



# АПАРАТ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ

## Головне юридичне управління

01008, м.Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.:255-20-76

До реєстр. № 4212  
(друге читання)

### ЗАУВАЖЕННЯ

**до проекту Закону України про внесення змін до статті 22  
Закону України "Про рекламу" щодо реклами електронних сигарет,  
рідин, що використовуються в електронних сигаретах,  
пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння,  
тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН)  
за допомогою підігрівача з електронним управлінням**

У Головному юридичному управлінні розглянуто проект закону України про внесення змін до статті 22 Закону України "Про рекламу" щодо реклами електронних сигарет, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, підготовлений Комітетом Верховної Ради України з питань гуманітарної та інформаційної політики до розгляду у другому читанні, до якого висловлюються такі зауваження.

1. Законопроектом передбачається внести зміни до статті 22 Закону України "Про рекламу", згідно з якими заборону щодо реклами тютюнових виробів пропонується поширити на рекламу електронних сигарет, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням (далі – електронні сигарети).

Водночас, проектом не вносяться аналогічні за змістом зміни до статті 16 Закону України "Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення" та статті 156<sup>3</sup> Кодексу України про адміністративні правопорушення (у формі окремої законодавчої пропозиції), що мають спільний предмет правового регулювання. Так, натепер, стаття 16 вказаного Закону визначає обставини заборони реклами, стимулювання продажу та спонсорства лише тютюнових виробів.

Відтак, у випадку прийняття відповідного проекту як Закону, на законодавчому рівні діятимуть положення двох спеціальних актів, які, хоч і матимуть однакову юридичну силу, проте міститимуть норми, що одночасно дозволятимуть і заборонятимуть рекламу електронних сигарет<sup>1</sup>.

При цьому запропоновані норми статті 22 Закону України "Про рекламу" матимуть декларативний характер, оскільки чинними актами законодавства не передбачена відповідальність за вчинення зазначених порушень, а положення статті 156<sup>3</sup> Кодексу України про адміністративні правопорушення встановлюють адміністративну відповідальність особи за порушення вимог щодо заборони реклами та спонсорства лише тютюнових виробів.

Відтак, законопроект:

не містить достатніх і завершених правових механізмів реалізації його положень, як того вимагає конституційний принцип правової держави;

не враховує конституційних вимог щодо правової визначеності закону як елементу верховенства права;

закладає дискреційні повноваження державних органів та можливість діяти на власний розсуд,

що не відповідає вимогам статей 8 та 19 Конституції України та правовим позиціям Конституційного Суду України (рішення від 3 жовтня 1997 року № 4-зп, від 30 травня 2001 року № 7рп/2001, від 8 червня 2016 року № 3-рп/2016) щодо необхідності повноти законодавчого регулювання суспільних відносин і недопущення прийняття однопредметних нормативних правових актів однакової сили, які за змістом суперечать один одному.

2. Відповідно до нової редакції положення абзацу першого частини сьомого статті 22 Закону України "Про рекламу" (пункт 6 проекту) реклама тютюнових виробів та алкогольних напоїв, електронних сигарет повинна супроводжуватися текстовими написами медичних попереджень такого змісту: "Куріння може викликати захворювання на рак", "Надмірне споживання алкоголю шкідливе для вашого здоров'я", "Споживання електронних сигарет шкодить здоров'ю", "Цей виріб містить нікотин – речовину, що викликає сильну залежність".

При цьому, на відміну від чинної редакції частини сьомої статті 22 вказаного Закону, законопроект не регулює питання мінімального розміру площі (обсягу) всієї реклами тютюнових виробів та електронних сигарет, на яких повинні розміщуватися медичні попередження.

Натомість, Директивою Європейського Парламенту та Ради 2014/40/ЄС від 3 квітня 2014 року "Про наближення законів, правил та адміністративних

---

<sup>1</sup> Підготовлений до розгляду Верховною Радою України проект закону України про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну (реєстр. № 4358) визначає надто відмінний від законопроекту № 4212 перелік заборон реклами тютюнових виробів та сучасних електронних пристроїв.

положень держав-членів, що стосуються виробництва, презентації та продажу тютюну та супутніх товарів та скасування Директиви 2001/37/ЄС" визначені мінімальні розміри поверхні для розміщення медичних попереджень чи обов'язкових повідомлень на тютюнових виробах для куріння, бездимних тютюнових виробів, що, на нашу думку, не може не відображатися у рекламі відповідних товарів. Йдеться, зокрема, про чотирнадцять (а не про заявлені проектом чотири) текстові медичні попередження (додаток 1 до Директиви) та мінімальний відсоток поверхні, яку ці повідомлення можуть становити (від 30%).

**Узагальнюючий висновок:** законопроект потребує доопрацювання з урахуванням можливостей, передбачених частиною шостою статті 118 Регламенту Верховної Ради України.

**Заступник Керівника  
Головного управління**

**В. МІЛОВАНОВ**



ЄАС ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ

Підписувач: Мілованов Володимир Васильович  
Сертифікат: 58E2D9E7F900307B04000000445F29005CF69A00  
Дійсний до: 01.11.2023 0:00:00

Апарат Верховної Ради України  
№ 07/02-2021/393860 від 16.12.2021



763652