

Графические предупреждения о вреде курения

Опровержение аргументов табачной промышленности

В Руководящих принципах осуществления Статьи 11 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака говорится: **«Учитывая тот факт, что эффективность предупреждений и сообщений о вреде для здоровья увеличивается по мере увеличения размеров, Сторонам следует рассмотреть возможность использования таких предупреждений и сообщений о вреде для здоровья, которые занимают более 50% основной маркированной поверхности, и стремиться покрыть такими сообщениями как можно большую основную маркированную поверхность».**¹ Табачные компании выступают против крупных графических предупреждений, потому что считают их угрозой для своего бизнеса. Ниже приводятся опровержения распространенных аргументов производителей табачных изделий.

АРГУМЕНТ ТАБАЧНОЙ

ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Нет достаточных доказательств эффективности крупных графических предупреждений. Они не оказали никакого положительного воздействия в странах, в которых используются.

ОТВЕТ: Существует множество научных доказательств того, что графические предупреждения эффективны. Они повышают осведомленность о вреде табачного дыма для здоровья для курильщиков и некурящих.² Графические предупреждения останавливают молодежь от приобщения к курению³, убеждают курильщиков выкуривать меньшее количество сигарет, избегать курения в присутствии детей и беременных женщин и курить меньше дома.⁴ Графические предупреждения подталкивают курильщиков к отказу от курения⁵ и помогают избежать рецидива.

Крупные графические предупреждения значительно эффективнее текстовых предупреждений меньшего размера.⁷ Графические предупреждения работают лучше текстовых для разных расовых, этнических и социально-экономических групп.⁸ Курильщики и некурящие люди с большей вероятностью замечают и запоминают крупные графические предупреждения и часто соотносят размер предупреждений и серьезность риска.⁷

Графические предупреждения привели к снижению распространенности курения в Канаде, первой стране, начавшей размещать такие предупреждения. С момента их введения в 2001 году графические предупреждения о вреде курения привели к статистически значимому снижению распространенности курения в Канаде, в том числе среди такой ключевой группы, как молодежь.⁹

АРГУМЕНТ ТАБАЧНОЙ

ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Крупные графические предупреждения противоречат международным торговым и инвестиционным соглашениям, нарушая права интеллектуальной собственности и экспроприруя торговые марки табачных компаний.

ОТВЕТ: Табачная промышленность уже давно использует лживые аргументы о нарушении прав интеллектуальной собственности и международных торговых соглашений, чтобы не допустить или задержать принятие эффективных законодательных мер по борьбе против табака.

Табачные компании приводят подобные аргументы в отношении крупных графических предупреждений с начала 1990-х годов. Например, в 1994 году компания Philip Morris предупредила Южную Африку о том, что предложенное размещение предупреждений о вреде курения на 25% лицевой и 50% оборотной сторон пачки приведет к экспроприации ее интеллектуальной собственности и нарушению обязательств страны по международным договорам.¹⁰ Угрозы подать в суд так и не материализовались в реальные действия, и в настоящее время компания Philip Morris признает необходимость размещения предупреждений о вреде курения, занимающих 50% площади упаковки табачных изделий. Аналогичным образом табачные компании выступали против предложений о размещении более крупных графических предупреждений в Новой Зеландии,¹¹ Канаде¹² и Гонконге¹³.

После десятилетий пустых угроз компания Philip Morris International (PMI) подала иск в международный арбитражный суд против правительства Уругвая, утверждая, что антитабачные законодательные меры, в том числе требование о размещении крупных графических

предупреждений, занимающих 80% площади пачки, нарушают обязательства страны по двустороннему инвестиционному соглашению. В июле 2016 года трибунал, созданный Международным центром по урегулированию инвестиционных споров, самым решительным образом отклонил этот иск,¹⁴ подтвердив, что в соответствии с международным правом владелец товарного знака не имеет абсолютного права использования такого товарного знака, не подлежащего регулированию.

Несмотря на все заявления табачных компаний о нарушениях торговых соглашений, в системе Всемирной торговой организации никаких споров о крупных графических предупреждениях не возникало.

По меньшей мере 13 стран завершили введение графических предупреждений, покрывающих 75 или более процентов основной маркированной поверхности пачки.¹⁵

АРГУМЕНТ ТАБАЧНОЙ

ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Печать крупных графических предупреждений и необходимость их ротации слишком дороги и сложны, и требуют больше времени для исполнения, чем предоставлено правительством.

ОТВЕТ: Табачная упаковка довольно сложна и без графических предупреждений. Из-за более строгих ограничений на маркетинг производители табачных изделий рассматривают упаковку как канал продвижения своей продукции, используя такие новые решения, как выпуск сигарет «ограниченным тиражом», нанесение тиснения или оттисков, блестящие пачки, наклейки и вкладыши, тонкие пачки, круглые пачки, пачки со скошенными углами, голограммы, разделенные пачки, раздвижные пачки и технологию «поцарапай и понюхай». Табачные компании регулярно меняют дизайн упаковки и внедряют новые виды упаковок. Такого рода изменения намного сложнее и дороже, чем изменение графических предупреждений.¹⁶

Технология, требуемая для печати цветных предупреждений, широко доступна.¹⁶ Табачные компании часто адаптируют упаковки для продвижения новых продуктов и «вкусов». Размещать и ротировать графические предупреждения о вреде курения не сложнее и не дороже, чем менять внешний вид и дизайн пачки.²⁰

АРГУМЕНТ ТАБАЧНОЙ

ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Просветительские кампании более эффективны для информирования общественности об опасностях курения, чем графические предупреждения на упаковках табачных изделий.

ОТВЕТ: Основная аудитория графических предупреждений о вреде курения – это потребители табака. Графические предупреждения на табачных изделиях эффективны, потому что они обеспечивают высокую видимость среди этой аудитории: курильщики видят их каждый раз, когда покупают пачку сигарет. В странах, где разрешена открытая выкладка табачных изделий, крупные графические предупреждения о вреде курения также хорошо видимы в местах розничной продажи. В точках продажи крупные графические предупреждения о вреде курения оказывают влияние как на потребителей табака, так и на некурящих, в том числе молодежь.

Правительствам следует придерживаться комплексного и многогранного подхода к информированию общественности о вреде потребления табака. Просвещение общественности, кампании в средствах массовой информации и графические предупреждения о вреде курения являются важными компонентами комплексного подхода к информированию о вреде курения. Одновременное использование кампаний в средствах массовой информации и более эффективных предупреждений на пачках приводит к более значительному сокращению вредных последствий употребления табака, чем использование этих методов по отдельности.¹⁷

АРГУМЕНТ ТАБАЧНОЙ

ПРОМЫШЛЕННОСТИ: И курильщики, и некурящие уже знают о рисках курения. Более того, некоторые люди переоценивают риски курения для здоровья.

ОТВЕТ: У курильщиков есть существенные пробелы в знаниях о рисках курения. Курильщики, которые обращают внимание на графические предупреждения на табачных пачках, лучше осведомлены о рисках для здоровья, таких как рак легких и болезни сердца.¹⁸ Курильщики, живущие в странах, где используются графические предупреждения о вреде курения, лучше

осведомлены о рисках курения.¹⁹ Курильщики также сообщают, что получают больше информации о рисках курения с пачек, чем из любого другого источника, за исключением телевидения.²⁰ Это важно, потому что понимание рисков и опасности курения является важными факторами, побуждающими курильщиков бросить курить.

Дети, живущие в странах, где на пачках сигарет размещаются крупные графические предупреждения о вреде курения, содержащие фотографии, иллюстрирующие негативные последствия курения для здоровья, лучше знают и понимают ущерб, наносимый курением здоровью.¹⁷

АРГУМЕНТ ТАБАЧНОЙ

ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Графические предупреждения о вреде курения могут привести к росту незаконной торговли табачными изделиями и сокращению государственных доходов.

ОТВЕТ: Графические предупреждения о вреде курения не увеличивают спрос на незаконные сигареты. Наоборот, они сокращают общий спрос на сигареты за счет улучшения осведомленности о рисках, связанных с курением. Незаконная торговля зависит от предложения и спроса.²¹ Правительства могут значительно сократить поставки незаконных сигарет на рынок за счет эффективной системы налогового администрирования, которая включает мониторинг и обеспечение соблюдения требований.²²

(1) WHO Framework Convention on Tobacco Control, "Elaboration of Guidelines for Implementation of Article 11 of the Convention", 2008, http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop3/FCTC_COP3_7-en.pdf. (2) Fong, G. et al. The impact of pictures on the effectiveness of tobacco warnings. *Bulletin of the World Health Organization*. 2009;87:640-643. doi: 10.2471/BLT.09.069575. (3) Vardavas CI, Connolly G, Karamanolis K, Kafatos A. Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels. *European Journal of Public Health*. 2009 Apr;19(2):212-7. (4) Levis D.M., Stone-Wiggins B., O'Hegarty M., Tong V.T., Polen K.N., Cassell C.H. Women's perspectives on smoking and pregnancy and graphic warning labels. *Am. J. Health Behav*. 2014;38:755-764. doi: 10.5993/AJHB.38.5.13. (5) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tob Control* 2003; 12:391-5. (6) Partos, T.R., Borland, R. et al, "Cigarette packet warning labels can prevent relapse: findings from the International Tobacco Control 4-Country policy evaluation cohort study", *Tobacco Control* 2013;22:e43-e50 doi:10.1136/tobaccocontrol-2011-050254. (7) Hammond, D., "Health warning messages on tobacco products: a review", *Tobacco Control*. 2011 Sep; 20 (5): 327-37. Epub 2011 May 23. (8) Cantrell, J, Vallone, D.M et al, "Impact of Tobacco-Related Health Warning Labels across Socioeconomic, Race and Ethnic Groups: Results from a Randomized Web-Based Experiment" *PloS ONE* 2013, 8(1):e52206. (9) Azagba, S., Sharaf, M.F., "The effect of graphic cigarette warning labels on smoking behavior: evidence from the Canadian experience." *Nicotine Tob Res*. 2013 Mar; 15 (3): 708-17. Epub 2012 Sep 18. Erratum in *Nicotine Tob Res*. 2013 May; 15 (5): 1000-2; Health Canada and the Public Health Agency of Canada, "Federal Tobacco Control Strategy 2001-2011, Horizontal Evaluation", June 2012. (10) The Tobacco Institute of Southern Africa, "Submission in respect of Tobacco Products Control Amendment Bill", September 29, 1998, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/lde73a99/pdf>, accessed 11 February 2014; see also: Philip Morris International, draft letter to Director-General, National Health and Population Development, August 23, 1994, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/xot45c00>. (11) Tobacco Institute of New Zealand Limited, Submissions to Ministry of Health, December 1997, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/qee51a99>. (12) Canadian Tobacco Manufacturer's Council, Brief in Response to Health Canada's Proposals for Tobacco Act Regulations, March 12, 1999, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/pqh62c00>. (13) Tobacco Institute of Hong Kong Limited, Letter to Secretary for Health and Welfare, March 14, 1996, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/dpj44a99>; see also <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/zza55d00>. (14) The award and pleadings from the case are available here: <http://www.italaw.com/cases/460>. (15) International Legal Consortium, Tobacco Free Kids. Legislation by Country. Available from: <http://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/>. (16) Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11. Waterloo: University of Waterloo; 2008. (17) World Health Organization (WHO). WHO Report on the global tobacco epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: 2008. Available from: http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf. (18) Borland R, Hill D. Initial impact of the new Australian tobacco health warnings on knowledge and beliefs. *Tobacco Control* 1997; 6: 317-25. (19) Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM, Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control*. 2006 Jun;15 Suppl 3:iii19-25. (20) Hammond D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Waterloo: University of Waterloo; 2008. Available from: [http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20\(Hammond%202008\).pdf](http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20(Hammond%202008).pdf). (21) Joossens L, Raw M From cigarette smuggling to illicit tobacco trade *Tobacco Control* 2012;21:230-234. (22) WHO. Technical Manual on Tobacco Tax Administration. 2010. Available from: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/44316/1/9789241563994_eng.pdf.