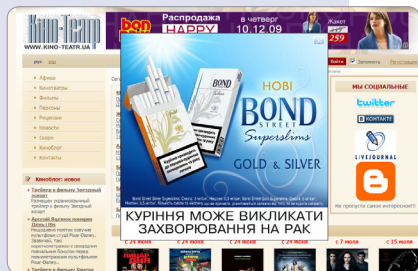
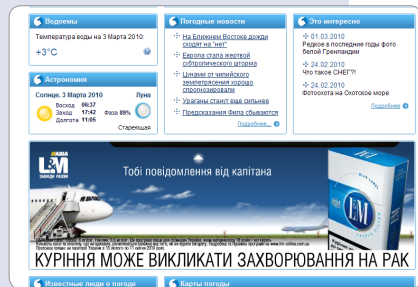


## Законопроект № 5164 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України» щодо повної заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів повинен заборонити всі види Інтернет-реклами тютюну.



- ▶ Згідно керівних принципів Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну (РКБТ) «повна заборона на всі форми реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів повинна охоплювати... всі засоби масової інформації, в т. ч. Інтернет, мобільні телефони та інші нові технології».<sup>1</sup>
- ▶ Заборона реклами тютюну має бути повною і всеохоплюючою. Щоб уникнути юридичних питань та ускладнень, закон не повинен містити перелік видів та місць, де реклама заборонена.
  - Часткова заборона менш ефективно скорочує споживання тютюну ніж повна заборона. Часткова заборона дозволяє тютюновій галузі використовувати лазівки в законодавстві. Дослідження, проведене в 30 країнах, що розвиваються<sup>2</sup>, виявило, що часткова заборона скорочує споживання на 13,6%, а повна заборона – на 23,5%.<sup>3</sup>
  - Якщо реклама тютюну в Україні буде лише частково заборонена в Інтернеті, тютюнова промисловість використовуватиме всі доступні засоби, щоб залучати молодь та нових споживачів.
- ▶ Інтернет-реклама не повинна становити виключення у списку заборонених видів реклами тютюнових виробів. Щонайменше 17 європейських країн вже заборонили рекламу тютюнових виробів в Інтернеті.<sup>4</sup> Багато популярних сайтів, такі як **Google, Bing, Yahoo, eBay** і **Facebook**, добровільно заборонили рекламу тютюнових виробів на своїх сайтах.<sup>5-9</sup>
- ▶ Заборона Інтернет-реклами тютюнових виробів не вплине на рекламний дохід українських Інтернет-ЗМІ. У 2009 році Інтернет-реклама тютюну склала близько 4-5 мільйонів гривень<sup>10</sup>, лише 3% від загального ринку Інтернет-реклами в Україні за рік (160 млн. грн.)<sup>11</sup>
- ▶ Тютюнові компанії вбачають величезний потенціал на ринку Інтернет-реклами. Впродовж десяти років кількість користувачів Інтернету в Україні збільшилася в 75 разів – з 200 тис. користувачів у 2000 році до 15,3 млн. у 2010 році.<sup>12</sup> Необхідно обмежити можливості тютюнової галузі використовувати Інтернет з метою реклами тютюнових виробів для молоді та інших потенційних споживачів.
- ▶ Перевірка віку під час продажу та/або рекламування тютюнових виробів через Інтернет виявилася не ефективною<sup>13</sup>, тому навряд чи методи для перевірки віку, які використовуються на веб-сайтах з рекламою тютюну, будуть працювати.
- ▶ Заборона в Інтернеті рекламування конкретного інформаційного змісту не рідкість. В Україні вже регулюється розповсюдження деяких видів інформації, і при цьому поширення в Інтернеті не вказується як виняток. Серед прикладів – розповсюдження дитячої порнографії та поширення державних таємниць.

**РЕГІОНАЛЬНИЙ ЦЕНТР ГРОМАДЯНСЬКОГО ПРЕДСТАВНИЦТВА «ЖИТТЯ»**  
Вул. Прорізана, 4, кв. 32  
Київ 01034  
Телефон/факс: +38 044 278 89 07  
мобільний: +38 050 312 39 74  
E-mail: andriy@center-life.org

(1) Рамкова конвенція Всесвітньої організації охорони здоров'я із боротьби проти тютюну (ВООЗ). Керівні принципи: стаття 5.2, стаття 8, стаття 11, стаття 13. Женева: ВООЗ; 2009. Доступно на: <http://www.who.int/fctc/guidelines/en/>. (2) Дослідження проводилось у Чехії, Угорщині, Польщі та Росії (3) Blecher E. The impact of tobacco advertising bans on consumption in developing countries. Journal of Health Economics. Липень 2008 р.; 27(4):930-42. (4) Вірменія, Австрія, Хорватія, Кіпр, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Італія, Латвія, Македонія, Португалія, Румунія, Словенія, Іспанія і Туреччина. (5) Disallowed content guidelines-Tobacco and electronic cigarettes. 2011; Доступно на: <http://advertising.microsoft.com/support-center/search-advertising/disallowed-content-guidelines#DC22>. (6) Tobacco policy. ebay; 2011; Доступно на: <http://pages.ebay.com/help/policies/tobacco.html>. (7) Facebook advertising guidelines. Facebook; 2011; Доступно на: [http://www.facebook.com/ad\\_guidelines.php](http://www.facebook.com/ad_guidelines.php). (8) Tobacco products. Google; 2011; Доступно на: <http://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=en&answer=176038>. (9) Ad Policies. YouTube; 2011; Доступно на: [http://www.youtube.com/t/advertising\\_policies](http://www.youtube.com/t/advertising_policies). (10) «ВКонтакте» не будет рекламировать алкоголь и сигареты. 2011. Доступно на: [http://ain.ua/2011/02/10/42571?utm\\_source=twitterfeed&utm\\_medium=twitter](http://ain.ua/2011/02/10/42571?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter) (11) Intum. The online advertising market. Yesterday. Today. Tomorrow. Intum; 2010 [процитовано 15 лютого 2011 р.]; Доступно на: <http://www.intum.net.ua/en/analytics/35-mysli-vsluh/52-2010-04-08-12-10-10>. (12) Internet World Stats. Ukraine- Internet usage and marketing report. 2010 [оновлено 29 червня 2010 р.]; Доступно на: <http://www.internetworldstats.com/euro/ua.htm>. (13) Ribisl KM, Williams RS, Kim AE. Internet sales of cigarettes to minors. Journal of the American Medical Association. 10 вересня 2003 р.; 290(10):1356-9.