации трансграничной рекламы*); Статье 19 (*Ответственность*); Статье 20 (*Научные исследования, эпиднадзор и обмен информацией*), в частности согласно Статье 20.4 (*Обмен открытой научно-технической, социально-экономической, коммерческой и юридической информацией, а также информацией в отношении практики табачной промышленности*); Статье 21 (*Отчетность и обмен информацией*), Статье 22 (*Сотрудничество в научно-технической и юридической областях и предоставление соответствующего опыта*) и Статье 26 (*Финансовые ресурсы*).

Помимо рекомендаций, сделанных в настоящих руководящих принципах, Конференция Сторон также рекомендует другие меры, которые будут содействовать ликвидации трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства, обмену информацией и другому сотрудничеству между Сторонами<sup>12</sup>. Применение таких мер в отношении внутренней рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака также даст положительные результаты, признавая тот факт, что Стороны получают преимущества от обмена информацией, теоретическим и практически опытом в отношении всей рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, а не только в отношении трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака.

---

<sup>12</sup> Решение FCTC/COP3(14).

## ДОБАВЛЕНИЕ

### Ориентировочный (неисчерпывающий) список видов рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табака, касающихся условий Конвенции

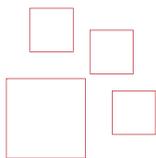
- передача информации с помощью аудио, визуальных и аудиовизуальных средств: печати (включая газеты, журналы, брошюры, листки, афиши, бланки, щитовую рекламу, плакаты, знаки), телевидения и радио (включая наземные и спутниковые), фильмов, цифровых видеодисков, видеоматериалов и компакт-дисков, игр (компьютерных игр, видеоигр или онлайн-игр) и других цифровых коммуникационных платформ (включая Интернет и мобильные телефоны), театральных или других постановок, идущих не в записи, а также товарных знаков на автотранспортных средствах;
- размещение фирменных наименований, в том числе и в местах проведения развлекательных мероприятий и местах розничной торговли, а также на автотранспортных средствах и оборудовании (например, используя фирменные цвета или расположение цветов, логотипы или торговые марки);
- изображение табачной продукции в пунктах продажи;
- автоматы по продаже табачных изделий;
- продажа табачных изделий через Интернет;
- распространение фирменных наименований и присоединение фирменных наименований;
- размещение продукции (то есть включение или ссылка на табачное изделие, услугу или торговую марку в контексте передачи информации (см. выше)) за плату или другие соображения;
- предоставление подарков или продукции со скидкой за приобретение табачных изделий (колец для ключей, футболок, бейсбольных касок, зажигалок);
- предоставление бесплатных образцов табачных изделий, в том числе в связи с маркетинговыми обследованиями и дегустацией;
- стимулирующее продвижение на рынок или системы вознаграждения за верность, например предоставление подлежащих оплате купонов вместе с приобретением или независимо от приобретения табачных изделий;
- состязания, связанные с табачными изделиями или фирменными наименованиями, независимо от того, требуется ли приобретение табачного изделия или нет;
- прямая ориентация на отдельных людей с помощью пропагандистских (и информационных) материалов, таких как прямые почтовые рассылки, дистанционный маркетинг, «обследования потребителей» или «исследования»;
- стимулирование продажи продукции со скидкой;
- продажа или поставки игрушек или сладостей, внешне похожих на табачные изделия;
- прямые выплаты или другие виды оплаты розничным торговцам для их поощрения или побуждения к продаже продукции по сниженным ценам, вклю-

чая программы стимулирования розничных продавцов (например, их вознаграждение за достижение определенного объема продаж);

- упаковка и характеристики дизайна изделия;
- оплата или другие выгоды в обмен на исключительную продажу конкретного изделия или продукции конкретного изготовителя в пункте розничной торговли, в каком-либо месте или во время какого-либо мероприятия, или же легко видимое изображение изделия;
- продажа, поставка, размещение или изображение изделий в учебных заведениях, гостиницах, в местах проведения спортивных, развлекательных, музыкальных, танцевальных или общественных мероприятий;
- предоставление финансовой или иной поддержки мероприятиям, деятельности, отдельным лицам или группам (например, спортивным или артистическим мероприятиям, отдельным спортсменам или командам, отдельным артистам или артистическим группам, благотворительным и социальным организациям, политикам, политическим кандидатам или политическим партиям), независимо от того, делается это в обмен или не в обмен на популяризацию, включая корпоративную социально ответственную деятельность; и
- предоставление финансовой или иной поддержки табачной промышленности лицам и организациям, отвечающим за эксплуатацию мест проведения мероприятий, например баров, клубов или других мест отдыха, в обмен на строительство или ремонт помещений для стимулирования продажи табачных изделий, или же использование или предоставление тентов и солнцезащитных зонтов.







Секретариат Рамочной  
конвенции ВОЗ по борьбе против табака  
Всемирная организация здравоохранения  
Avenue Appia 20, 1211 Geneva 27, Switzerland  
Тел: +4122 791 5043  
Факс: +4122 791 5830  
Эл. почта: [fctcsecretariat@who.int](mailto:fctcsecretariat@who.int)  
Веб-сайт: [www.who.int/fctc](http://www.who.int/fctc)

