



ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

Комітет з питань свободи слова та інформаційної політики

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

№ 04-32/20-261

„ 17 „ 04 201 8 р.

Бакшееву С.Д.

Шановний Сергію Дмитровичу!

Петицію під назвою «Заборонити рекламу горілки» з текстом «У країні, де стоїть проблема алкоголізму, необхідна реклама здорового способу життя... Слава Україні!!!» розглянуто.

Інформуємо, що петиція, адресована парламенту, розглядається у порядку, встановленому статтею 23¹ Закону України «Про звернення громадян», за умови збору на її підтримку не менш як 25000 підписів громадян. Оскільки Ваша петиція протягом встановленого максимального строку не набрала необхідної кількості голосів, то відповідно до частини десятої зазначеної статті вона надалі розглядалася як звернення громадянина. У зв'язку з цим, з урахуванням предмета відання Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики повідомляємо Вам наступне.

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.

Крім цього, Закон унормував питання соціальної реклами, яка визначається, як інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.

Рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка особа.

Соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця (крім випадків, коли рекламодавцем є громадське об'єднання чи благодійна організація), на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами, крім реклами національних фільмів.

Реклама національних фільмів прирівнюється до соціальної реклами та може розміщуватися і розповсюджуватися, за умови дотримання вимог, встановлених абзацом дванадцятим частини першої статті 8 цього Закону.

На осіб, які безоплатно виробляють і розповсюджують соціальну рекламу, та на осіб, які передають свої майно і кошти іншим особам для виробництва і розповсюдження соціальної реклами, поширюються пільги, передбачені законодавством України для благодійної діяльності.

Засоби масової інформації - розповсюджені реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані розміщувати соціальну рекламу державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій безкоштовно в обсязі не менше 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами.

Засоби масової інформації - розповсюджені реклами, що повністю або частково фінансуються з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані надавати пільги при розміщенні соціальної реклами, замовником якої є заклади

освіти, культури, охорони здоров'я, які утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, а також благодійні організації.

Не вважаються рекламою трансляція соціальної реклами, якщо вона розповсюджується телерадіоорганізацією безкоштовно.

У Комітеті Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики робота з удосконалення законодавства у сфері реклами здійснюється постійно.

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

З повагою

Голова Комітету



Вікторія Сюмар