ТАБАЧНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

КАК РОССИЯ БОРЕТСЯ С КУРЕНИЕМ: АНТИТАБАЧНЫЕ КОНЦЕПЦИИ МИНЗДРАВА И ИХ ПРОТИВНИКИ /4
МИРОВОЙ ОПЫТ ВВЕДЕНИЯ ОБЕЗЛИЧЕННОЙ УПАКОВКИ ДЛЯ СИГАРЕТ: ЧЕГО ДОБИВАЛИСЬ, ЧТО ПОЛУЧИЛОСЬ /6
ЧТО ЭФФЕКТИВНЕЕ ПОБУЖДАЕТ ЛЮДЕЙ БРОСАТЬ КУРИТЬ: ТАКТИКА ЗАПРЕТОВ ИЛИ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ /11

Вторник, 12 сентября 2017
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» **№36**

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

4601865000295
10036

КОММЕРСАНТЪ

BUSINESS GUIDE ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ К ГАЗЕТЕ **КОММЕРСАНТЪ**

ОЛЕГ ТРУТНЕВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ТАБАЧНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ»

СЛОВО НЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ

За время, что я пишу о табачной отрасли, мне много неприятного приходилось слышать и читать в ее адрес. Но ничто из этого не сравнится с речью экс-главы ВОЗ Маргарет Чен на 6-й конференции сторон рамочной конвенции против табака, прошедшей в 2014 году в Москве. Назвав присутствовавшую в зале министра здравоохранения Веронику Скворцову «дорогой сестрой» и поблагодарив ее за борьбу с курением в России, госпожа Чен стала обвинять табачников в «корыстных интересах», назвала их «убийцами детей» и протестовала против допуска представителей индустрии за стол переговоров. Это «подобно назначению комитета лис для ухода за вашими курами», говорила она. Выступление было очень эмоциональным, и в какой-то момент мне стало казаться, что присутствующие в зале вот-вот отправятся громить офисы табачных компаний.

Заслушав Маргарет Чен, участники конференции, прежде чем перейти к обсуждению новых мер борьбы с курением, не менее получаса решали вопрос, стоит ли это делать в присутствии представителей общественности и прессы, ведь среди них могли оказаться шпионы от табачной отрасли. Их мнения почти не отличались, а потому мне и другим наблюдателям пришлось покинуть зал.

Удаление прессы было и двумя годами ранее, на 5-й конференции сторон. Такая одержимость ВОЗ в стремлении исключить возможность любого контакта с табачной отраслью напоминает суд, проходящий в отсутствие обвиняемого. Но в цивилизованном мире осужденному дозволено сказать последнее слово.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide «Табачная промышленность»)

Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ»
Сергей Яковлев — шеф-редактор АО «Коммерсантъ»
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Павел Кассин — директор фотослужбы
Рекламная служба:
Тел. (495) 797-6996, (495) 925-5262
Владимир Лавицкий — руководитель службы «Издательский синдикат»
Олег Трутнев — выпускающий редактор
Наталия Дашковская — редактор
Сергей Цомык — главный художник
Виктор Куликов, Наталия Коновалова — фоторедакторы
Екатерина Бородулина — корректор
Адрес редакции: 121609, г. Москва, Рублевское ш., д. 28. Тел. (495) 797-6970, (495) 926-3301

Учредитель: АО «Коммерсантъ».
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-64419 от 31.12.2015

Типография: PunaMusta
Адрес: Kosti Aaltosen tie, 9, 80141 Joensuu, Finland
Тираж: 75000. Цена свободная

Рисунок на обложке: Мария Заикина

ИЗ КРАЙНОСТИ В КРАЙНОСТЬ

ОТНОШЕНИЕ К ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В МИРЕ СТРЕМИТЕЛЬНО МЕНЯЕТСЯ. ЕЩЕ 50 ЛЕТ НАЗАД СИГАРЕТА МОГЛА БЫТЬ ЧАСТЬЮ ОБРАЗА ПОЛИТИКА ИЛИ ДЕЯТЕЛЯ КУЛЬТУРЫ, А КУРЕНИЕ ПРЕПОДНОСИЛОСЬ КАК АТРИБУТ УСПЕШНОЙ ЖИЗНИ. КУРИТЬ МОЖНО БЫЛО ГДЕ УГОДНО И КОГДА УГОДНО. СОВРЕМЕННЫЙ ЖЕ КУРИЛЬЩИК ВСЕ БОЛЬШЕ ОЩУЩАЕТ СЕБЯ ИЗГОЕМ: СВОБОДНО ПРЕДАВАТЬСЯ СВОЕЙ ПРИВЫЧКЕ ОН МОЖЕТ ТОЛЬКО НА УЛИЦЕ ИЛИ У СЕБЯ ДОМА, ПЛАТЯ ВСЕ БОЛЬШУЮ ЦЕНУ ЗА СИГАРЕТЫ ИЗ-ЗА РАСТУЩИХ АКЦИЗОВ. НО ЕСЛИ ПЕРЕУСЕРДСТВОВАТЬ С ЗАПРЕТАМИ, ОНИ МОГУТ ПРИНЕСТИ НЕ ТОЛЬКО ПОЛЬЗУ, НО И ВРЕД. ДМИТРИЙ ДРОНОВ

КУРЕНИЕ БЕЗ ГРАНИЦ «По данным многочисленных общенациональных опросов, все больше врачей курят Camel, а не какие-либо другие сигареты»,— гласит надпись на рекламном плакате. Под ней изображены три врача: они держат сигарету и объясняют, почему выбрали именно эту марку. Это не кошмарный сон чиновников Минздрава, а реальная реклама в США середины 1950-х годов. Вряд ли что-то может более ярко продемонстрировать уровень популяризации курения в то время, чем этот пример.

В те годы активно пропагандировал курение кинобизнес. В фильмах с Хамфри Богартом табачный дым вполне мог бы быть номинирован на «Оскар» за «роль второго плана». От Голливуда, переживавшего тогда, как и табачная индустрия, золотой век, не отставали и европейские киностудии. Нормой было курение на телевидении. Находиться в кадре с сигаретой могли ведущий и пришедшие к нему на интервью гости. Фрэнк Синатра, у которого было свое телешоу, дымил прямо во время исполнения своих хитов. Сигарета воспринималась как естественный атрибут жизни, о чем свидетельствует то, что сцены курения часто присутствовали и в мультфильмах, предназначенных в первую очередь для детей. Курильщиками были Том и Джерри, а также некоторые диснеевские персонажи.

Потребители сигарет в прошлом веке также чувствовали себя вольготно во всем мире. Курить можно было в ресторанах, в парках и даже в самолетах: в подлокотники были встроены пепельницы.

В СССР к курению тоже относились лояльно. Более того, государство, которое контролировало все, предлагало приобретать табачные изделия. «Требуйте всюду папиросы „Сафо“»,— призывала, к примеру, реклама Ленинградского государственного табачного треста в 1920-х годах. Советский кинематограф также демонстрирует, что права и свободы курильщиков были в те времена безграничны. Волк из популярного в 1970–1980-е годы мультфильма «Ну, погоди!» был зависим от никотина, наверное, даже больше своего заокеанского прообраза кота Тома. Курили на экране и многие положительные герои: например, любимый всеми Штирлиц и интеллигентная ленинградская учительница Надя из новогоднего хита Эльдара Рязанова «Ирония судьбы, или С легким паром!».

THE GRANGER COLLECTION, NEW YORK/ ТАСС

РЕКЛАМА СИГАРЕТ В США, 1946 ГОД

ВЕТЕР ПЕРЕМЕН Отношение к курению в мире начало меняться примерно с 1970-х годов, когда стали публиковаться исследования о вреде курения для здоровья. Со временем негативные последствия курения признали и производители сигарет. В разных странах стали вводить ограничения для курения: запретили курение в общественных местах и на транспорте, существенно выросли акцизы на табачную продукцию, запретили ее рекламу.

Антитабачные кампании принесли плоды: сегодня все знают, какую опасность несет курение. Доля курящих людей в мире снизилась, чему во многом способствовал тренд на здоровый образ жизни, который был обусловлен не только изменением общественных ценностей, но и ростом благосостояния населения.

КАК НЕ ПЕРЕБОРЩИТЬ Каким бы диким ни казалось беспечное отношение к курению в середине прошлого века, некоторые предлагаемые сегодня меры по борьбе с ним кажутся по меньшей мере абсурдными. Например, призывы не только запретить сцены курения в новых фильмах и сериалах, но и вырезать их из снятых ранее. Можно себе представить, как пострадает в этом случае популярный советский сериал о приключениях Шерлока Холмса.

Борьба с курением на экране уже начала принимать гротескные формы. Некоторые российские телеканалы не только предупреждают о вреде табака перед каждым фильмом или передачей со сценами курения, но и делают расплывчатым изображение сигарет в кадре. Такое делают и западные телекомпании. Например, канал MTV Hits при показе клипа «Lost on you» популярной певицы LP затирает звук ее голоса на повторяющемся несколько раз в песне слове «smoke» («кури»). Каким бы ни было отношение зрителей к курению, такая цензура не может не раздражать. Не говоря уже о том, что речь идет о грубом вмешательстве в авторское произведение, в котором курение зачастую является необходимым для сюжета элементом.

Политика в отношении табакокурения в последнее время становится настолько жесткой, что правительства некоторых стран в открытую говорят о намерении полностью искоренить потребление табака. Такие заявления звучат, в частности, в Великобритании и России. Однако при этом важно помнить о старейшем принципе медицинской этики «Не навреди», ведь на то, чтобы отказаться от курения, нужно время и отдельному человеку, и обществу. И существующий пока еще стабильный спрос на сигареты нельзя игнорировать. В противном случае найдутся те, кто сможет удовлетворить этот спрос, действуя в обход закона. Уже сегодня видно, что по мере снижения ценовой доступности легальных сигарет растет доля нелегальной табачной продукции. Так что забота чиновников о здоровье граждан может произвести обратный эффект: отказавшись от легального продукта, курильщики перейдут на сигареты неизвестного происхождения и сомнительного качества. ■

РЕГУЛИРОВАНИЕ БЕЗ ГРАНИЦ

В БОРЬБЕ С КУРЕНИЕМ В РОССИИ ПРИМЕНЯЮТСЯ ТЕ ЖЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ЧТО И В ДРУГИХ СТРАНАХ: ВЛАСТИ РФ ПОДНИМАЮТ АКЦИЗЫ НА ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, ОГРАНИЧИВАЮТ ТОРГОВЛЮ, РАСШИРЯЮТ ПЕРЕЧЕНЬ МЕСТ, В КОТОРЫХ НЕЛЬЗЯ КУРИТЬ. В НЫНЕШНЕМ ГОДУ МИНЗДРАВ, ОДНАКО, ПРЕДЛОЖИЛ И СОБСТВЕННЫЕ МЕРЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ. НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ ОКАЗАЛИСЬ НАСТОЛЬКО ДРАКОНОВСКИМИ, ЧТО БЫЛИ РАСКРИТИКОВАНЫ НЕ ТОЛЬКО УЧАСТНИКАМИ РЫНКА, НО И ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ДРУГИХ МИНИСТЕРСТВ. ТАТЬЯНА ДИАМИДОВА

ОТ КОНВЕНЦИИ ДО КОНЦЕПЦИИ

Активное наступление на табачную отрасль в России началось после 2008 года, когда страна присоединилась к рамочной конвенции по борьбе против табака (РКБТ). Приняв этот документ в 2003 году, Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) выступила в «крестовый поход» против табачной индустрии. Маргарет Чен, которая тогда возглавляла эту организацию, не скрывала того, что ее цель — добиться полного искоренения курения. Она убеждена, что «благодаря строгим мерам по борьбе против табака правительства могут обезопасить будущее своих стран путем защиты людей, употребляющих и не употребляющих табак, от этой смертоносной продукции».

Для воплощения положений РКБТ в жизнь российский Минздрав в 2010 году разработал концепцию государственной политики противодействия курению табака сроком до 2015 года. Она и была положена в основу антитабачного закона (№15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»), который был подписан президентом Владимиром Путиным в 2013 году. Документом была запрещена открытая выкладка сигарет в местах продажи, реализация табачных изделий в образовательных, медицинских, реабилитационных, санаторно-курортных и спортивных учреждениях, а также на территориях, прилегающих к ним. Кроме того, запрет на курение и продажу сигарет начал действовать на территориях и в помещениях железнодорожных вокзалов, автовокзалов, аэропортов (за исключением магазинов duty free). Нельзя курить в кафе, ресторанах, гостиницах и поездах дальнего следования.

ПЕРВЫЕ ИТОГИ БОРЬБЫ

Согласно данным Минздрава, принятие антитабачного закона позволило снизить распространенность потребления табака среди взрослого населения России с 39% в 2009 году до 31% в 2016 году. Министерство также сообщило, что за этот период распространенность курения в общественных местах снизилась в два с половинной раза. Директор по внешнекорпоративным связям «БАТ Россия» Яна Гуськова отмечает, что от антитабачного закона пострадали в большей степени не производители сигарет, а малый бизнес. «Владельцы ресторанов жаловались на отток клиентов, издатели газет и журналов — на потери из-за запрета рекламы, а владельцы киосков — на убытки из-за запрета продавать сигареты»,— перечисляет она. В 2014 году, когда вступил в силу запрет на курение в общественных местах, владельцы ресторанов жаловались, что посещаемость упала как минимум на 30%. В том же году только в Москве количество ларьков сократилось почти в три раза — с 22 тыс. до 7,5 тыс. точек (данные столичного департамента торговли и услуг). Это неудивительно: на сигареты и пиво (к тому времени его уже тоже нельзя было продавать в нестационарной рознице) приходилось до 80% их выручки.

Что касается бизнеса производителей сигарет, то, как говорит госпожа Гуськова, он страдает из-за стремительно растущих налогов на табак. С 2010 по 2017 год акцизы на них выросли почти в семь раз, а средняя стоимость пачки сигарет, по оценкам производителей, увеличилась с 25 до 88 руб. Результатом стало существенное снижение легального производства табачной продукции в России. В 2009 году, по данным Росстата, было выпущено 409 млрд штук сигарет, а в прошлом году — 336 млрд штук, то есть на 17,8% меньше. При этом доля нелегальной продукции на российском табачном рынке, согласно разным исследованиям, увеличилась в разы. Если в начале 2010-х годов ее оценивали менее чем в 1%, теперь же она составляет рекордные для страны 5%.

Сокращение объемов рынка вынудило международных табачных гигантов оптимизировать производственные мощности в России. «БАТ Россия» в 2012 году закрыла в Москве фабрику «БАТ-Ява» (осталось две — в Саратове и Санкт-Петербурге), JTI в 2015 году объявила о закрытии столичной фабрики «Лиггетт-Дукат» (осталась фабрика в Санкт-Петербурге). Imperial Tobacco также оставила одну фабрику — в Волгограде, остановив в прошлом году старейшее отечественное предприятие по выпуску сигарет в Ярославле.

В НОВЫЙ ГОД С НОВЫМИ ЗАПРЕТАМИ

Появление второй антитабачной концепции Минздрава, которая должна закрепить и приумножить результаты первой, ожидалось еще в прошлом году, но ее содержание стало известно только в первый рабочий день текущего года. Участников рынка оно повергло в шок. Особенно идея запретить продажу сигарет людям, родившимся после 2015 года. О планах ввести такой запрет министр здравоохранения Вероника Скворцова говорила еще на пресс-конференции в мае 2016 года, но тогда ее заявлению не придали большого значения.

Впрочем, и в январе многие представители отрасли сомневались в возможности принятия этого предложения. «Я считаю, что это некая популистская мера, поэтому вряд ли она будет работать»,— сказал тогда глава ассоциации «Табакпром» Андрей Межонов. Вице-президент JTI по корпоративным отношениям Сергей Киселев напомнил, что «ни в одной стране мира нет законодательно принятой нормы, запрещающей продажу табачных изделий лицам, родившимся после определенной даты».

В числе других предложений концепции были: продление рабочего дня курильщика на время перекуров, запрет брендирования сигаретных пачек, введение экологического сбора на сигареты с 2018 года и, конечно, непрерывное повышение ставки акцизов на табачные изделия до уровня налогообложения в странах Европейского региона ВОЗ — не менее $2,38 на пачку. Кроме этого Минздрав предложил дополнительно обложить производителей сигарет с 2018 года экологическим налогом и запретить все виды безналоговых и беспошлинных продаж табачной продукции.

В КОЛЬЦЕ КРИТИКИ

Первая обнародованная редакция концепции Минздрава вызвала критику не только табачных компаний, но и федеральных органов исполнительной власти. Минюст заявил, что запрет на продажу сигарет тем, кто родился после 2015 года, противоречит Конституции РФ. Минфин не согласился с предлагаемым повышением ставок акцизов на табачную продукцию и дополнительными налогами. Глава Минтруда Максим Топилин призвал Минздрав заняться реформой ОМС, а не регулированием рабочего дня курильщиков. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) сочла, что введение обезличенной упаковки может сказаться на состоянии конкуренции на рынке табачных изделий. В отзыве на документ ФАС отмечала, что это предложение «вступает в принципиальное противоречие с общепринятым подходом к защите интеллектуальной собственности и прав потребителей, а также обеспечению справедливой конкуренции». Служба также напомнила Минздраву, что опыт Австралии, единственной страны, в которой запрет на использование брендов на упаковках сигарет действует в течение статистически значимого времени, показывает, что эта мера не повлияла на тенденцию изменения показателей распространенности курения в стране, в том числе среди подростков (см. стр. 6).

После такой бурной реакции Минздрав поспешил успокоить общественность относительно своих намерений. Госпожа Скворцова еще в январе назвала «гиперболой» запрет продажи табака лицам, родившимся после 2015 года. Она пояснила, что министерство хотело только обозначить жесткий вектор в этом направлении. В итоге из доработанного варианта документа предложение исчезло. Однако уже в марте появилось другое — признать к 2035 году табак товаром, запрещенным к свободной продаже. Но эта идея прожила еще меньше. Спустя всего пару часов после того, как о ней стало известно, представитель Минздрава Олег Салагай заявил, что «предложение на текущий момент не нашло широкой экспертной поддержки и по этой причине не включено министерством в актуальный текст проекта концепции». Исчез из концепции и пункт о продлении рабочего дня курильщиков.

КОМПРОМИСС НЕ НАХОДИТСЯ

Дальнейшая дискуссия вокруг концепции создавала впечатление, что Минздрав намеренно запустил сначала сверхжесткий вариант документа, чтобы потом, отказавшись от наиболее радикальных мер, добиться принятия всех остальных.

В последующих версиях концепции Минздрав продолжил настаивать на увеличении налоговой нагрузки на табак, в том числе за счет новых налогов. Минфин был вынужден в очередной раз напоминать коллегам, кто в стране отвечает за акцизную политику. «Один и тот же товар — табачные изделия — будет облагаться акцизами, НДС, налогом на розничную продажу и экологическим налогом. Это может привести к такому повышению цен, что будет способствовать увеличению объемов контрафактной продукции на территории РФ»,— заявила в июле замдиректора департамента налоговой и таможенной политики Минфина Ольга Цибизова. Она также отметила, что ее министерство при рассмотрении антитабачной концепции «очень обстоятельно просило этот раздел исключить и оставить налоги за Министерством финансов и правительством России».

Не готов Минздрав отказаться и от введения обезличенной упаковки с едиными требованиями к ее длине, высоте, ширине и цвету и с отсутствием на ней товарных знаков.

> МНЕНИЯ МИНИСТЕРСТВ О КОНЦЕПЦИИ

МИНЭКОНОМИКИ «По нашему мнению, снижение распространенности потребления табака среди населения и показателей заболеваемости и смертности от болезней, связанных с потреблением табака,— важная задача, решение которой окажет положительное влияние на демографическую ситуацию в России, в том числе ожидаемую продолжительность здоровой жизни. Большинство положений проекта концепции являются вполне обоснованными и поддерживаются министерством. Однако некоторые из предложенных мер, на наш взгляд, требуют дополнительной детальной проработки и обсуждения, в том числе с учетом вероятных последствий их применения и мирового опыта, а также с точки зрения возможности реализовать их на практике и обеспечить надлежащий контроль за их применением. Минэкономики направило ряд замечаний, касающихся пунктов, содержащих избыточные меры и меры по ограничению продажи табачной продукции, которые могут привести к снижению конкуренции и росту контрабанды и контрафакта на российском рынке табачной продукции.

Кроме того, по нашему мнению, проект концепции необходимо дополнить мерами, направленными на мотивирование населения к отказу от употребления табачных изделий и ведению здорового образа жизни».

МИНСЕЛЬХОЗ «В целом мы поддерживаем подготовленные Минздравом меры, направленные на борьбу с табакокурением. На наш взгляд, проект концепции соответствует основным положениям Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака. Вместе с тем мы считаем, что проект требует доработки в части определения социальных и экономических последствий реализации политики, закрепленной указанной концепцией. Наши предложения направлены в Минздрав».

МИНПРОМТОРГ «Эксперты министерства выразили несогласие с основополагающими положениями документа. В частности, указывалось, что авторы концепции исходят из того, что табак является товаром так называемого импульсного спроса, решение о покупке которого принимается спонтанно, благодаря яркой упаковке. Однако такое представление неверно: табак покупают только курильщики, и решение о покупке человек принимает заранее.

Как считают в министерстве, государство должно сделать упор на популяризацию здорового образа жизни, его преимущества, а не устанавливать запреты. В отзыве подчеркивалось, что в России уже принят ряд серьезных мер по ограничению потребления табака — таким, например, является запрет на курение в кафе, ресторанах. Необходимости усиливать запретные меры нет — это вызовет только раздражение курящих людей. Специалисты Минпромторга также отметили, что установление запретов может привести к увеличению нелегального оборота табака, как и произошло в случае с алкоголем.

Предлагаемые меры крайне негативно скажутся на малом торговом бизнесе, поскольку запреты в части розничных продаж никак не согласуются с мировой практикой. Так, проект концепции предлагает запретить розничную продажу сигарет в торговых объектах общей площадью менее 50 кв. м. Реализация этого предложения приведет к тому, что розничная продажа табачных изделий сосредоточится только в крупных сетевых торговых форматах. Критике подверглись и меры по установлению дополнительных ограничений в части розничной продажи табака и ужесточению правил и способов продажи табачных изделий. Это, в частности, введение требований к реализации табачной продукции в магазинах с торговым залом площадью более 100 кв. м, предусматривающих ее продажу в специально отведенных местах с кассой, расположенной не менее чем в 5 м от контрольно-кассовой техники, используемой для торговли другими товарами. Данная мера окажет дополнительную финансовую и административную нагрузки на бизнес. Кроме того, такие ограничения будут губительны для малого бизнеса».

МИНЗДРАВ
Не предоставил комментариев.

Наименование продукции по замыслу министерства должно изображаться «установленным цветом и шрифтом».

Вице-президент по корпоративным вопросам Philip Morris International в России Сергей Слипченко напоминает, что обезличенная пачка относится к сфере технического регулирования, которое находится в компетенции Евразийского экономического союза (ЕАЭС). В связи с этим, продолжает он, инициатива Минздрава означает, что Россия будет выходить с соответствующим предложением на уровень Евразийской экономической комиссии. «Только после того как другие страны—члены ЕАЭС согласятся ввести обезличенную упаковку на своей территории, данная мера может быть внесена в техрегламент на табачную продукцию»,— говорит господин Слипченко. По его мнению, говорить о принятии запрета на брендированную пачку преждевременно, так как в рамках переговорного процесса по действующему техрегламенту отдельные страны выступили против этой инициативы.

Участники рынка отмечают, что доработанный вариант концепции в целом незначительно отличается от первоначально предложенного Минздравом. «Проект концепции все так же содержит ряд избыточных и антиконкурентных мер, дискриминирующих легальную отрасль»,— считает господин Киселев. По его мнению, осуществление этих мер приведет к заведомо отрицательным последствиям для экономики, инвестиций, занятости населения, заявленных государством целей в области здравоохранения и правопорядка.

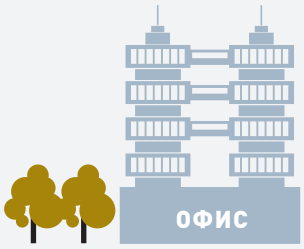
В процессе доработки антитабачной концепции Минздрав, согласившись убрать из нее одни ограничения, предложил взамен новые. Среди них, например, запрет на государственную поддержку создания художественных фильмов, в которых демонстрируются табачные изделия и процесс потребления табака. У этой идеи также нашлись критики. В своем отзыве Минкомсвязь написала, что считает целесообразным исключить из проекта концепции такую меру. Не нашло предложение поддержки и в Минкульте, а режиссер Никита Михалков и вовсе назвал его «звероподобной бессмыслицей».

Защищая концепцию, Минздрав упирает на то, что показатели распространенности потребления табака в России все еще остаются катастрофически высокими. В ведомстве подчеркивают, что «требуется принятие дополнительных мер, направленных на снижение потребления табака, и непрерывная реализация принятых». Тем временем сроки принятия концепции продолжают сдвигаться. В начале августа Вероника Скворцова обещала, что итоговый вариант документа будет внесен в правительство до конца лета, однако на момент сдачи BG в печать этого так и не произошло. ■

БЕЗДЫМНАЯ ЖИЗНЬ

ГДЕ КУРИЛЬЩИКАМ НЕ МЕСТО, КАКОЕ НАКАЗАНИЕ ЖДЕТ НАРУШИТЕЛЕЙ ЗАПРЕТА И КАК АНТИТАБАЧНЫЙ ЗАКОН ВЛИЯЕТ НА ТАБАЧНЫЙ БИЗНЕС

КУРЕНИЕ ЗАПРЕЩЕНО



На рабочих местах и в рабочих зонах, организованных в помещениях

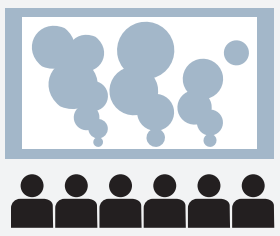
В закрытых помещениях вокзалов и аэропортов, портов, автовокзалов, метрополитена, на открытых территориях на расстоянии 15 метров от входа в указанные помещения

В лифтах и помещениях общего пользования многоквартирных домов

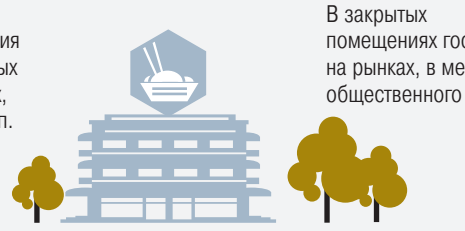
Розничная продажа разрешается только в магазинах и павильонах. Запрещается розничная продажа ближе 100 м от образовательных учреждений

На всех видах общественного транспорта, в поездах, самолетах, судах дальнего плавания

На территориях и в помещениях учреждений, оказывающих услуги в системе образования , культуры, спорта, медицины



Запрещается демонстрация курения во вновь создаваемых фильмах, спектаклях, телепрограммах и т.п.



В закрытых помещениях гостиниц, на рынках, в местах общественного питания

В помещениях госучреждений и помещениях соцслужб (отдельно СИЗО и тюрьмы не прописаны, но входят в понятие госучреждений)

КУРЕНИЕ РАЗРЕШАЕТСЯ ЛИШЬ В СПЕЦИАЛЬНО ОБОРУДОВАННЫХ ПОМЕЩЕНИЯХ, НА СУДАХ ДАЛЬНЕГО ПЛАВАНИЯ И ПОМЕЩЕНИЯХ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ МНОГОКВАРТИРНЫХ ДОМОВ

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

ПРЕДУСМАТРИВАЕТСЯ

- УВЕЛИЧИТЬ АКЦИЗЫ НА ТАБАЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ
- УСТАНОВИТЬ МИНИМАЛЬНЫЕ РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ НА ТАБАЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ

ЗАПРЕЩАЕТСЯ

- ПРОДАВАТЬ ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ С ОТКРЫТОЙ ВЫКЛАДКОЙ И ДЕМОНСТРАЦИЕЙ ПРОДУКЦИИ
- ПРИМЕНЯТЬ СКИДКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПОСРЕДСТВОМ КУПОНОВ И ТАЛОНОВ
- РАСПРОСТРАНЯТЬ ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ БЕСПЛАТНО
- ПРОДАВАТЬ МЕНЬШЕ ИЛИ БОЛЬШЕ 20 СИГАРЕТ В ПАЧКЕ, А ТАКЖЕ ПРОДАВАТЬ ПОШТУЧНО

ТАБАЧНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

ЗАПРЕЩАЕТСЯ

- ПРОИЗВОДИТЬ ПАЧКИ СИГАРЕТ БЕЗ НАНЕСЕНИЯ НА НИХ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЙ О ВРЕДЕ КУРЕНИЯ
- РЕКЛАМИРОВАТЬ ТАБАЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ
- ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТОВАРНЫЙ ЗНАК ДЛЯ ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ДРУГИХ ВИДАХ ТОВАРОВ
- КЛАССИФИЦИРОВАТЬ ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ПО УРОВНЮ СОДЕРЖАНИЯ ТОКСИЧЕСКИХ ВЕЩЕСТВ
- БЫТЬ СПОНСОРОМ РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ

ПАЧКА-НЕВИДИМКА

В РОССИИ ВВЕДЕНИЕ ОБЕЗЛИЧЕННОЙ УПАКОВКИ ДЛЯ СИГАРЕТ ПОКА ТОЛЬКО ОБСУЖДАЕТСЯ, А НЕКОТОРЫЕ СТРАНЫ УЖЕ НАЧАЛИ ВНЕДРЯТЬ ЭТУ ПРАКТИКУ. ИХ ОПЫТ НЕ ПРИНЕС ОЖИДАЕМОГО ЭФФЕКТА: НЕ ВИДЯ БРЕНДОВ НА ПАЧКАХ, КУРИЛЬЩИКИ ПРОСТО ПЕРЕШЛИ НА МАРКИ НИЗКОЦЕНОВОГО СЕГМЕНТА, ЧТО ФАКТИЧЕСКИ УНИЧТОЖИЛО КОНКУРЕНЦИЮ НА РЫНКЕ. НА ЭТОМ ФОНЕ ВЫРОСЛИ ОБЪЕМЫ НЕЛЕГАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ. ТАТЬЯНА ДИАМИДОВА

ПИОНЕРЫ ИЗ АВСТРАЛИИ Первой страной, которая ввела обезличенную упаковку для сигарет, стала Австралия: соответствующий закон там вступил в силу в декабре 2012 года. Спустя почти пять лет после начала продаж сигарет в одинаковых пачках оливкового цвета сделать вывод о том, что эксперимент принес положительный результат, нельзя. «В Австралии количество курильщиков исторически снижалось быстрее, чем во всем мире, на обезличивание пачек делали ставку, но ничего существенно не изменилось»,— говорит главный редактор медиагруппы «Русский табак» Максим Королев. Он отмечает, что сразу после запрета на брендирование сигаретных упаковок количество курильщиков-подростков в Австралии даже выросло, но позже вернулось к первоначальному уровню. Существенного изменения количества взрослых курильщиков также не произошло.

В то же время, по данным исследования Deloitte, доля нелегальной табачной продукции в Австралии в общем объеме сигарет в 2013 году в сравнении с 2012 годом выросла на 2 процентных пункта, составив 13,5%. Похожую динамику зафиксировали и аналитики KPMG: по их оценке, с 2012 по 2015 год нелегальный рынок сигарет в стране вырос с 11,5% до 14,3%, из-за чего правительство ежегодно стало терять около $1,2 млрд в виде недополученных акцизов.

Перестав видеть бренды на пачках, австралийцы начали переходить на более дешевые сигареты. В течение первого года после стандартизации упаковки исследовательская компания InfoView зафиксировала рост рыночной доли самого дешевого сегмента сигарет в Австралии с 10,2% до 28,4%. Nielsen в своем исследовании установил, что в конце 2015 года на низкоценовые сегменты приходилось уже 56,6% австралийского табачного рынка.

Через несколько месяцев после введения обезличенной пачки правительство Австралии опубликовало отчет о результатах действия нового закона. В нем власти страны, по сути, признали, что у них не появилось данных о том, что принятая ими мера ускорила темпы снижения табакокурения на континенте.

ЗАРАЗИТЕЛЬНЫЙ ПРИМЕР Несмотря на отсутствие данных, подтверждающих прямую связь между введением в Австралии обезличенных сигаретных пачек и сокращением числа курильщиков, придуманная там мера регулирования рынка оказалась привлекательной для властей других государств. Продажа брендированных упаковок сигарет уже запрещена во Франции и Великобритании, аналогичный закон принят в Ирландии и Венгрии. Предложение перейти к продаже табачных изделий в обезличенных пачках обсуждается в Канаде.

Оценить результаты введения запретов в Великобритании и Франции пока трудно, так как прошло еще мало времени, говорит господин Королев. Во Франции табачные изделия продаются в одинаковых коричневых пачках с января текущего года, в Великобритании продажа сигарет в грязно-зеленого цвета упаковках обязательна лишь с 20 мая. Впрочем, согласно данным французской таможни, на которые ссылалось издание Le Parisien, в первые три месяца 2017 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года отгрузки сигарет во Франции выросли на 1,4%.

ПРОТЕСТЫ НЕ ПОМОГЛИ Производители сигарет пытались отстаивать в судах свое право на использование брендов на пачках начиная с 2011 года. Табачные компании British American Tobacco, Philip Morris International и Imperial Tobacco Group подавали в Австралии иски с требованием признать незаконной унификацию упаковок сигарет. Все их требования были отклонены на основании того, что закон об обезличенных пачках не нарушает конституцию страны. Попытка PMI оспорить это решение в арбитраже Гааги также оказалась безуспешной: суд счел, что дело находится не в его юрисдикции.

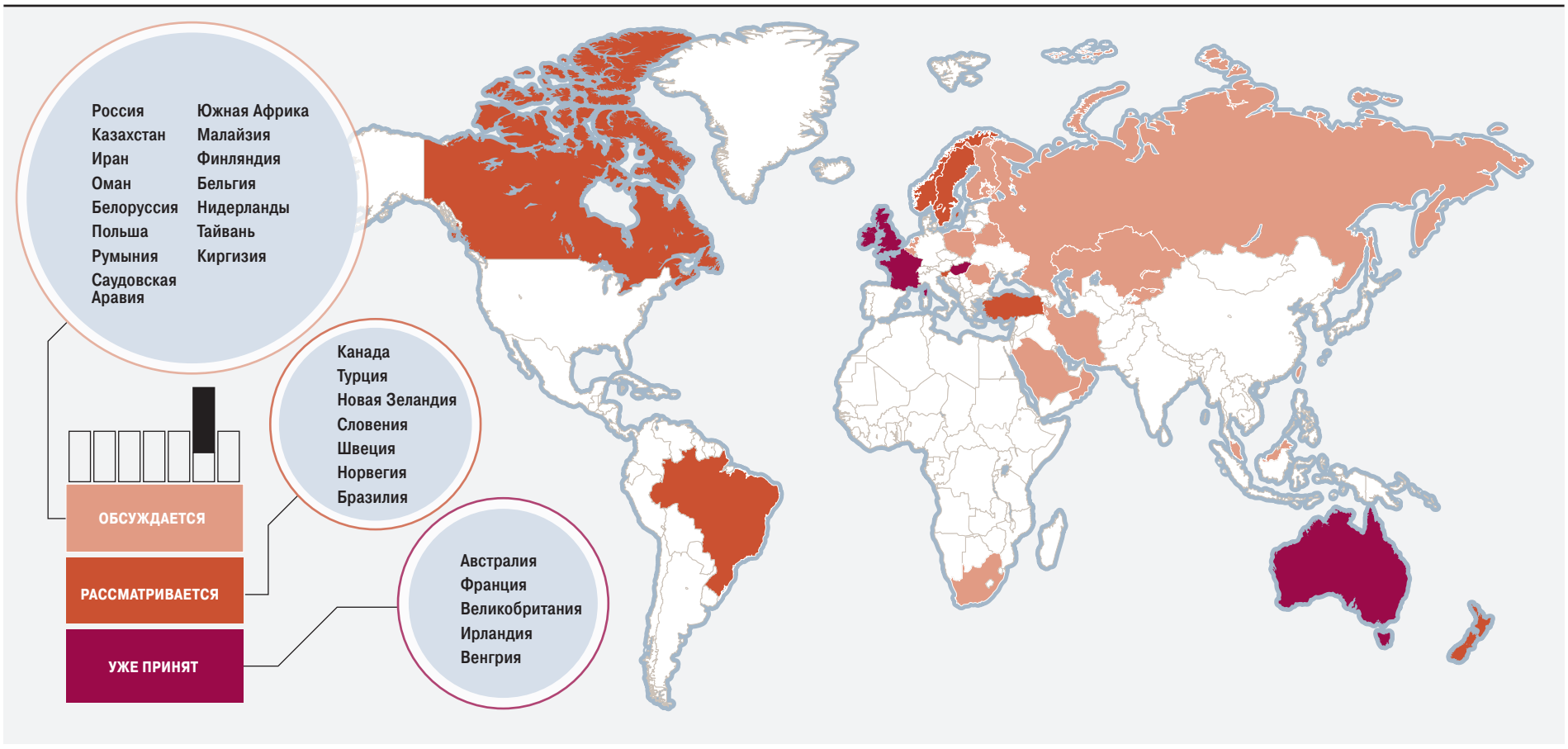
Введение обезличенных пачек сигарет на австралийском рынке возмутило даже Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). В 2015 году он направил во Всемирную торговую организацию письмо с осуждением действий Австралии. По мнению РСПП, запрет на брендирование сигарет нарушает правила международной торговли, создавая глобальный прецедент чрезмерных ограничительных мер не только на рынке табака, но и на других продовольственных рынках.

Оспорить введение обезличенной пачки лидеры табачной отрасли пробовали не только в Австралии, но и в судах разных инстанций Великобритании. В текущем году Верховный суд страны отклонил их апелляцию, поставив в этом вопросе точку: решение суда обжалованию не подлежит.

ЗА СОХРАНЕНИЕ ЛИЦА Последовать примеру Франции, Великобритании, Ирландии и Венгрии, введя обезличенную пачку, готовы не все европейский страны. В Германии еще в 2014 году министр продовольствия Кристиан Шмидт заявил, что федеральное правительство не считает целесообразным применять такую меру. В том же году парламент Швейцарии большинством голосов отклонил предложение о введении обязательной унифицированной табачной пачки, а правительство страны рекомендовало отклонить его как выходящее за рамки необходимых мер в целях охраны общественного здоровья. Годом ранее обезличивать сигареты отказалось также Министерство здравоохранения Италии: там сочли, что подобная инициатива не является значимой для профилактики табакокурения, но при этом может нанести ущерб внешнеторговым связям страны. В Швеции в 2016 году, рассматривая в парламенте возможный запрет брендирования сигарет, пришли к выводу, что такая мера потребует изменения конституции страны, а также противоречит принципам свободной конкуренции. В итоге в июне текущего года предложение о введении обезличенной упаковки сигарет не вошло в пакет конституционных изменений, который шведское правительство отправило в Совет по законодательству.

Во Франции, к слову, тоже скоро разочаровались в унифицированной пачке. Уже в мае нынешнего года член Национальной ассамблеи Франции Жан-Франсуа Мансель внес поправку об отмене соответствующего закона. При этом он сослался на замминистра здравоохранения Франции, который признал, что обезличенная пачка не оказала влияния на потребление табачной продукции. В качестве дополнительного аргумента парламентарий также указал на то, что данная норма ущемляет интересы табаконистов в условиях свободного перемещения товаров внутри ЕС. А французские продавцы сигарет жалуются, что запрет на использование брендированных пачек существенно усложнил процесс разбора товара на складах, а также увеличил вероятность ошибок при сортировке продукции. ■

ГДЕ ЕЩЕ МОГУТ ВВЕСТИ ЗАКОН ОБ ОБЕЗЛИЧЕННОЙ УПАКОВКЕ ДЛЯ СИГАРЕТ



«В БОРЬБЕ ЗА ЖИЗНЬ МИНЗДРАВ СТОИТ НАСМЕРТЬ ПОЧТИ ЗА ВСЕ СВОИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ»

ЛЕТОМ 2016 ГОДА ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА (ФАС) ПРОВЕЛА ПЕРВОЕ ЗАСЕДАНИЕ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ПО РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ. СЕГОДНЯ СОВЕТ, ПО СУТИ, ЕДИНСТВЕННАЯ ПЛОЩАДКА, НА КОТОРОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛИ СИГАРЕТ МОГУТ ВСТРЕТИТЬСЯ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ НЕПРИМИРИМОГО К НИМ МИНЗДРАВА И ДРУГИМИ ПРОФИЛЬНЫМИ ЧИНОВНИКАМИ. СВОИМ ВИДЕНИЕМ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТАБАЧНОГО РЫНКА В РОССИИ ДЕЛИТСЯ НАЧАЛЬНИК КОНТРОЛЬНО-ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ФАС ВЛАДИМИР МИШЕЛОВИН.

BUSINESS GUIDE: Насколько важным вы считаете диалог между табачным бизнесом и чиновниками при обсуждении таких программных документов, как концепция Минздрава?

ВЛАДИМИР МИШЕЛОВИН: Именно отсутствие площадки для открытого диалога глаза в глаза с органами власти стало ключевой причиной создания экспертного совета. Проблемы отрасли и их решение не могут быть оторванными от профессиональной точки зрения участников рынка. Поэтому диалог табачного бизнеса с чиновниками не просто важен, а является гарантией принятия стратегических решений для учета всех интересов: государства, общества, бизнеса — и, без сомнения, позволяет найти разумный баланс этих интересов. Нашего ресурса хватило для того, чтобы привлечь к этому диалогу коллег из федеральных органов исполнительной власти. Кстати, мы благодарны всем, кто согласился поучаствовать в этом совете — это и Минздрав, Минфин, Минпромторг, ФНС. У нас глубокое убеждение, что любые проблемы регулирования рынка или какие-то отдельные проблемы системные, возникающие внутри рынков, невозможно решать одним чиновникам. Должна быть работа вместе с профессиональными игроками, которые понимают, как развивается рынок, просчитывают перспективы вперед. Потому что для отдельных чиновников какие-то регуляторные действия, к глубокому сожалению, бывают иногда нужны ради пиара, а для тех, кто работает на рынке,— это деньги и рабочие места.

РИА НОВОСТИ

BG: Вы ранее говорили, что некоторые пункты концепции Минздрава «требуют доработки с точки зрения здравого смысла и реализуемости». Что именно вы имели в виду?

В. М.: Подготовленный проект концепции изобилует запретами и ограничениями. Некоторые из них как минимум странные. Например, нас задел пункт о запрете для чиновников на взаимодействие с табачным бизнесом. Это же просто нонсенс! Надо понимать, что не получится отгородиться от предпринимателей стеной и решить существующие проблемы. Пока есть легальный рынок, легальный товар, добросовестные участники рынка, пока платятся налоги и сборы, создаются рабочие места, в конце концов, пока есть потребитель этого неполезного товара, диалог всех заинтересованных сторон — это неизбежный путь. А потом чиновник — он тоже человек, а ограничивать общение между людьми как-то некрасиво. *(Улыбается.)* Что же касается других пунктов, то не понятно, к примеру, как можно осуществить полный запрет на курение в коммунальных квартирах. Это априори невозможно. То есть я заперся в своей комнате и курю. Что делать в этой ситуации соседям? Милицию вызывать? Ну, пока милиция придет, я брошу курить — как минимум. Или, допустим, такое вполне реализуемое, но несколько странное предложение по поводу ящиков перед кассами, в которых продаются табачные изделия. Они хотят, чтобы эти ящики были не у каждого магазина свои, а все однотипные. По всей стране и по всем магазинам. Тут как минимум может возникнуть элемент коррупции — когда будет выбираться тот единственный производитель, который по всей стране будет эти одинаковые ящики поставлять.

BG: По вашим ощущениям, за какие пункты концепции Минздрав будет стоять, что называется, насмерть?

В. М.: Как показывает практика, в борьбе за жизнь Минздрав стоит насмерть почти за все свои предложения. Это нормально. Мы уважаем подобную твердость. При этом поддерживаем предложения участников рынка о доработке проекта концепции положениями, в которых были бы обозначены созидательные аспекты: профилактика табакокурения, привлечение молодежи к спорту, другим формам здорового досуга. Нам кажется, что концепция неразрывно связана с одобренным правительством РФ приоритетным проектом ЗОЖ. Если мы посмотрим на алкогольную отрасль, то у ведущих мировых игроков даже в корпоративных принципах написано, что одновременно с продажей и продвижением спиртного они реализуют большие и очень затратные программы по разъяснению населению вреда от чрезмерного употребления алкоголя. В принципе, на наш взгляд, такое же может существовать и на табачном рынке, то есть сами же производители могут одновременно вкладывать деньги в профилактику злоупотребления этим нехорошим товаром. Ведь есть совершенно понятные группы потребителей, которые давно курят, которые тысячу раз пытались бросить курить, но у них не получилось. И тут какими-то жесткими запретами мы явно будем нарушать права этих потребителей. Если же мы говорим о молодежи, то здесь, конечно, важны именно вопросы профилактики, привлечения их к какому-то здоровому времяпрепровождению. На мой взгляд, вклад социально ответственных производителей табачных изделий в этом вопросе сегодня недостаточен.

BG: Как в ФАС относятся к идее ввести обезличенную упаковку для табачной продукции? Анализировали ли вы опыт других стран?

В. М.: Обезличенная упаковка нарушает права юридических лиц на использование интеллектуальной собственности. Препятствует потенциальному увеличению числа участников рынка, то есть является барьером входа на рынок. Поскольку мы говорим о легальном рынке, не запрещенном российскими законами, то такая мера нарушит антимонопольное законодательство. Сегодня уже установлено достаточное количество запретов и ограничений. Покупатель и так не соприкасается с товаром в магазине, так как витрина закрыта. Куда уж более! Нельзя также забывать, что у наших соседей по Таможенному союзу регулирование рынка отличается от нашего. Например, акцизная политика у них намного мягче, и уже сейчас мы видим тренд на увеличение нелегальных продаж в приграничных территориях.

BG: Дала какой-то эффект закрытая выкладка табачной продукции?

В. М.: Нельзя оценивать эффект только от одной ограничительной меры. Комплекс мер регулирования рынка несомненно отражается на развитии отрасли. ФАС ежегодно проводит анализ состояния конкурентной среды на табачном рынке. По предварительным данным, производство в 2016 году сократилось на 5% по сравнению с 2015 годом. Вместе с тем уровень нелегальных продаж, по мнению экспертов рынка, вырос на 5%. Так что с точки зрения легального сектора ситуация ухудшилась, а объемы реализации по факту остались на том же уровне. Отдельно хочу отметить, что табачная продукция не является товаром волнового спроса. Я не курю и никогда не курил, но у меня много друзей, которые курят, и когда случайно вижу, что рядом продаются сигареты или кто-то курит, желание купить у меня не возникает. Думаю, что не только я один такой странный. *(Улыбается.)* Сигареты — это все-таки не мороженое и не стакан воды в жаркий летний день.

BG: Считаете ли вы правильной идею передать одному регулятору функции контроля над табачной отраслью?

В. М.: Как я уже говорил, табачная отрасль на сегодняшний день является одной из самых зарегулированных отраслей. Такое количество запретов и ограничений вы вряд ли где-то найдете, разве только на алкогольных рынках. Вместе с тем данная отрасль является одной из самых прозрачных, так как экономическая концентрация очень высока, рынок разделен между пятью крупными игроками, четыре из них — представители иностранных компаний, у которых, как правило, более жесткие корпоративные правила и принципы, чем у российских. Это касается и работы со своим товаром, отношения к потребителю, взаимодействия с органами власти и т. д. При этом отрасль одновременно курируют четыре ведомства: Минпромторг, Минсельхоз, Минфин и Минздрав. В такой ситуации эффективности регулирования ждать не приходится. Как говорится, у семи нянек дитя без глазу. Мы за передачу функции регулирования одному ведомству.

BG: Росалкогольрегулированию (РАР)?

В. М.: Если мы говорим о политике, то это должен быть Минфин, а если о выполнении контрольно-надзорной функции, то курируемый им РАР. Этот тандем сегодня, во всяком случае, на алкогольных рынках доказывает свою эффективность. В том числе и в плане контроля с помощью ЕГАИС. И хотя производители сигарет отбиваются от этой системы, но на алкогольных рынках она показала хороший результат.

BG: Да, но там табачный рынок отбивается не потому, что не хочет введения системы учета как таковой, а возражает конкретно против ЕГАИС, объясняя это тем, что система с точки зрения технологии не подходит для отрасли.

В. М.: Абсолютно точно. Но я говорил о ЕГАИС скорее как об имени нарицательном. В случае с табаком, конечно, можно найти другие технологии отслеживания движения товара.

BG: Говорят, что конкуренция между табачными компаниями в последние годы приняла характер ценовых войн, когда одни компании в борьбе за потребителя пытаются сдерживать цены на свою продукцию, создавая большие стоки. Как в ФАС оценивают эту ситуацию?

В. М.: Очень сложно конкурировать на рынке, состоящем из одних запретов: нет рекламы, нет информирования, нет открытой выкладки, нет возможности открыто выступать спонсорами спортивных и иных мероприятий. Остается конкурировать ценой. Сейчас Philip Morris, например, обратился в правительство РФ с предложением ввести минимальную розничную цену на сигареты. Остальные участники рынка активно включились в дискуссию по этому предложению. Оно, по нашему глубокому убеждению, несомненно, повлияет на конкуренцию, поэтому к этой теме нужно аккуратно относиться. То есть, с одной стороны, это экономика, с другой стороны, потенциально могут быть какие-то ценовые если не войны, то воздействия на конкурентов.

BG: Из-за введения минимальной цены?

В. М.: Да, потому что главный здесь вопрос, какой эта цена должна быть. Можно ввести 50 руб., а можно — 80 руб. и отсечь какую-то часть потенциальных игроков со своим товаром, у которых, допустим, цена ниже этого. У нас пока аккуратная позиция, потому что мы обсуждаем у себя в службе за круглым столом этот вопрос и тоже имеем разное мнение, как и участники табачного рынка. Мы хотим выслушать все аргументы и потом уже будем готовы сформулировать свою позицию.

BG: В последнее время на табачном рынке появляется большое количество новой продукции: вейпы, электронные нагреватели и т. д. Должна ли такая продукция регулироваться так же жестко, как обычные сигареты, или для нее можно предусмотреть некоторые послабления?

В. М.: Безусловно, любой рынок нуждается в правилах игры. Иногда регулирование запаздывает за развитием рынка, появлением новых товаров. Наша позиция: если инновационные разработки, товары меньше вредят здоровью, нежели обычные сигареты, и это доказано клиническими испытаниями, то ограничения на их оборот должны быть мягче. Потребитель имеет право знать об этих товарах и должен иметь возможность уменьшить вред своему здоровью. Правда, есть обратная сторона медали: все новое, особенно связанное с электроникой, привлекает молодежь. Найти баланс — общая задача. Кстати, ФАС совместно с участниками рынка пытается найти разумный компромисс для возможностей развития отрасли в рамках концепции. Сейчас мы обсуждаем публичную декларацию добросовестных участников рынка, в которой будут предусмотрены правила по маркетингу и реализации указанных товаров. Таким образом, рынок пытается отрегулировать себя сам, создать необходимые условия для недопущения к данной продукции несовершеннолетних. ■

Интервью взял ОЛЕГ ТРУТНЕВ

БРЕНД КАКОЙ-ТО

ЧТО ЕСЛИ В НЕДАЛЕКОМ БУДУЩЕМ ВМЕСТО ПРИВЫЧНЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ БРЕНДОВ ПОКУПАТЕЛЕЙ В МАГАЗИНАХ СТАНУТ ВСТРЕЧАТЬ ОДИНАКОВЫЕ БУТЫЛКИ С НАПИТКАМИ ИЛИ ПАКЕТЫ С ЧИПСАМИ, ОТЛИЧАЮЩИЕСЯ ДРУГ ОТ ДРУГА ТОЛЬКО ЦЕНОЙ? ЭТО УЖЕ НЕ КАЖЕТСЯ ПУСТОЙ ФАНТАЗИЕЙ: ПЕРВЫЕ ШАГИ В ЭТОМ НАПРАВЛЕНИИ СДЕЛАНЫ, А ИХ СЛЕДСТВИЕМ МОГУТ СТАТЬ РОСТ ОБЪЕМОВ НЕЛЕГАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ, СОКРАЩЕНИЕ АССОРТИМЕНТА, МАССОВОЕ НАРУШЕНИЕ ПРАВ НА БРЕНДЫ ИХ ПРАВООБЛАДАТЕЛЕЙ И ПАДЕНИЕ ДОХОДОВ РЕКЛАМНОГО РЫНКА. МАРИЯ ИВАНОВА

Введение унифицированной упаковки, или запрет на брендирование, подразумевает невозможность использовать логотип и оформлять товар цветами и дизайнерскими элементами, не предусмотренные законом. Допускается лишь размещение на упаковке наименования торговой марки одинаковым для всех производителей шрифтом. В ряде стран такой запрет уже введен для табачной продукции. Авторы этой идеи полагают, что тем самым удастся сократить потребление сигарет и оздоровить население.

Табачная отрасль в части ограничений и запретов уверенно удерживает пальму первенства. Но сигареты могут оказаться лишь первыми в череде категорий продуктов, идентификацию которых уже сейчас пытаются ограничить законодатели ряда стран. Под прицелом большое количество товаров, которые содержат слишком много сахара, жиров, соли или спирта и т. д. Во Франции, к примеру, в начале 2012 года введен «акциз» на сладкие напитки. В Венгрии действуют специальные налоги на продукты с высоким содержанием сахара, соли и жиров. В Чили на таких товарах требуется размещать предупреждение о вреде здоровью (надпись должна занимать не меньше 20% площади упаковки). В Кении аналогичные предупреждения размером не менее 30% этикетки должны быть на алкогольных напитках.

Первые шаги в этом направлении делаются и в России. В правительстве уже поднимался вопрос о введении акциза на пальмовое масло, газированные напитки, чипсы и другие товары с повышенным содержанием жира и сахара. Обсуждается и введение предостерегающей маркировки продукции с пальмовым маслом, а также возможность ограничения ее рекламы.

AFP

ЧТО В ПАЧКЕ? Именно за ограничениями и запретом рекламы обычно следует унификация упаковки, которую регуляторы нередко воспринимают как часть рекламы, продвижения, маркетинга. Декан Высшей школы маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ Татьяна Комиссарова отмечает, что упаковка — это навигатор, который позволяет потребителю убедиться, что качество находящейся внутри продукции соответствует его требованиям. Поэтому, считает она, когда государство решает обезличить упаковку, оно должно взять на себя ответственность за контроль качества продукции. «Если же государство не может гарантировать контроль качества, то оно и не должно вводить такую норму»,— убеждена госпожа Комиссарова.

С тем, что упаковка и этикетка с уникальными визуальными решениями — один из способов коммуникации с потребителем, согласна директор Центра исследований кондитерского рынка Елизавета Никитина. «Бренд не просто торговая марка, а целый набор признаков, отличающий товар от остальных и делающий его уникальным,— отмечает она.— Это исключительно важная составляющая успеха на потребительском рынке в целом и на кондитерском в частности». Госпожа Никитина подчеркивает, что на кондитерском рынке яркая, привлекательная упаковка с эмоциональными графическими решениями, узнаваемыми логотипами крайне важна, так как сладости, как правило, импульсная покупка.

На рынке алкоголя оформление товара может помочь отличить оригинальный продукт от подделки. После введения обезличенной упаковки возрастает риск производства нелегальной продукции, а значит, и недополучения государством доходов, говорит один из крупных производителей спиртного. Такие последствия возможны для всего продовольственного рынка, считает зампред правления ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз» Дмитрий Леонов. «Законопослушные компании лишатся прав на использование фирменных элементов, а недобросовестные извлекут из этого выгоду»,— добавляет он. Стандартизация упаковки, по его мнению, усложнит возможность отличия легальной продукции от подделки.

Введение унифицированной упаковки может привести к снижению конкуренции, резкому сокращению ассортиментного и вкусового разнообразия, падению качества продукции, предупреждает Елизавета Никитина. Потребители столкнутся с неоправданными барьерами при выборе продукции, отмечает крупный производитель алкоголя. В случае введения обезличенной упаковки, безусловно, производители начнут фиксировать снижение объемов продукции соответствующих категорий, прогнозирует директор по маркетингу ГК «Дикси» Ирина Рамазанова. «Запрет окажет более значительное влияние на импульсные категории, такие как снеки, чипсы, газировку, для алкоголя, колбас последствия будут менее заметными»,— полагает она. Изменения не приведут к уничтожению какого-либо сегмента рынка, а лишь простимулируют пересмотр существующих правил игры, прогнозирует директор по маркетингу торговой сети «Перекресток» Дмитрий Медведев. «Выходом из ситуации станет продвижение „вредного“ бренда через „безвредные“ аналоги, как сейчас это происходит с безалкогольным пивом»,— рассуждает он.

Такого рода нововведения, безусловно, усложнят коммуникацию с потребителями, сделают ее более трудоемкой, продолжает Ирина Рамазанова. «Все это мы видели на примере табачной продукции и алкоголя: после введения ограничений в коммуникации производителями использовались все более изощренные методы зацепить клиентов, включая коммуникацию внутри упаковок,— поясняет она.— Вполне возможно, мы станем свидетелями применения самых передовых технологий коммуникации, перенос их с упаковки на другие площадки, в первую очередь digital и оформление мест продаж».

Впрочем, не все склонны верить в то, что запрет на брендинг может распространиться и на продовольственный рынок в России. «Это нереально»,— категоричен топ-менеджер компании—производителя газированных напитков. «Невозможно доказать вред от употребления конкретного пищевого продукта, негативные последствия всегда возникают как следствие нездорового образа жизни в целом»,— настаивает он.

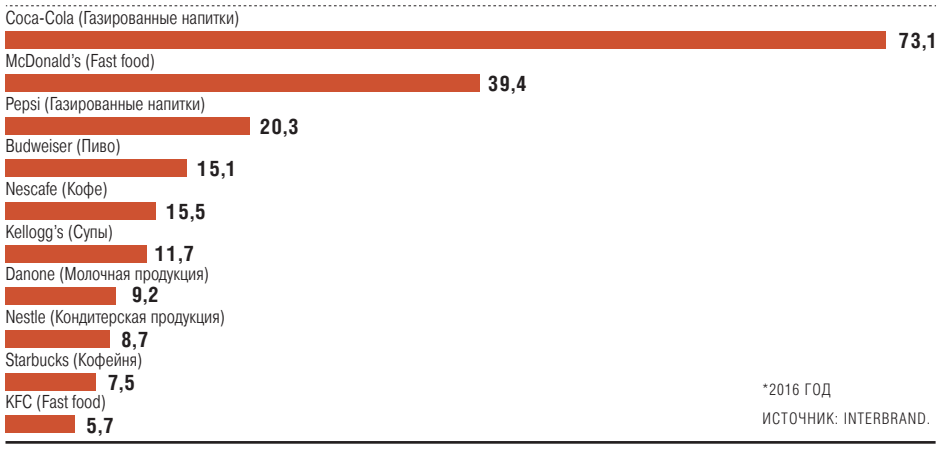
Его нежелание даже предполагать, что в России могут запретить брендинг товаров, можно понять, если посмотреть, сколько стоят крупнейшие мировые марки, продукцию которых ответственные за здравоохранение чиновники все чаще рассматривают как вредную для здоровья. Например, бренд Coca-Cola в 2016 году стоил $73,1 млрд (здесь и далее данные Interbrand). Это самая дорогая торговая марка на продовольственном рынке и третья по стоимости в мире после Apple и Google (см. график). От введения унифицированной упаковки законопослушные компании, конечно, потеряют ценность своих брендов, убежден собеседник „Ъ“ на алкогольном рынке.

БЕЗЛИКАЯ РЕКЛАМА Пострадать от ограничения брендинга товаров может и рекламный рынок. В 2013 году, когда вступил в силу полный запрет на рекламу сигарет, больше всего пострадал сегмент печатных СМИ. В январе—сентябре 2013 года рекламные бюджеты табачных брендов в прессе составляли почти 564 млн руб., что соответствовало 4% рекламных доходов прессы.

Гендиректор Havas Media Елена Белова говорит, что такие категории, как газированные напитки, снеки, чипсы, мясоколбасные изделия, шоколадные батончики, энергетики, закусочные быстрого обслуживания, также концентрируют свои бюджеты офлайн. Поэтому основной удар запрет может нанести именно по традиционным СМИ. Офлайн- и онлайн-затраты на рекламу продукции этих категорий составляют сейчас 11,4% рекламных затрат в российских СМИ, уточняет госпожа Белова. Рекламный рынок России в 2016 году составил 360 млрд руб., подсчитала Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР).

Серьезный урон может быть нанесен и телерынку, по-прежнему аккумулирующему большую часть рекламных доходов. Например, на рекламу сладких газированных напитков, шоколадных батончиков, снеков, fast-food и др. приходится около 10% рекламного размещения на телевидении, говорит руководитель департамента продуктивности и оценки медиазакупок коммуникационной группы OMD OM Group Андрей Скородумов. Рынок телерекламы в прошлом году, по данным АКАР, составил 150,8 млрд руб. Если будет введен полный запрет на продвижение таких продуктов, это станет довольно существенным негативным фактором для развития рекламного рынка, так как крупнейшие телевизионные рекламодатели, такие как PepsiCo, Coca-Cola, McDonalds, Mars, Mondelez и др. вынуждены будут значительно сократить свои инвестиции в рекламу, рассуждает господин Скородумов. По его расчетам, даже временные ограничения рекламы продукции этой категории (например, возможность показывать ее только поздним вечером) повлекут за собой сокращение рынка телерекламы на 7%, что довольно ощутимо. ■

САМЫЕ ДОРОГИЕ МИРОВЫЕ БРЕНДЫ В СФЕРЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ($ МЛРД)*



*2016 ГОД

ИСТОЧНИК: INTERBRAND.

КОГДА ПОЯВИЛСЯ БРЕНД Оставлять отличительные отметки на своей продукции ремесленники начали еще в древности. Например, в Древнем Египте они клеймили сделанные ими кирпичи. Также существуют свидетельства, что торговые марки были распространены у римлян и греков. Бренды использовались в Индии в 1300 году до нашей эры. В Англии в XIII веке брендинг был требованием властей: булочники были обязаны помечать свой товар особым знаком и указывать его вес. Прадедами брендинга принято считать производителей лекарств и табака. Производители последнего в середине XIX века начали придумывать названия своему товару и продавать его в красивой упаковке. Однако расцвет брендинга приходится на вторую половину XX века, когда активно росло потребление, появлялась новая продукция. Нередко она была взаимозаменяемой, и бренды стали необходимостью, чтобы отличать один товар от другого (из книги «Бренд-менеджмент» Т. Лейни, Е. Семенова, С. Шилина).

ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНТИТАБАЧНЫХ МЕР В ДРУГИХ ОТРАСЛЯХ

В МИРЕ УЖЕСТОЧЕНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ В ТАБАЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НАЧАЛОСЬ РАНЬШЕ, ЧЕМ В ОСТАЛЬНЫХ ОТРАСЛЯХ, СВЯЗАННЫХ С ПРОИЗВОДСТВОМ FMCG-ТОВАРОВ. НАТРЕНИРОВАВШИСЬ НА ТАБАКЕ, ПРАВИТЕЛЬСТВА РАЗНЫХ СТРАН МИРА ПРОБУЮТ ПРИМЕНИТЬ ИСПЫТАННЫЕ МЕРЫ К ДРУГИМ ПРОДУКТАМ, ЧРЕЗМЕРНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ КОТОРЫХ, КАК СЧИТАЕТСЯ, МОЖЕТ НЕГАТИВНО СКАЗАТЬСЯ НА ЗДОРОВЬЕ. НАИБОЛЕЕ «ПОПУЛЯРНЫМИ» СРЕДИ ТАКИХ МЕР ПОКА ЯВЛЯЮТСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ НАЛОГИ И НАНЕСЕНИЕ НА УПАКОВКУ ПРЕДУПРЕДИТЕЛЬНЫХ НАДПИСЕЙ.

«У БРЕНДОВ В РОССИИ ДОЛЖНО БЫТЬ ХОРОШЕЕ БУДУЩЕЕ»

В МИРЕ ЕСТЬ МНОГО БРЕНДОВ, ПОД КОТОРЫМИ ПРОИЗВОДИТСЯ НЕ САМАЯ ПОЛЕЗНАЯ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ПРОДУКЦИЯ, НО КОТОРЫЕ ПРИ ЭТОМ ОЦЕНИВАЮТСЯ В МИЛЛИАРДЫ ДОЛЛАРОВ. ТАБАЧНЫЕ БРЕНДЫ ТОЖЕ СТОЯТ НЕМАЛО, ОДНАКО ЭТО НЕ ЗАЩИТИЛО ИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В РЯДЕ СТРАН ОТ ФАКТИЧЕСКОГО ЗАПРЕТА НА ПРАВО ПОЛЬЗОВАНИЯ СВОЕЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ. О ТОМ, МОЖЕТ ЛИ ТАКОЙ СЦЕНАРИЙ В БУДУЩЕМ ЗАТРОНУТЬ ДРУГИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ, BUSINESS GUIDE ПОГОВОРИЛ С ИСПОЛНИТЕЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ «РУСБРЕНДА» АЛЕКСЕЕМ ПОПОВИЧЕВЫМ.

BUSINESS GUIDE: Как в «РусБренде» относятся к распространяющейся практике лишения табачных компаний возможности использовать бренд на упаковках?

АЛЕКСЕЙ ПОПОВИЧЕВ: Знаете, год назад я участвовал в одной конференции, посвященной торговле. Там выступал профессор из Австралии, который говорил, что серьезного влияния на сокращение числа курильщиков эта мера не оказала. В то же время есть абсолютно четкие данные, что в Австралии увеличился нелегальный рынок. Поэтому на эту проблему надо смотреть в первую очередь с точки зрения того, что упаковка дает потребителю. Если ее обезличить, то, во-первых, у потребителя не будет информации о продукте, а во-вторых, конечно, снизится уровень конкуренции. То же самое можно сказать не только про сигареты, но и про все остальные товары. Ведь бренд прежде всего средство конкуренции между продуктами в одной товарной категории, а не средство продвижения всей категории. Точно так же, как реклама. Говорить, что реклама продвигает всю категорию товаров, несправедливо, потому что если это так, то такую рекламу нельзя назвать эффективной, поскольку производитель должен в первую очередь продвигать именно свой продукт.

ПРЕДОСТАВЛЕНО «РУСБРЕНД»

BG: Если реклама не двигает продажи всей категории, а только отдельных ее брендов, то может ли полное отсутствии рекламы привести к падению продаж всей категории? Реклама сигарет все-таки уже достаточно давно запрещена в России, чтобы можно было понять, повлияла ли ее отсутствие на продажи.

А. П.: По табаку мы рынок не изучали, но смотрели исследования о зависимости рекламы и уровня потребления алкоголя. Четкой связи обнаружено не было. Кстати, наиболее жесткие требования к распространению алкогольной продукции, в том числе в части ее рекламы, существует сегодня в скандинавских странах. А уровень потребления спиртного там при этом растет. В то же время есть страны, где реклама алкоголя в том или ином виде разрешена, но потребление, наоборот, снижается.

BG: «РусБренд», среди членов которого есть табачные компании, как-то пытался подключиться к дискуссии о запрете брендирования сигарет в России?

А. П.: Когда дело касается защиты интеллектуальной собственности, товарных знаков, наша ассоциация всегда последовательно выступает за то, что любой легально существующий на рынке продукт должен иметь возможность как-то выделяться. Мы активно не участвовали в дискуссии о запрете рекламы табачной продукции, потому что там были разные социальные аспекты. Да и сами компании поразному смотрят на этот вопрос. Но что касается возможностей бизнеса через свою упаковку доносить информацию до потребителя о продукте, в том числе о его потребительских свойствах, тут мы считаем, что такое право у них должно сохраняться. Потому что отсутствие такой информации превращает товар в такого рода коммодити и затрудняет ориентацию потребителя. Ему будет трудно понять, какого качества продукт он покупает. Бренд ведь сегментирует категорию не только по цене, но и по качеству. Для любого продукта коммодизация — довольно вредная вещь.

ДОКАЗАНО, ЧТО РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ РАЗВИВАЮТ СОПУТСТВУЮЩИЕ СФЕРЫ И ДОСТАТОЧНО СЕРЬЕЗНО ВЛИЯЮТ НА ВВП

BG: Все-таки каковы, на ваш взгляд, перспективы принятия запрета брендирования в России в отношении табака?

А. П.: Сейчас идут дискуссии на разных площадках, в том числе в рамках экспертного совета Федеральной антимонопольной службы. Раз обсуждение идет, то, значит, окончательного решения еще нет, есть разные точки зрения. Мне кажется, тут должно быть какое-то сбалансированное решение. С точки зрения логики я вообще не понимаю, зачем нужно обезличивать пачку, учитывая, что сейчас запрещена не только реклама табачной продукции, но и ее выкладка. Ведь упаковка фактически уже не работает как носитель рекламы. Минздрав считал, что, находясь в свободной выкладке, табачная продукция привлекает в том числе новых потребителей среди молодежи, которые начинают курить, когда видят сигареты. Сегодня этой проблемы уже нет, так как сигареты лежат в специальных ящиках, потребитель их не видит, и, собственно говоря, с упаковкой знакомится только человек, совершающий покупку. То есть уже курящий человек. Поэтому я думаю, что с учетом действующего регулирования обезличенная упаковка — избыточная мера.

BG: Как вы считаете, когда какое-то государство вводит запрет на брендирование пачки, должно ли оно при этом выплачивать компенсации компаниям, которых оно, по сути, лишает возможности пользоваться своей интеллектуальной собственностью?

А. П.: Насколько я понимаю, в мире пока не было такой практики. Но надо помнить, что в некоторых случаях стоимость брендов может перекрывать стоимость материальных активов, которыми владеют компании. В цену бренда входят те средства, которые были вложены на протяжении всей его истории. Поэтому какая-то компенсация в таких случаях, наверное, должна быть. Но в любом случае прерогатива принятия решения об этом в компетенции конкретного государства.

BG: Какие еще последствия для потребителя будет нести унификация упаковки, кроме того, что он лишится возможности получать информацию о продукте?

А. П.: Обезличенная упаковка может спровоцировать рост контрафактной продукции. Потому что такую упаковку проще произвести и подделать. Ведь продукт с брендом является не только средством информации, но и средством защиты. Постоянный потребитель бренда знает, где у него расположены разные графические элементы на упаковке, какова она на ощупь и т. д. Держа ее в руках, можно определить, это оригинальная продукция или нет.

BG: Известно, что часть стоимости того или иного продукта составляет сам бренд. В ситуации, когда он становится невидимым, нет ли опасности, что потребитель будет выбирать более дешевую продукцию?

А. П.: Конечно, расходы на рекламу и маркетинг ложатся в стоимость продукта. Но бренд — это не только рекламная инвестиция, это также и гарантия определенного качества товара и тех инноваций, которые производитель в него вложил. Однако при отсутствии бренда у потребителя начинает размываться представление о качестве продукта. И в Австралии, как я видел из статистических данных, как раз началась миграция потребителя в сторону более дешевой продукции. В том числе продукции более низкого качества.

BG: Как вы считаете, может ли унификация упаковки сигарет в будущем сработать таким принципом домино для других FMCG-товаров, которые тоже воспринимаются как не вполне полезные для здоровья? Например, алкоголь, газировка, разные другие сахаросодержащие продукты…

А. П.: Очень бы не хотелось нам, как ассоциации производителей брендов, такого развития событий. Но потенциально такие риски, мне кажется, есть. Это сделало бы наш мир сильно беднее, серьезно снизив возможность конкуренции, которая не только продвигает отдельные товары, но и способствует привнесению инноваций, снижению цен, повышению качества продуктов. Поэтому нас это не может не беспокоить, учитывая, что бренды сегодня вносят серьезный вклад в развитие экономики многих государств. Последнее исследование, проведенное WFA (Всемирная ассоциация рекламодателей.— **BG**), говорит о том, что €1, вложенный в рекламу, генерирует в экономике дополнительные €7 плюс несет потребителю бесплатные услуги и улучшенный сервис. Доказано, что реклама и маркетинг развивают сопутствующие сферы и достаточно серьезно влияют на ВВП. Поэтому введение обезличенной упаковки может косвенно сказаться и на экономике страны.

BG: Члены вашей ассоциации, которые производят не самые полезные продукты, как-то уже выражали озабоченность по поводу государственных инициатив в отношении своих коллег из табачной отрасли? Не боятся ли они стать следующими жертвами ужесточений?

А. П.: Мы уже видели в стратегии Минздрава по ЗОЖ, что там содержатся идеи ограничений, в том числе по месту продажи «менее полезных продуктов» (предпочитаю придерживаться терминов, которые используются Всемирной организацией здравоохранения). Есть там в отношении их и рекламные запреты, как минимум касающиеся детей. Мне кажется, что такие меры менее эффективны, чем работа по продвижению здорового образа жизни, разъяснения о том, как правильно питаться, развитие физкультуры в разных ее видах, разъяснительная работа о пользе или вреде определенного образа жизни. Тем более что многие ответственные компании уже давно взяли на себя добровольные обязательства в сфере маркетинга в рамках индустриального саморегулирования. Как говорят, запретный плод часто бывает сладок, поэтому я считаю, что пропаганда здорового образа жизни может принести значительно больше, чем массовые запреты.

BG: Все те ограничительные меры, о которых мы говорили, могут повлиять на инвестиционный климат в стране?

А. П.: Обсуждение любого регулирования, которое носит запретительный характер и несет дополнительные издержки, конечно, влияет на привлекательность тех или иных рынков. Особенно когда такие инициативы появляются внезапно. Конечно, инвесторы на это смотрят. В России пару лет назад возникла, например, инициатива ввести акциз на сахар. И тут я бы хотел обратить внимание на опыт Финляндии. Буквально два года назад там был отменен налог на кондитерские изделия и мороженое, который вводился с целью сделать местное население более здоровым. Так вот этот налог был отменен решением Еврокомиссии, после того как туда обратились финские производители. Они подтвердили главный факт: введение налога не только не способствовало снижению общего потребления сахара, а наоборот, оно начало расти. Решение отменить налог было принято как раз по причине нарушения конкуренции: введение налогов на одни продукты позволило другим категориям получить конкурентное преимущество. То есть люди перешли на другие сахаросодержащие продукты, в отношении которых дополнительных налогов не вводилось. Это говорит о том, что, прежде чем принимать такие меры, нужно лучше анализировать суть проблемы.

BG: Насколько, на ваш взгляд, российские власти понимают важность брендов?

А. П.: Мне кажется, государство постепенно приходит к пониманию важной роли брендов в экономике. Это видно по тому, что сейчас, например, разрабатывается туристический бренд России, на государственном уровне обсуждается бренд «сделано в России» для продвижения отечественной продукции за рубежом. То есть действительно на уровне правительства происходит определенный поворот к пониманию ценности бренда в современном мире. Это дает мне основания думать, что у брендов в России должно быть хорошее будущее. ■

Интервью взял **ДМИТРИЙ ДРОНОВ**

ИГРА С ОГОНЬКОМ

СОВЕТСКИЕ ГРАЖДАНЕ, ЖИВШИЕ В ЭПОХУ ТОТАЛЬНОГО ТОВАРНОГО ДЕФИЦИТА, МОГЛИ ОБХОДИТЬСЯ БЕЗ МНОГИХ ПРОДУКТОВ. НО КОГДА В 1990 ГОДУ В СТРАНЕ ИСЧЕЗЛО КУРЕВО, ЛЮДИ ПРИШЛИ В ЯРОСТЬ: РАБОЧИЕ ОТКАЗЫВАЛИСЬ ВЫХОДИТЬ НА ЗАВОДЫ, А КРЕСТЬЯНЕ — В ПОЛЯ. В МОСКВЕ И ЛЕНИНГРАДЕ НАРОД ПЕРЕКРЫВАЛ ЦЕНТРАЛЬНЫЕ УЛИЦЫ, ТРЕБУЯ ВОЗОБНОВИТЬ ПРОДАЖУ СИГАРЕТ. БЫТЬ МОЖЕТ, ИМЕННО ТОГДА В СОЗНАНИИ ОБЩЕСТВА ОКОНЧАТЕЛЬНО ЗАКРЕПИЛАСЬ МЫСЛЬ О НЕОБХОДИМОСТИ СМЕНЫ ВЛАСТИ, ЧТО В ИТОГЕ ПРИВЕЛО К РАСПАДУ СОВЕТСКОГО СОЮЗА — ГЛАВНОЙ, ПО СЛОВАМ ПРЕЗИДЕНТА ВЛАДИМИРА ПУТИНА, ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ КАТАСТРОФЕ XX ВЕКА. МИХАИЛ ДОБРОДЕЕВ

ДВА ШАГА ВПЕРЕД, ОДИН ШАГ НАЗАД

Сегодня кажется невероятным, что 27 лет назад дефицит сигарет в стране был настолько острым, что люди покупали у «бабушек» пол-литровые банки с окурками за 2 руб. Сейчас нет предпосылок для повторения той ситуации, однако не проходит и месяца, чтобы СМИ не сообщали об очередных инициативах, направленных на ужесточение жизни российского курильщика. Они не ограничиваются антитабачной концепцией Минздрава — ввести новые запреты регулярно предлагают депутаты и пропагандисты здорового образа жизни.

К слову, в новейшей истории был лишь один пример принятия антитабачной программы на национальном уровне. В 1941 году в нацистской Германии был издан указ, запрещающий курение в ряде учреждений страны: университетах, зданиях почты, военных госпиталях и офисах. Позднее курение было запрещено в общественном транспорте и бомбоубежищах. Запреты были отменены после падения Третьего рейха.

В наше время в Европе, где в рамках конвенции ВОЗ по борьбе против курения ограничения для курильщиков вводились раньше, чем в России, постепенно пришли к пониманию того, что тактика тотальных запретов не приводит к достижению главной цели — сокращению потребления табачных изделий. Некоторые запреты были отменены как бессмысленные или даже вредные. Например, после начала масштабной антитабачной кампании курительные комнаты были закрыты в большинстве крупнейших европейских аэропортов, но спустя несколько лет их вернули.

Директор департамента развития международного аэропорта Мюнхена Александр Шроль рассказывал, что запрет курилок оказал негативное влияние на функционирование аэропорта. Значительное число пассажиров, зная, что после пересечения зоны досмотра и паспортного контроля они уже не смогут покурить, оттягивали проход в эту зону до последнего, а потом устремлялись на контроль, создавая пробки. Следствием этого стали опоздания на рейсы, что создавало неудобства для других пассажиров. Также, по словам господина Шроля, теряли выручку магазины duty free, так как у опаздывающих пассажиров не оставалось времени на шопинг. Помимо этого аэропорту пришлось потратиться на дополнительных охранников, которые следили за соблюдением запрета курения в туалетах аэропорта. «Мы не поддерживаем курение, но и не считаем борьбу с этой вредной привычкой задачей, которую должны выполнять аэропорты»,— объяснял Александр Шроль решение вернуть курительные комнаты в стерильные зоны мюнхенского аэропорта.

По прагматичным соображениям были отменены и некоторые другие антитабачные запреты. В частности, в ряде стран ЕС курение вновь разрешили в барах, где не подается еда.

В России ни один из введенных запретов на курение еще не отменен, хотя, например, дискуссии о целесообразности возврата курилок в аэропорты не прекращаются со времени введения этой нормы. Тем не менее у российских федеральных чиновников явно есть понимание того, что чрезмерное регулирование может увеличить социальную напряженность. Например, правительство притормаживает повышение акцизов на сигареты в год президентских выборов: их индексация происходит с 1 июля, то есть после голосования. Так было в 2012 году, так будет и в следующем.

В предвыборный период российские власти особенно чувствительны к общественному мнению. А оно показывает, что население сегодня в первую очередь обеспокоено ростом цен. Именно эту проблему назвал основной 61% участников проведенного в августе опроса «Левада-центра». Помимо цен многих респондентов беспокоят бедность и обнищание населения (45%) и безработица (33%). Июньский опрос ВЦИОМа (см. график) показал, что приоритетными задачами государства граждане России считают повышение качества медицины (54% опрошенных), увеличение пенсий и пособий (49%), строительство и ремонт дорог (39%). Борьбу с курением во главу угла поставили только 5% респондентов.

ЗНАНИЕ — СИЛА

По данным исследования Euromonitor, во многих развитых странах, включая те, в которых нет жесткого табачного регулирования, добиться снижения курения удалось не столько запретами, сколько просветительской деятельностью.

В Германии, как отмечала в своем докладе в 2015 году федеральный комиссар по контролю за оборотом наркотиков Марлен Мортлер, наблюдается снижение вовлеченности детей и подростков в употребление табака и алкоголя. В 2014 году число немецких школьников в возрасте от 12 до 17 лет, которые употребляли табак, снизилось до 10% — самого низкого уровня с 1979 года. Чиновница связывала это с запуском в 2005 году нескольких федеральных образовательных антитабачных программ, в том числе интерактивной онлайн-программы «Без дыма», которая помогла курящим подросткам отказаться от вредной привычки. Если в 2005 году в Германии курило около 24% взрослого населения, то в 2016 году его доля сократилась до 22%. Продажи сигарет в стране за тот же период сократились на 21%, до 115 млрд штук.

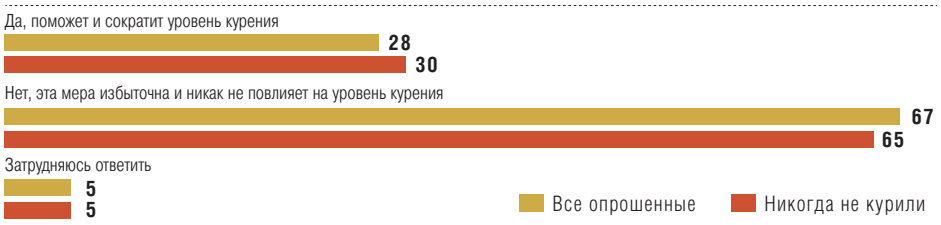
В США, где за последние десять лет процент взрослых курильщиков снизился с 23% до 15%, особенно успешными мерами, которые помогли множеству людей бросить курить, считают две масштабные кампании. Одна была организована общественной организацией бывших курильщиков и представляла собой серию эмоциональных видеороликов, в которых рассказывались реальные истории людей. Исследование показало, что в период проведения кампании и спустя год после ее завершения количество попыток бросить курить в США увеличилось на 24,7%. И 220 тыс. человек из 1,64 млн пытавшихся бросить это удалось. Другая удачная кампания, проведенная американским Минздравом (FDA), называлась «Реальные затраты». Ее целевой аудиторией были подростки 12–17 лет. По подсчетам FDA, число американских подростков, не начавших курить после завершения этой программы, составило 350 тыс. человек.

Японские власти также достигли больших успехов в борьбе с курением при помощи социальных инструментов. Например, с апреля 2006 года в Японии лечение зависимости от табака включено в страховку. С мая того же года среди населения распространяется «Пособие по поддержке прекращения курения», призванное повысить эффективность лечения людей, решивших бросить курить. Также в стране проводятся общественные кампании, в рамках которых врачи и медсестры убеждают курильщиков отказаться от вредной привычки. Общение с ними происходит в том числе посредством бесед по телефону. С 2006 по 2016 год число курильщиков в Японии уменьшилось с 29% до 19%, а продажи сигарет сократились на 36%, до 175 млрд штук в год.

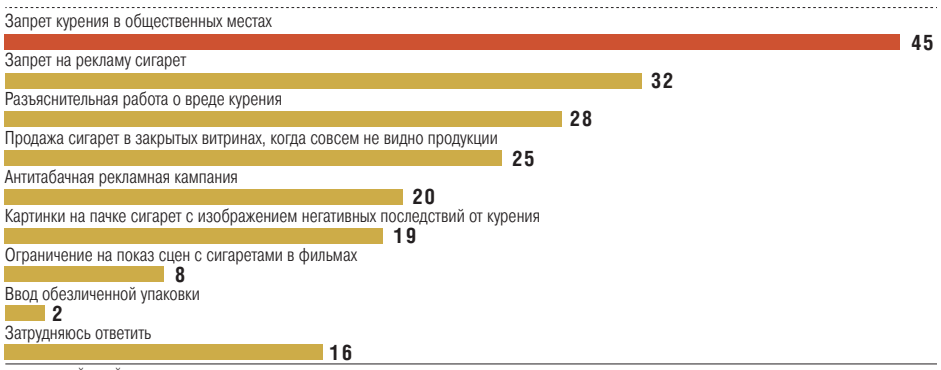
Именно образовательные социальные программы играют главную роль в том, что люди решают отказаться от сигарет. Это можно объяснить так: курение не просто заболевание или вредная привычка. В значительной степени это социальное явление. А, как показывает практика, бороться с социальными явлениями, признанными общественно вредными или негативными, путем жестких запретов не только неэффективно, но и опасно. Часто это приводит к тому, что они выходят из-под контроля государства и криминализируются. По статистике объем незаконной торговли табачными изделиями ниже в странах с менее жестким регулированием отрасли. В 2016 году в Германии нелегальные сигареты занимали около 8% рынка, в США — 4%, а в Японии — всего 0,04%. А на зарегулированных табачных рынках Канады, Австралии и Великобритании их доля была 19%, 19% и 11% соответственно.

В России доля нелегального рынка сигарет, согласно исследованиям, уже превышает аналогичные показатели США и Японии. Возможно, это объясняется тем, что, борясь с курением, власти РФ используют международный опыт в основном в части запретов. Однако, перенося его на российскую почву, не нужно забывать о разнице между западными социально-экономическими реалиями и нашими. Прежде чем говорить о необходимости поднять до среднеевропейского уровня ставки акцизов на сигареты (это предложение Минздрава), не будет ли справедливым довести до среднеевропейского уровень жизни населения, треть которого продолжает курить (оценка министерства)? Если идея Минздрава воплотится в жизнь, то табачные акцизы в России относительно доходов населения превысят европейские в два-четыре раза. В этой ситуации российские курильщики, многие из которых не имеют высоких заработков, будут вынуждены искать продукцию по привычным ценам, не обращая внимания на то, легально она произведена или нет. Судя по темпам роста в России нелегального рынка сигарет в последние несколько лет, найти тех, кто сможет удовлетворить этот спрос, не составит большого труда. ■

В МАГАЗИНАХ УЖЕ СУЩЕСТВУЕТ ЗАКРЫТАЯ ВЫКЛАДКА СИГАРЕТ, ОГРАНИЧИВАЮЩАЯ ВЫБОР ПРОДУКТА, А ТАКЖЕ УСТРАШАЮЩИЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ НА ПАЧКЕ. ПОМОЖЕТ ЛИ ВВОД ОБЕЗЛИЧЕННОЙ УПАКОВКИ СИГАРЕТ СОКРАТИТЬ УРОВЕНЬ КУРЕНИЯ? (ЗАКРЫТЫЙ ВОПРОС, ОДИН ОТВЕТ, %)

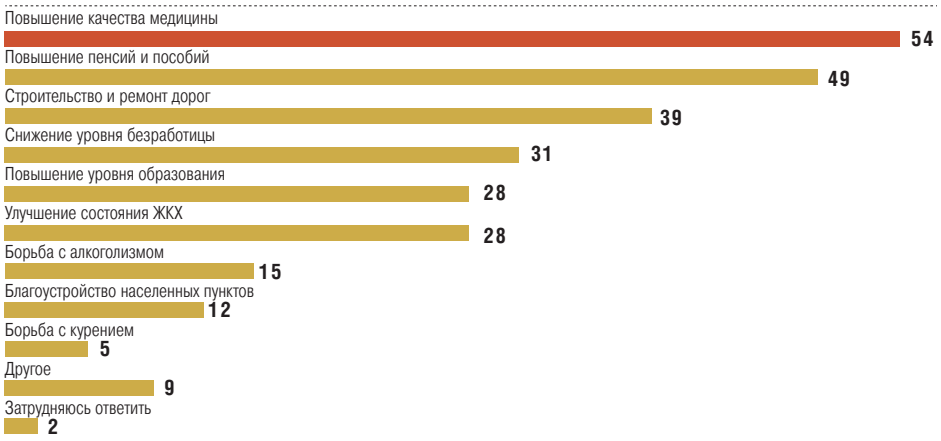


КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, КАКИЕ МЕРЫ В НАИБОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ВЛИЯЮТ НА СОКРАЩЕНИЕ КУРЕНИЯ? (ЗАКРЫТЫЙ ВОПРОС, НЕ БОЛЕЕ ТРЕХ ОТВЕТОВ, %)



ВСЕРОССИЙСКИЙ ОПРОС «ВЦИОМ-СПУТНИК» ПРОВЕДЕН 6–7 ИЮНЯ 2017 ГОДА ПО ЗАКАЗУ ЦСП «ПЛАТФОРМА». В ОПРОСЕ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ РОССИЯНЕ В ВОЗРАСТЕ ОТ 18 ЛЕТ.

КАКИЕ ЗАДАЧИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ ГОСУДАРСТВО ДОЛЖНО РЕШАТЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ? (ЗАКРЫТЫЙ ВОПРОС, НЕ БОЛЕЕ ТРЕХ ОТВЕТОВ, %)



УСЛЫШАНО В КУРИЛКЕ

BG ПОПРОСИЛ ИЗВЕСТНЫХ РОССИЙСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ ПОЛИТИКИ, КУЛЬТУРЫ И ШОУ-БИЗНЕСА РАССКАЗАТЬ ОБ ИХ ОТНОШЕНИИ К КУРЕНИЮ, А ТАКЖЕ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОС, КАК НА ИХ ОБРАЗ ЖИЗНИ ПОВЛИЯЛИ МЕРЫ ГОСУДАРСТВА ПО БОРЬБЕ С ЭТОЙ ПРИВЫЧКОЙ. ПОЧТИ ВСЕ ОПРОШЕННЫЕ НЕГАТИВНО ОТОЗВАЛИСЬ О НОРМАХ НАЧАВШЕГО ДЕЙСТВОВАТЬ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД АНТИТАБАЧНОГО ЗАКОНА, ВКЛЮЧАЯ ДАЖЕ ТЕХ, КТО УЧАСТВОВАЛ В ЕГО ПРИНЯТИИ.

СЕРГЕЙ ВЛАДИМИРОВ

«ОГРАНИЧЕНИЯ СЧИТАЮ ПРОЯВЛЕНИЕМ ГЛУПОСТИ»

ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ

«МНЕ АБСОЛЮТНО ПОФИГ ЭТОТ ЗАКОН»

ИВАН КОВАЛЕНКО

«НЕ Я БРОСИЛ СИГАРЕТЫ, ЭТО МЕНЯ СИГАРЕТЫ БРОСИЛИ»

НИКИТА ВЫСОЦКИЙ, ДИРЕКТОР ГОСУДАРСТВЕННОГО КУЛЬТУРНОГО ЦЕНТРА-МУЗЕЯ «ДОМ ВЫСОЦКОГО НА ТАГАНКЕ»:

— Я не считаю, что курение — это «грех». Более того, я не уверен в том, что курение ведет к большому количеству онкологических заболеваний. Если я и стараюсь ограничивать себя в этом «грехе», то не благодаря внешним запретам, а по собственной инициативе. Ограничения считаю проявлением глупости, даже идиотизма. Любой нормальный человек понимает, что не стоит курить, скажем, в комнате матери и ребенка в аэропорту. Но почему курильщики должны мерзнуть на морозе? Я преподаю в Институте культуры, у нас достаточно много курящих преподавателей, студентов. Для того чтобы выкурить сигарету, я вынужден выходить наружу, где, кстати, тоже нельзя курить: запрет касается всей территории института. Приходится «скрываться», огрызаться на замечания охранников… Во имя чего? Может быть, запретительные меры способны уменьшить количество тех, кто только начинает курить, заставить их раздумать это делать, хотя и в этом есть очень большие сомнения. Но бросить курить эти запреты уж точно никого не заставят.

СТАНИСЛАВ ГОВОРУХИН, АКТЕР, РЕЖИССЕР, НАРОДНЫЙ АРТИСТ РОССИИ:

— С одной стороны, абсолютно правильно и хорошо, что с курением борются. Но, с другой стороны, происходит это немного по-варварски. В этом вопросе нам не мешало бы оглянуться на Запад. Посмотреть, как это происходит, допустим, во Франции, в Италии, в Испании и других европейских странах. Там курящий человек не чувствует себя ущемленным в правах. А у нас он это чувствует. Запреты ввели, а о том, как выкручиваться курильщику, не подумали. Нельзя же просто взять и с помощью закона, запретов, штрафов отвадить всех в один миг от пагубной привычки. Я, например, всю жизнь курю, так что мне абсолютно пофиг этот закон, хотя я сам принимал участие в его принятии. Что ж, я теперь меньше курить стану? Нет, конечно… Может, даже больше смолить буду. Но я считаю, что следует развивать культуру курения. Она существует, так же, как существует культура употребления еды, культура употребления спиртных напитков. Не разбрасывай окурки, не кури в неположенных местах и т. д.

ВИКТОР ЕРОФЕЕВ, ПИСАТЕЛЬ, ТЕЛЕВЕДУЩИЙ:

— Я недавно бросил курить, причем не из-за введения каких-то запретов. Скорее даже правильнее сказать: не я бросил сигареты, это меня сигареты бросили. В один прекрасный день, или не прекрасный, мне неожиданно перестал нравиться вкус сигарет. Я ничего с этим сделать не мог и перестал брать сигареты в руки. А запреты на всех людей действуют по-разному: кто-то им подчиняется и меньше курит, а кто-то воспринимает все эти запреты как вызов. Обманывать себя, конечно, нечего: курение вредит здоровью. И если решил бросать, то бросать курить надо сразу без всяких поблажек типа уменьшения количества выкуренного. В Германии, во Франции сигареты стоят очень дорого, при этом цены на них хотят вновь повысить. Конечно, многие просто вынуждены бросить курить. Но подобные вещи и всякие запреты лишают человека своего личного выбора, а это неправильно.

ГЕННАДИЙ ГУЛЯЕВ

«ОТСУТСТВИЕ КОМНАТ ДЛЯ КУРЯЩИХ В ГОСТИНИЦАХ — ГРЕХ»

ИРИНА ХАКАМАДА, ЧЛЕН СОВЕТА ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИИ ПО РАЗВИТИЮ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА И ПРАВАМ ЧЕЛОВЕКА:

— Запреты бывают разные. То, что по всему миру запретили курить в ресторанах,— это хорошо. Мне это нравится. Причем из-за этого запрета я стала курить меньше. А вот в Японии запрет курить на улице приводит лишь к стрессам, при этом все равно люди курят, а из-за отсутствия урн бросают бычки на асфальт. Так что такой запрет -— глупость. Отсутствие комнат для курящих в гостиницах это вообще грех. Особенно в жарких странах, где в гостиницах окна не откроешь. Подобные вещи -— вторжение в личную психологическую сферу и в конечном итоге опять же введение в стресс. Курить меньше от подобных запретов все равно не будут. Меня ничего не заставит бросить курить, кроме ухудшения моего здоровья — в этом случае решение бросить

ВАСИЛИЙ ШАПОШНИКОВ

«МНЕ НРАВИТСЯ, ТОЛЬКО КОГДА КУРЮ Я»

курить я приму сама, вне зависимости от запретов. Курение для меня — это удовольствие, способ расслабиться, вредная привычка, и это мой стиль жизни.

ДМИТРИЙ ДИБРОВ, ЖУРНАЛИСТ, ТЕЛЕВЕДУЩИЙ, ПРОДЮСЕР И РЕЖИССЕР:

— Давайте припомним гениальное произведение Уильяма Сарояна «Приключения Весли Джексона», где главный герой говорит: «Все мы только и делаем, что ждем смерти, а сигарета помогает ждать». Курить я начал в университете, сначала это была форма протеста против диктата родителей, а вместе с ними и против диктата партии и правительства. Потом это был момент объединения, когда курильщик выходит среди равных себе покурить, когда хочется обсудить что-то, что в большом количестве компаний не обсудишь. В период полового созревания во время перерыва между бесчисленными подносами к снаряду как вдвоем не затянуться — и два огонька сигареты устало, но довольно мерцают в темноте. Это свое обаяние. Но потом мне стало не 16, а 46 лет, и в эти годы некурящий журналист — профессионально неподготовленный. Если он не курит — это так же странно, как если бы я увидел хирурга, который не вынимает сигареты из рта. Я к такому бы под скальпель не лег. Ну а теперь мне 57 лет, и когда Федя, Саша или Леша меня спрашивают: «А почему ты куришь?», отвечаю: «Это плохая привычка, сынок», но на этом мои объяснения заканчиваются. Что касается всевозможных запретов и ограничений, я за них благодарен. Во-первых, я гораздо меньше стал курить, ведь надо встать, куда-то пойти, найти сигареты, потом отойти, найти место и закурить, Во-вторых, стало приятно бывать в общественных местах. Курильщик-то я курильщик, но я не люблю, когда курю не я, мне не нравится сидеть в накуренном помещении или заходить в прокуренный номер гостиницы. Мне нравится, только когда курю я.

ВАЛДИС ПЕЛЬШ, МУЗЫКАНТ И ПЕВЕЦ, ШОУМЕН, ТЕЛЕВЕДУЩИЙ:

— Курить начал рано, и начиналось это как у большинства пацанов — с желания казаться взрослым. В те далекие советские годы сигареты широко рекламировались, в кинофильмах все курили — тот же Штирлиц дымил как паровоз. И никто не объяснял ни плюсы, ни минусы курения. Но

«ОГРАНИЧЕНИЕ ПРАВ КУРЯЩИХ ДОЛЖНО БЫТЬ РАЗУМНЫМ»

СЕРГЕЙ КИСЕЛЕВ

«ЗАПРЕТЫ РОЖДАЮТ СТРЕМЛЕНИЕ ИХ НАРУШАТЬ»

ОКСАНА КАПИТАН

«ЛЮБЛЮ СИГАРЫ, КУРЮ ТОЛЬКО ИХ»

СЕРГЕЙ МИХЕЕВ

«У МНОГИХ РУКА ТЯНЕТСЯ К СИГАРЕТЕ — А ЧЕМ Я ХУЖЕ»

вот уже почти два года — с 1 января 2016 года — как я не курю. На это не повлияло ужесточение отношения к курильщикам и рост стоимости сигарет. Я был не настолько зависим от табака: мог не курить в ресторане, в самолете, вообще часами мог не брать в рот сигарету. Бросил потому, что захотелось, да и доктора посоветовали: пора, мол. Что касается жесткости в отношении курильщиков, как ни странно, я поддерживаю это: чем больше мы создадим неудобств нашим детям, тем больше вероятность того, что они даже не задумаются над тем, закурить или нет, потому что это неудобно — геморрой, простите за это слово. Правда, ограничение прав курящих должно быть разумным — есть люди, сильно зависимые от табака, и нельзя их полностью лишать права, например, не курить в поездах дальнего следования, на вокзалах, в аэропортах или рядом с ними. Нужно оборудовать для них специальные места для удовлетворения своей привычки — так, как это делается во всем мире.

ОЛЬГА СВИБЛОВА, КИНОРЕЖИССЕР-ДОКУМЕНТАЛИСТ, ДОКТОР ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ, ПРОФЕССОР, ДИРЕКТОР МУЛЬТИМЕДИА АРТ МУЗЕЯ:

— Запретительные меры доставляют мне дискомфорт как курильщице. Я понимаю, что курение вредно для здоровья. С другой стороны, «жить тоже вредно» — мы стареем, уходим из жизни… В целом я, конечно, подчиняюсь требованиям. Следует отметить, что ограничения на курение — кампания мировая, и если верить, например, французской статистике, то запреты не уменьшили количество курящих, просто сделали жизнь курильщиков менее комфортабельной. Отказ от курения может быть решением самого человека. Пропаганда здорового образа жизни — полезна. Я сторонник свободы выбора каждого человека и ответственности за этот выбор. Табачная промышленность, как любая, прогрессирует, появляются новые фильтры, новые сигареты, новые разработки, ставящие целью сделать курение менее вредоносным для организма. В последние 50 лет табачные бренды поддерживали важные социальные сферы во всем мире. В России, насколько я знаю, табачные бренды поддерживали Эрмитаж, Музей имени Пушкина, образовательные программы. Запреты на все это мне кажутся неразумными, несмотря на то что это мировая тенденция. Борьба с алкоголизмом с помощью запретов приводила к тому, что находились обходные пути, и эффект был разрушительным. Запреты рождают стремление их нарушать, это психологическое свойство: тебя догоняют — ты убегаешь. Когда законы не отражают требований жизни, их перестают уважать. Законы можно обойти, человеческая изобретательность безгранична. В результате prohibition в Америке и в России росло потребление контрафакта низкого качества, более вредного для здоровья.

ЯНА ЧУРИКОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ КАНАЛОВ МОЛОДЕЖНОГО И МУЗЫКАЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ ХОЛДИНГА VIACOM:

— Я бы не назвала себя сильно приверженной курению. Люблю сигары, курю только их, когда это мне нужно, приятно. Если кто-то рядом курит сигареты или что-то еще менее изысканное, это меня не беспокоит: люди имеют на это право.

ЕВГЕНИЙ МАРГУЛИС, МУЗЫКАНТ, ПЕВЕЦ, КОМПОЗИТОР, ЗАСЛУЖЕННЫЙ АРТИСТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:

— Не помню точно, как пришла привычка курить — как мне кажется, от безделья: когда делать нечего, у многих рука тянется к сигарете — а чем я хуже. Сейчас курю, как и прежде, правда, перешел на девайс — полуэлектронную сигарету. Нет того запаха, который был раньше, и больше удовольствия. О том, чтобы бросить, не думал — все в меру полезно, и не хочется принимать резких решений. А поскольку сейчас это толком и не сигарета в обычном понимании, то и хрен с ним: курится и курится.

МИХАИЛ БОЯРСКИЙ, АКТЕР, ПЕВЕЦ, НАРОДНЫЙ АРТИСТ РОССИИ:

— В приличных городах и странах существуют специальные места, отведенные для курения в аэропортах и на вокзалах. У нас такого нет, и это, конечно, вызывает неприятные ощущения. Нигде курить нельзя — это перебор. В бары и рестораны я не хожу, они меня не интересуют. Но я пользуюсь транспортом. За рубежом есть вагоны для курящих, у нас — нет, и в гостиницах наших нет специальных номеров. Если вы приедете в Белоруссию или Казахстан, то в гостиницах там есть номера для курящих, с пепельницами. Ни в Москве, ни в Петербурге этого нет. Я считаю, что такие меры не способствуют тому, чтобы курильщикам захотелось бросить курить. Они не помогут.

АЛЕНА АПИНА, ПЕВИЦА И КОМПОЗИТОР:

— Мне доставляет дискомфорт то, что, даже совершая пробежки по парку, я натыкаюсь на курильщиков. Это ужасно неприятно — я обегаю их за километр. Я поддерживаю запретительные меры: считаю, что курить — плохо. Запреты помогут курильщикам: если курить будет негде и нечего, то они и курить не будут.

АЛЕКСАНДР НЕВЗОРОВ, РЕЖИССЕР, ТЕЛЕВЕДУЩИЙ, ПУБЛИЦИСТ:

— Это не такая проблема, как кажется. Нам просто нужен курящий президент. Как только у нас будет курящий президент — не забывайте «общероссийский градус холуйства», закурят и те, кто никогда не курил и падал в обморок от двух колечек табачного дыма. Все борцы с курением немедленно тоже заткнутся. Они любят Сталина, и они любят борьбу с курением. Попробовали бы они совместить две эти «категории», попробовали бы сказать что-нибудь Сталину про вредность курения — я бы на них посмотрел. Россия — страна ее начальников, всегда. Плохо это или хорошо — это уже вопрос «философический». Нужен курящий президент, и все встанет на свои места. Как представитель курящей части населения я обещаю, что мы не будем доходить до крайности и не будем принимать в роддома рожениц только при условии, что они курящие. Всем будут обеспечены равные, законные и паритетные права. То есть мы не будем заставлять курить в детских садах и школах, несмотря на то что перегиб возможен как в одну сторону, так и в другую.

АЛЕКСАНДР КОРКОВ

«НИГДЕ КУРИТЬ НЕЛЬЗЯ — ЭТО ПЕРЕБОР»

ВАДИМ ПАРАКАНОВ/ПАОС

«ЗАПРЕТЫ ПОМОГУТ КУРИЛЬЩИКАМ»

PHOTOXPRESS

«НАМ ПРОСТО НУЖЕН КУРЯЩИЙ ПРЕЗИДЕНТ»

ГЕОГРАФИЯ ТАБАЧНЫХ ЗАПРЕТОВ

ПО ДАННЫМ ВСЕМИРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ, КАЖДЫЙ ГОД ОТ БОЛЕЗНЕЙ, СВЯЗАННЫХ С КУРЕНИЕМ, ГИБНУТ ОКОЛО 7 МЛН ЧЕЛОВЕК. В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ РАЗРАБОТАННЫЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ КОМПЛЕКС МЕР ПО БОРЬБЕ С КУРЕНИЕМ ХОТЯ БЫ ЧАСТИЧНО РЕАЛИЗУЕТСЯ В 121 ИЗ 194 СТРАН. ПРИМЕРНО НА 4,7 МЛРД ЖИТЕЛЕЙ ПЛАНЕТЫ (63% ОТ ВСЕГО НАСЕЛЕНИЯ) РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ МИНИМУМ ОДНА АНТИТАБАЧНАЯ МЕРА. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О БЕЗДЫМНОЙ СРЕДЕ ЗАТРАГИВАЕТ ПОЧТИ 1,5 МЛРД ЧЕЛОВЕК В 55 СТРАНАХ. ПОДХОДЯЩЕЕ ЛЕЧЕНИЕ ДЛЯ ОТКАЗА ОТ КУРЕНИЯ ДОСТУПНО 2,4 МЛРД ЧЕЛОВЕК В 26 СТРАНАХ. РАЗМЕЩЕНИЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЙ НА ПАЧКАХ ОХВАТЫВАЕТ ОКОЛО 3,5 МЛРД ЧЕЛОВЕК В 78 СТРАНАХ. BG СОБРАЛ ПРИМЕРЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТАБАЧНОГО РЫНКА В РАЗНЫХ СТРАНАХ. ЕВГЕНИЯ ЧЕРНЫШЕВА

УЗБЕКИСТАН И МОНГОЛИЯ Узбекистан и Монголия в 2013 году приняли закон, запрещающий продажу сигарет, а также собственно курение в радиусе 500 м от образовательных и медицинских учреждений. После того как пришло понимание, что запрет практически полностью перекрыл всю территорию городов и поселков, а сигареты можно было купить только на окраинах города, Узбекистан негласно отменил запрет спустя три месяца после его введения. Монголия упорно придерживается запрета, в результате чего в стране, по данным СМИ, процветает незаконная торговля «из-под полы».

СИНГАПУР В части закрытых публичных помещений власти страны запретили курить еще в 1970 году. В 2007 году зоной, свободной от курения, объявили все рестораны и клубы, обязав их владельцев оборудовать отдельные комнаты для курильщиков. В 2009 году в Сингапуре ввели новые правила импорта сигарет: теперь беспрепятственно ввезти в страну можно всего одну распечатанную пачку. Остальные нужно либо декларировать и платить таможенную пошлину, либо рисковать быть уличенным в контрабанде. Если полиция Сингапура заметит, что вы курите сигареты без пометки SDPC (Singapore Duty-Paid Cigarettes) возле фильтра, то вам придется заплатить штраф в $345.

В настоящее время интернет-пользователи Сингапура во главе с представителями медицинской и университетской сфер запустили инициативу «Поколение, свободное от табака», предложив ввести запрет на продажу и распространение сигарет лицам, родившимся после 2000 года. Такая идея обсуждалась на законодательном уровне, но в итоге от нее отказались из-за значительных практических трудностей и рисков, связанных с осуществлением такого запрета. В настоящее время общественники посещают учебные заведения, читают лекции о вреде курения, проводят кампании, направленные на популяризацию спорта, здорового образа жизни и отказ от курения. По мнению активистов, в ближайшей перспективе эти меры позволят сделать Сингапур свободным от курения. Сейчас в стране запрещено курение в общественных местах, ограничена реклама табачной продукции, введены повышенные акцизы.

БУТАН В Королевстве Бутан запрет на курение в общественных местах действует еще с середины XVII века, а с 2004 года полностью запрещены продажа сигарет и само употребление табака. Также нельзя импортировать табак из других стран. Штраф за курение составляет €175. Кроме этих драконовских мер в государстве действует также налог на ввоз табака из других стран для личного употребления, размер которого 100% от стоимости. Однако запретить курить дипломатам и туристам из других стран власти Бутана все-таки не решились. Но чтобы как-то ограничить курение этих людей, был введен закон, по которому иностранец может курить в королевстве только в том случае, если у него при себе есть кассовый чек, подтверждающий, что он купил сигареты в другой стране.

АВСТРАЛИЯ В августе 2012 года депутат парламента штата Тасмания Айван Дин предложил запретить продажу сигарет жителям региона, родившимся после 2000 года. Вносимая им инициатива постоянно отклоняется. В частности, критики отмечают, что принятие законопроекта повлечет за собой создание черного рынка сигарет, в том числе в интернете, отмечают и возможные потери продавцов магазинов от внедрения этой меры. Однако господин Дин не оставляет надежду на принятие закона, регулярно внося проект в новой редакции и с поправками к нему либо добавляя эту поправку к другим антитабачным законам. В Австралии курение запрещено в общественных местах, в ряде штатов — в машине с детьми (например, в Тасмании с пассажирами младше 18 лет), в исправительных учреждениях (сами заключенные также не могут курить).

ИТАР-ТАСС

ВЛАСТИ САМЫХ РАЗНЫХ СТРАН ПЫТАЮТСЯ ДЕРЖАТЬ КУРИЛЬЩИКОВ В ЧЕРНОМ ТЕЛЕ

ТУРКМЕНИЯ В стране действует одно из самых жестких регулирований оборота и продажи табачной продукции. По данным СМИ, это связано с прямым указанием президента республики Гурбангулы Бердымухамедова, который одержим здоровым образом жизни. Русская служба Би-би-си в 2016 году сообщала, что власти Туркмении сожгли несколько тысяч пачек сигарет в рамках кампании по борьбе с курением. Также они временно полностью запретили продажу сигарет на территории страны. После этого, по информации независимого портала Chrono-TM, в Туркмении появился черный рынок сигарет, на котором стоимость пачки доходит до $12. Агентство «Франс пресс» сообщало, что владельцы магазинов и киосков стали продавать сигареты из-под прилавка и только знакомым и постоянным клиентам после состоявшегося в январе 2016 года заседания правительства страны. На нем господин Бердымухамедов раскритиковал работу службы охраны безопасности здорового общества и призвал к жестким мерам по борьбе с курением.

С 20 февраля текущего года власти Туркмении также увеличили штраф за курение в общественных местах с 60–75 манат ($17–21) до 300 манат ($85). Штраф за продажу сигарет составляет примерно $1,7 тыс. Легально относительно дешевые сигареты можно купить в государственных магазинах. Ранее в республике временно вводился запрет на продажу сигарет женщинам, так как именно они на фоне высокого уровня безработицы занимались перепродажей табачной продукции. Возможной причиной такого запрета могло стать то, что многие «предпринимательницы» скупают сигареты в госмагазинах по цене 19–20 манат за пачку, а потом продают уже с двукратной или трехкратной наценкой. Женщины все еще могут купить сигареты в частных торговых точках, но там пачка сигарет будет стоить уже 40–60 манат.

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ В стране вступил в силу закон, который установил новые требования к размеру упаковки. В частности, рассыпной табак, который используется для самостоятельного скручивания сигарет, теперь можно приобретать только в 30-граммовом пакете (ранее были доступны пакеты на 10 и 20 грамм). Таким образом, стоимость самого дешевого пакета составляет £8,8, что делает табак менее доступным для молодежи. Кроме того, из продажи исчезли пачки, вмещающие десять сигарет, и ароматизированный табак (фруктовый, ванильный). В мае 2020 года из продажи исчезнут также ментоловые сигареты.

ТАДЖИКИСТАН Правительство страны рассматривает новую антитабачную концепцию, которая помимо полного запрета курения в помещениях предусматривает и запрет на «штучную» продажу и бартер табачных изделий на другие товары и услуги, а также бесплатную их раздачу населению. Предполагается, что курение будет полностью запрещено в административных зданиях, в рабочих кабинетах государственных и негосударственных предприятий, в подъездах жилых домов, в лифтах, в подземных переходах, в аэропортах, на вокзалах, в санаториях, общежитиях и общественном транспорте, сообщало в июле агентство Asia-Plus. Сейчас курить можно в специально отведенных для этого местах, однако по новому закону, если он будет принят, таких мест не останется совсем. Власти Таджикистана планируют также запретить продажу табачных изделий на расстоянии ближе 100 м от учреждений здравоохранения, образования, соцзащиты, культуры, спорта, религиозных организаций. ■

Коммерсантъ
в кармане

ANDROID APP ON Google play

Download on the App Store

16+

реклама

Получайте ещё больше новостей в режиме реального времени

Читайте все материалы газеты «Коммерсантъ», журналов «Огонёк», «Автопилот» и Weekend

Слушайте прямой эфир радиостанции «Коммерсантъ FM»

Используйте настройку на свой регион, сервис интеграции с социальными сетями

Оформляйте подписку на журнал «Огонёк»

Тематические приложения к газете
Коммерсантъ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА
СМЕЖНИКИ
ИНВЕСТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС