



ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

Комітет з питань свободи слова та інформаційної політики

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.: 286-83-79

№ 04-32/20-306

"13" "05" 2016 р.

Фотулу В.В.

Шановний Володимире Володимировичу!

За дорученням першого заступника Голови Верховної Ради України А.Парубія від 12 квітня 2016 року у Комітеті розглянуто петицію «Заборона на рекламу алкогольних напоїв в ЗМІ».

Ваші пропозиції вважаю справедливими. Водночас звертаю увагу на те, що частина з них вже унормована Законом.

На сьогодні питання пов'язані з рекламою алкогольних напоїв регулює стаття 22 Закону України «Про рекламу», яка визначає, що реклама алкогольних напоїв, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, забороняється:

- ✓ на радіо та телебаченні з 6 до 23 години;
- ✓ на перших і останніх сторінках газет, на обкладинках журналів та інших видань, в усіх виданнях для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих видань;
- ✓ в усіх друкованих засобах масової інформації (крім спеціалізованих видань);
- ✓ засобами внутрішньої реклами;
- ✓ за допомогою заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів алкогольних напоїв);
- ✓ на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів загального користування та метрополітену;
- ✓ засобами зовнішньої реклами.

Реклама алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої:

- ✓ забороняється на товарах та у друкованих виданнях, призначених переважно для осіб віком до 18 років, або у розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань;
- ✓ забороняється з використанням осіб віком до 18 років як фотомоделей;
- ✓ не повинна містити зображення процесу споживання алкогольних напоїв;

- ✓ не може розташовуватися ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років;
- ✓ не може формувати думку, що вживання алкоголю є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя;
- ✓ не повинна створювати враження, що вживання алкогольних напоїв сприятиме розв'язанню особистих проблем;
- ✓ не може формувати думку, що алкоголь має лікувальні якості або що він є стимулюючим чи заспокійливим засобом;
- ✓ не повинна заохочувати до вживання алкогольних напоїв або негативно розцінювати факт утримування від вживання алкогольних напоїв;
- ✓ не може містити зображень лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів;
- ✓ не повинна створювати враження, що більшість людей вживає алкогольні напої.

Дозволяється спонсорування теле-, радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів з використанням знаків для товарів та послуг, під якими випускаються алкогольні напої.

Забороняються такі види діяльності з рекламування алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої:

- ✓ спонсорування заходів, призначених переважно для осіб віком до 18 років, з використанням знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої;
- ✓ розповсюдження та продаж будь-яких товарів з використанням знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, особам віком до 18 років.

Реклама алкогольних напоїв, а також знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються дані вироби та напої, повинна супроводжуватися текстом попередження такого змісту: «Надмірне споживання алкоголю шкідливе для вашого здоров'я». Такому попередженню має бути відведено не менше 15 відсотків площі (обсягу) всієї реклами. Колір тексту попередження має бути чорним, а колір фону попередження – білим.

Текст попередження в зовнішній рекламі та рекламі в друкованих засобах масової інформації має розміщуватися горизонтально, внизу рекламного зображення.

Рекламодавці алкогольних напоїв зобов'язані у порядку, передбаченому законами України, спрямовувати на виробництво та розповсюдження соціальної реклами щодо шкоди зловживання алкоголем не менше 5 відсотків коштів, витрачених ними на розповсюдження реклами алкогольних напоїв у межах

України. Розпорядники цих коштів щоквартально оприлюднюють звіт щодо їх використання.

Реклама алкогольних напоїв, пива та/або напоїв, що виготовляються на його основі, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, пиво та/або напої, що виготовляються на його основі, не повинна містити зображення популярних осіб або пряме чи опосередковане схвалення популярними особами вживання алкоголю, пива та напоїв, що виготовляються на його основі.

Питання реклами та спонсорства на телебаченні і радіо регулюються положеннями статей 5 та 13 Закону України «Про рекламу».

Отже, в Законі України «Про рекламу» вже містяться заборони щодо реклами алкогольних напоїв. Однак Комітету відомі випадки, коли під час наведення інформації про спонсора-виробника алкогольних напоїв не у повній мірі дотримуються вимоги статті 5 Закону України «Про рекламу». Робота щодо розв'язання цієї проблематики ведеться в Комітеті.

Дякую Вам за активну громадянську позицію та прагнення до вирішення нагальних проблем в інформаційній сфері.

З повагою

Голова Комітету



Вікторія Сюмар