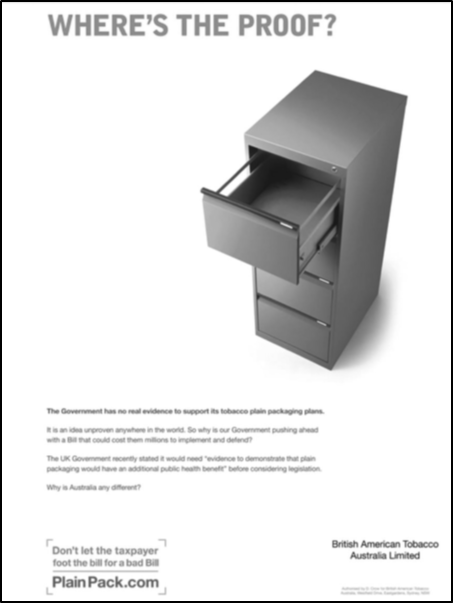
Аналитический обзор 2

ПРОСТАЯ УПАКОВКА:

Опровержение аргументов табачной промышленности

Аргумент табачной промышленности: нет никаких доказательств того, что эта мера снизит распространенность курения.

Было опубликовано **пять независимых систематических обзоров[[1]](#endnote-1)**, в которых рассматриваются более семидесяти коллегиально-рецензированных научных исследований, отличающихся широтой и разнообразием методов и пришедших к одному и тому же выводу, что простая упаковка будет способствовать снижению распространенности курения. В обзоре Чантлера (Великобритания) отмечается, что все доказательства *«указывают в одном направлении, и мне не известны никакие убедительные доказательства обратного»*.[[2]](#endnote-2)

**Ни одно из исследований, используемых табачной промышленностью для противодействия переходу на простую упаковку, не является коллегиально-рецензированным**; почти все они финансировались табачной промышленностью и вызвали серьезную критику несовершенной методологии со стороны ученых и юристов.[[3]](#endnote-3)

Реклама British American Tobacco в Великобритании

**Официальные статистические данные из Австралии** свидетельствуют о том, что после перехода на простую упаковку распространенность курения и потребление табака стали снижаться более быстрыми темпами. В анализе, проведенном после перехода на простую упаковку, снижение распространенности курения на 0,55 процентных пунктов относится на счет простой упаковки, что эквивалентно сокращению числа курильщиков на 118 000 человек в течение 34 месяцев после введения этой меры.[[4]](#endnote-4)



Аргумент табачной промышленности: эта мера увеличит незаконную торговлю табаком; табачные изделия в простой упаковке легче подделать.

**Даже компания Philip Morris признает, что фирменные упаковки с использованием самых сложных голографических элементов уже можно дешево и легко подделать.**[[5]](#endnote-5) На простых упаковках останутся красочные предупреждения о вреде курения для здоровья, акцизные марки и скрытые коды отслеживания, поэтому подделать простую упаковку не будет намного дешевле, чем упаковку, используемую в настоящее время.

Реклама на веб-сайте компании Japan Tobacco в Канаде

**Простая упаковка не увеличивает спрос на незаконный табак**, а снижает общий спрос на табак. На контрабанду влияют эффективные правоприменительные меры, и нет никаких доказательств того, что изменения в маркировке упаковки оказывают на нее какое-либо воздействие.

**Табачная промышленность в течение многих лет способствует незаконной торговле** за счет избыточных поставок на рынки с низкими налогами на табачные изделия.[[6]](#endnote-6) Табачной промышленности просто нельзя доверять ни в чем, что касается незаконного рынка.

**В Австралии после перехода на простую упаковку доля незаконного табака на рынке осталась прежней** или уменьшилась.[[7]](#endnote-7)

**Табачная промышленность преувеличивает данные и манипулирует СМИ** в этом вопросе.[[8]](#endnote-8)

**Единственное исследование, на которое ссылается табачная промышленность при обсуждении вопроса о незаконной торговле в Австралии, – это исследование, проведенное фирмой KPMG**, иметодология этого исследования в корне ошибочна.[[9]](#endnote-9) В отчете KPMG говорится, что *«...в период до конца 2014 года свидетельств подделки простых упаковок сигарет не имелось»*. Фирма KPMG направила правительству Великобритании письмо, в котором заявляется, что отчет *не* подтверждает *«утверждение о том, что простая бумажная упаковка может привести к увеличению контрабанды табака»*.

**В ходе судебных процессов по искам против введения простой упаковки табачные компании не представляли никаких подтверждающих доказательств, данных или экспертов** и выдвигали данный аргумент «методом голословных утверждений».[[10]](#endnote-10)

Аргумент табачной промышленности: эта мера приведет к снижению цен.

**После введения простой упаковки в Австралии табачные компании продолжали повышать цены на свою продукцию во всех секторах рынка** темпами, превышающими рост ставок налога.[[11]](#endnote-11) Даже если цены упадут, это может быть скорректировано ужесточением налогообложения.

Аргумент табачной промышленности: это первый шаг по скользкой дорожке, ведущей к переходу на простую упаковку для других продуктов.

**Табак – продукт, уникальный по своей вредности и требующий особого регулирования.** Именно борьба против табака является предметом первого и единственного международного договора в области общественного здравоохранения. Цель борьбы против табака состоит в том, чтобы искоренить все формы употребления табака и построить «общество, свободное от табака». Регулирование других потенциально вредных потребительских товаров не преследует подобных целей.

Плакат из Ирландии, спонсированный компанией Japan Tobacco

**Табачная промышленность часто использует аргумент «скользкой дорожки» для препятствования мерам борьбы против табака,[[12]](#endnote-12) таким как предупреждения о вреде курения для здоровья**. На сегодняшний день только табачные изделия сопровождаются крупными графическими предупреждениями о вреде для здоровья.

**Табак – единственный продукт, для которого Всемирная организация здравоохранения рекомендует простую упаковку.[[13]](#endnote-13).** Ни в одной стране, где был осуществлен переход на простую упаковку табачных изделий, не было предложено ввести простую упаковку для других продуктов.

Аргумент табачной промышленности: эта мера нарушает международные и внутренние законы об интеллектуальной собственности.

**Решения, принятые судами Австралии, Великобритании, Франции и ЕС, а также постановление Международного инвестиционного трибунала подтверждают, что меры по регулированию упаковки табачных изделий не нарушают обязательств стран по внутренним или международным законам об интеллектуальной собственности (ИС)**.[[14]](#endnote-14)

**Раскрытые внутренние документы табачных компаний** показывают, что их собственные юристы и Всемирная организация интеллектуальной собственности поставили табачные компании в известность о том, что простая упаковка не нарушает международные обязательства в области ИС, поскольку она регулирует только использование товарных знаков и не препятствует их регистрации.[[15]](#endnote-15)

**Закон об интеллектуальной собственности дает владельцу товарного знака право запретить другим сторонам использовать этот товарный знак, но не предоставляет ему неограниченное право на использование товарного знака.** Это было подтверждено судами различных стран, инвестиционными трибуналами и предыдущими панельными решениями ВТО.[[16]](#endnote-16)

Панель арбитров ВТО, рассматривающая жалобу против Австралии, в ближайшем будущем представит свой отчет, и, как ожидается, в нем будет определено, что простая упаковка не нарушает соглашение ТРИПС ВТО об интеллектуальной собственности. Решение будет обнародовано до конца 2017-ого года. Правительства Австралии, Великобритании, Франции, Ирландии, Венгрии, Норвегии, Словении, Грузии и Новой Зеландии тщательно рассмотрели свои обязательства как членов ВТО и по международным договорам и решили принять законы о простой упаковке.

Аргумент табачной промышленности: эта мера приведет к потере рабочих мест в табачных секторах национальных экономик.

**Этот аргумент ставит доходы табачных компаний впереди экономических интересов общества. Экономические выгоды от снижения распространенности курения огромны и намного перевешивают издержки для табачных компаний.**

Оценка экономического воздействия, проведенная в Великобритании, показала, что снижение распространенности курения на 1 процент в результате введения простой упаковки приведет **к чистой выгоде для экономики в размере 25 млрд фунтов стерлингов в течение десяти лет** из-за сокращения расходов на здравоохранение и повышения производительности.[[17]](#endnote-17)

**Снижение распространенности курения приводит к значительному сокращению расходов на здравоохранение в краткосрочной перспективе.** По данным нового исследования, проведенного в США, относительное снижение распространенности курения на 10 процентов (например, снижение с 20 до 18 процентов) приведет к сокращению расходов на здравоохранение на 63 млрд. долл. США *уже в следующем году*.[[18]](#endnote-18)

Табачные компании постоянно преувеличивают влияние мер борьбы против табака на их способность получать прибыль. В богатых странах, где распространенность курения падает, доходы табачных компаний продолжают расти. Компании поднимают цены темпами, превышающими любые повышения налогов, и таким образом увеличивают свою прибыль.[[19]](#endnote-19)

Деньги, не потраченные на табак теми, кто бросил курить, затем тратятся на покупку других товаров, тем самым повышая занятость в других отраслях. Исследования показывают, что в большинстве стран чистой потери рабочих мест не происходит, а в некоторых странах отмечается чистый прирост занятости после снижения потребления табака.[[20]](#endnote-20)



Аргумент табачной промышленности: элементы бренда на упаковках не побуждают молодежь к курению.

**В Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака и Руководящих принципах осуществления ее статей** признается, что упаковка и дизайн табачных изделий являются «важными элементами рекламы и продвижения», и рекомендуется использовать стандартизованную упаковку в качестве «средства устранения рекламного и маркетингового эффекта упаковки».

Упаковка капсульных сигарет Pall Mall. Рекламное воздействие старой упаковки очевидно.

**Упаковка считается важным компонентом общей маркетинговой стратегии для *всех потребительских товаров*.** Табак не является исключением. Упаковка особенно важна для потребительских товаров с высокой степенью социальной видимости, таких как сигареты. Сигареты видны окружающим каждый раз, когда человек курит, и часто оставляются на виду в периоды между перекурами.

В 2012 и 2014 годах **министр здравоохранения США** обобщил имеющиеся доказательства и пришел к следующему выводу: «Доказательств достаточно, чтобы сделать вывод о том, что рекламные и маркетинговые мероприятия табачных компаний подталкивают подростков и молодежь к началу и продолжению курения»*.*[[21]](#endnote-21)

Аргумент табачной промышленности: эта мера нанесет ущерб небольшим розничным предприятиям из-за увеличения времени обслуживания.

**В Австралии время обслуживания быстро вернулось в норму, а в некоторых районах страны даже сократилось**, потому что табачные изделия стали размещаться в алфавитном порядке на полках, что облегчает распознавание марок.[[22]](#endnote-22)

Открытка, распространяемая через небольших розничных торговцев на территории всей Великобритании на средства Национальной федерации розничных торговцев периодикой.

Компании PMI и BAT финансировали ассоциации розничных торговцев в Великобритании и Франции для противодействия переходу на простую упаковку.[[23]](#endnote-23)

Табачные ритейлеры выступают против всех законов о борьбе против табака, поскольку они снижают объем продаж табачных изделий. Но эту оппозицию следует рассматривать в контексте огромных преимуществ для здоровья людей и экономики от сокращения числа курящих.

1. Cancer Counsel Victoria (Australia 2011); Stirling Review (UK 2012 and updated 2014); The Chanter Review (UK 2014); The Hammond Review (Ireland 2014); and the Cochrane Review (international 2017) [↑](#endnote-ref-1)
2. См. по адресу <http://www.kcl.ac.uk/health/10035-TSO-2901853-Chantler-Review-ACCESSIBLE.PDF>, п. 6.2. [↑](#endnote-ref-2)
3. В Великобритании на судебном процессе по иску табачных компаний, выступавших против простой упаковки, судья Высокого суда заявил, что доказательства, выдвинутые табачными компаниями, не были коллегиально-рецензированными, игнорировали или не учитывали мировую базу исследований и научных публикаций и часто не могли быть проверены. Он сделал подробный критический анализ каждого из представленных табачными компаниями экспертных заключений и пришел к выводу, что эти «экспертные данные не соответствуют международно признанной передовой практике» [R (British American Tobacco & Ors) *v.* Secretary of State for Health [2016] EWHC 1169 (Admin). para 374]. [↑](#endnote-ref-3)
4. См. по адресу <https://ris.govspace.gov.au/2016/02/26/tobacco-plain-packaging/>. [↑](#endnote-ref-4)
5. Philip Morris International, Codentify, Brochure, 2012: <http://www.pmi.com/eng/documents/Codentify_E_Brochure_English.pdf> [↑](#endnote-ref-5)
6. См. по адресу <https://theconversation.com/tobacco-industry-rallies-against-illicit-trade-but-have-we-forgotten-its-complicity-38760>. [↑](#endnote-ref-6)
7. См. по адресу <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii76.full>. [↑](#endnote-ref-7)
8. См. по адресу <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/23/e1/e35.full?sid=2fc80260-7458-44b1-89c2-af867a6caa8a>. [↑](#endnote-ref-8)
9. См. по адресу <http://www.cancervic.org.au/downloads/plainfacts/Analysis_IllicitAusKPMG_full_year_2014_29May15.pdf> . В отчете KPMG также содержится оговорка, в которой прямо указывается, что он был подготовлен на основе конкретных критериев, установленных табачными компаниями, и не должен использоваться ни для каких целей и никакими лицами помимо табачных компаний, которые его заказали. [↑](#endnote-ref-9)
10. R (British American Tobacco & Ors) *v.* Secretary of State for Health [2016] EWHC 1169 (Admin), paragraphs 609, 669, and 996. [↑](#endnote-ref-10)
11. См. по адресу <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii90.abstract>. [↑](#endnote-ref-11)
12. S. Chapman and S. M. Carter. “Avoid health warnings on all tobacco products for just as long as we can”: a history of Australian tobacco industry efforts to avoid, delay and dilute health warnings on cigarettes. Tobacco Control 2003;12:iii13-iii22. [↑](#endnote-ref-12)
13. С веб-сайта ВОЗ (доступ осуществлен 2 марта 2017): <http://www.who.int/campaigns/no-tobacco-day/2016/faq-plain-packaging/en/index2.html> [↑](#endnote-ref-13)
14. R (British American Tobacco & Ors) *v.* Secretary of State for Health [2016] EWHC 1169 (Admin), in particular paragraph 40.

    JT International SA *v.* The Commonwealth of Australia [2012] HCA 43, High Court of Australia, Reasons October 5, 2012.

    The Queen on the Application of Philip Morris Brands SARL et al. *v.* Secretary of State for Health, Case C-547/14, CJEU (2016).

    Philip Morris Brands Sarl & Ors *v.* Oriental Republic of Uruguay ICSID Case No. ARB/10/7, in particular paragraphs 260–271. [↑](#endnote-ref-14)
15. См. по адресу <http://www.tobaccotactics.org/index.php/Countering_Industry_Arguments_Against_Plain_Packaging:_It_Breaches_Intellectual_Property_Rights#cite_note-10>. [↑](#endnote-ref-15)
16. Подтверждено в Великобритании в деле компании BAT *пр.* государственного секретаря [2016] и в постановлении трибунала по делу компании Philip Morris Brands Sarl *пр.* Уругвая. См. примечание 11. [↑](#endnote-ref-16)
17. Оценка экономического воздействия (Великобритания) доступна по адресу: <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/403493/Impact_assessment.pdf>. [↑](#endnote-ref-17)
18. См. по адресу <http://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.1002020>. [↑](#endnote-ref-18)
19. См. по адресу <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/add.12159/full>. [↑](#endnote-ref-19)
20. Такое заключение делается в отчете Всемирного банка «Обуздание эпидемии: правительства и экономика борьбы против табака». Доступен по адресу: <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/8/2/196.full> . Например, на стр. 69 в нем говорится следующее: «Исследование, проведенное в Соединенных Штатах, показало, что если будет ликвидировано все внутреннее потребление, то в период с 1993 по 2000 год количество рабочих мест увеличится на 20 000». [↑](#endnote-ref-20)
21. United States Department of Health and Human Services, Surgeon General (2014). Surgeon General’s Report on Smoking and Health. [↑](#endnote-ref-21)
22. См. по адресу <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2013/05/25/tobaccocontrol-2013-050987.abstract>. [↑](#endnote-ref-22)
23. См. по адресу <http://tobaccotactics.org/index.php/BAT_Funded_Lobbying_Against_Plain_Packaging>

    <http://tobaccotactics.org/index.php/Astroturfing>. [↑](#endnote-ref-23)