

Підтримайте повну заборону реклами тютюну! ¹



- ▶ 11 млн. (28,8%) дорослого населення² України та 24% молоді³ курять. В Україні куріння починається рано. Половина чоловіків, які курять, почали палити у віці до 15 років, у той час як половина жінок, що курять, – у віці до 17 років.⁴
- ▶ Тютюнові компанії витрачають мільярди на просування тютюнових виробів. Реклама, стимулювання продажу й спонсорство тютюну створені таким чином, щоб курці продовжували курити, а нові курці приходили на зміну 115 тисячам українців, які щороку вмирають від захворювань, пов'язаних з курінням.⁵
- ▶ У 2006 р. Україна підписала Рамкову конвенцію ВООЗ із боротьби проти тютюну (РКБТ), Стаття 13 якої вимагає введення повної заборони на всі прямі і непрямі види реклами, стимулювання продажу й спонсорство тютюну до 4 вересня 2011 р. Настав час діяти!
- ▶ Чинне законодавство обмежує рекламу тютюнових виробів у приміщеннях, на вулиці, в засобах масової інформації, таких як телебачення, радіо та преса. У цілому, рекламні доходи ЗМІ від поточної заборони не постраждали. За даними «Телекритики», в 2010 р. доходи преси від реклами зросли на 14%, радіо – на 23%, відповідно.⁶
- ▶ Щоб зупинити тютюнову епідемію в Україні, слід посилити чинне законодавство щодо реклами тютюну. Тютюнова галузь активно використовує лазівки в чинному законодавстві, зокрема:
 - **Спонсорство заходів:** Тютюнова галузь виступає спонсором молодіжних заходів по всій Україні. Під час таких заходів, як, наприклад, Urban Wave (міська хвиля), активно рекламуються тютюнові вироби. Така реклама називається «темним маркетингом»⁷ і у більшості випадків спрямована на молодь, а також часто потрапляє на очі дітям. Спонсорство заходів зараз заборонено в 32 європейських країнах, у т. ч. в Білорусі, Азербайджані, Боснії і Герцеговині, Чехії й Польщі.⁸
 - **Пожертвування та інші програми корпоративної соціальної відповідальності:** Тютюнова промисловість використовує пожертвування міжнародним організаціям та підтримує інші соціальні програми з метою завоювати прихильність громадськості й політиків. Насправді ж, тютюнові компанії продають продукт, який щороку вбиває близько 115 000 українців.⁹
 - **Пункти продажу:** Дозвіл реклами в пунктах продажу збільшує вірогідність того, що діти почнуть курити. Цей вид рекламних текстів та зображень охоплює всіх покупців, незалежно від віку або від того, чи курять вони. Близько 25% курців зазначають, що реклама в пунктах продажів стимулює не плановану купівлю

Підтримайте повну заборону реклами тютюну!¹



Підтримайте Проект Закону України № 5164 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України» щодо повної заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів. Захистіть здоров'я молоді України!

сигарет.¹⁰ Реклама в пунктах продажу заборонена у 18 європейських країнах, включаючи Польщу, Литву, Латвію, Іспанію й Словаччину.¹¹

- **Інтернет:** За даними провідної дослідницької української компанії, яка вивчає тютюновий ринок, «тютюнові компанії взаємодіють із споживачами через Інтернет і SMS. Сайти користуються популярністю соціальних мереж; тютюнові компанії намагаються через Інтернет створити для споживачів клуби за інтересами».¹² Потрібно заборонити рекламу в Інтернеті, щоб захистити від Інтернет-маркетингу вразливу молодь.

- ▶ Повна заборона реклами тютюну скорочує його рівень споживання. Часткова заборона менш ефективна, оскільки тютюнові компанії використовують лазівки в законах, щоб перевести свою маркетингову стратегію в нерегульовані форми реклами, стимулювання продажу та спонсорства.
- ▶ Запропонована заборона реклами тютюну, прийнята в нинішній редакції проекту Закону України №5164, дозволить усунути ці небезпечні лазівки, виконати зобов'язання України в рамках РКБТ і врятувати людські життя.

- 1 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.
- 2 Глобальне опитування дорослого населення щодо споживання тютюнових виробів (GATS): Україна. Всесвітня організація охорони здоров'я; 2010
- 3 Центр контролю та профілактики захворювань “Глобальне опитування молоді про тютюн” (GYTS) [база даних в Інтернеті]. Ukraine – National 2005. Атланта: Центр контролю та профілактики захворювань. 2009 [процитовано 8 лютого 2011 р.]. Доступно на: http://apps.nccd.cdc.gov/OSH_GTSS/default/Default.aspx.
- 4 Київський міжнародний інститут соціології. Тютюн в Україні: національне опитування щодо знань, ставлення та поведінки. Київський міжнародний інститут соціології; 2005. Доступно на: http://www.icps.com.ua/doc/Tobacco_in_Ukraine_ENG.pdf.
- 5 Peto R, Lopez A, Boreham J, Thun M. Mortality from smoking in developed countries 1950-2000: Україна. 2-ге видання; 2006.
- 6 Телекритика. “Рекламні доходи преси зросли на 14%, радіо – на 23%, аудтору – на 30%.” Київ: Телекритика; 2010 [процитовано 8 лютого 2011 р.]; Доступно на: <http://www.telekritika.ua/news/2010-10-25/56901>.
- 7 Cox S. Dark Marketing. Tobacco Commons; 2010 [оновлено 10 травня, 2010 р; процитовано 22 лютого 2011 р.]; Доступно на: <http://tobaccocommons.com/2010/05/10/dark-marketing/>.
- 8 ВООЗ. Звіт про глобальну тютюнову епідемію, 2009: створення середовища, вільного від тютюну. Женева: Всесвітня організація охорони здоров'я; 2009.
- 9 Peto R, Lopez A, Boreham J, Thun M. Mortality from smoking in developed countries 1950-2000: Україна. 2-ге видання; 2006.
- 10 McNeill A, Lewis S, Quinn C, et al. Evaluation of the removal of point-of-sale tobacco displays in Ireland. Tobacco Control (2010). doi:10.1136/tc.2010.038141.
- 11 ВООЗ. Звіт про глобальну тютюнову епідемію, 2009: створення середовища, вільного від тютюну. Женева: Всесвітня організація охорони здоров'я; 2009.
- 12 Euromonitor International, Cigarettes in Ukraine, жовтень 2010 р.