



BIURO REGIONALNE DLA

**Światowa  
Organizacja Zdrowia**

---

**Europy**

# RAMOWA KONWENCJA ŚWIATOWEJ ORGANIZACJI ZDROWIA (WHO) O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU

**Wytyczne dotyczące wdrożenia**  
Artykuł 5.3, Artykuł 8, Artykuł 11, Artykuł 13

Oryginalnie opublikowane w języku angielskim przez Światową Organizację Zdrowia w 2009 r. pod tytułem: „Framework Convention on Tobacco Control”.

## Słowa kluczowe

1. Tobacco - supply and distribution
2. Tobacco industry - legislation
3. Tobacco smoke pollution - prevention and control
4. Tobacco use cessation
5. Treaties

W celu uzyskania publikacji Biura Regionalnego WHO dla Europy prosimy o kontakt:

Publications

WHO Regional Office for Europe

Scherfigsvej 8

DK-2100 Copenhagen Ø, Denmark

lub o wypełnienie formularza online na stronie internetowej Biura Regionalnego, gdzie dostępne są dokumenty i informacje na temat opieki zdrowotnej oraz gdzie można uzyskać zgodę na cytowanie i tłumaczenie dokumentów (<http://www.euro.who.int/pubrequest>).

### © Światowa Organizacja Zdrowia 2011

Wszystkie prawa zastrzeżone. Biuro Regionalne Światowej Organizacji Zdrowia przyjmuje prośby o zgodę na kopiowanie lub tłumaczenie publikacji WHO w całości lub w części.

Użyte terminy oraz prezentacja materiału w niniejszej publikacji nie wyrażają żadnej opinii Światowej Organizacji Zdrowia na temat stanu prawnego danego kraju, jego terytorium, miasta lub obszaru czy władz, ani na temat zniesienia jego granic. Wykropkowane linie na załączonych mapkach prezentują przybliżone linie graniczne, które mogą nie być jeszcze w pełni uzgodnione.

Nawiązanie do konkretnych firm lub określonych produktów nie jest równoznaczne z tym, że Światowa Organizacja Zdrowia wspiera lub rekomenduje je oraz przedkłada nad inne podobne firmy czy produkty, o których brak wzmianki w niniejszym dokumencie. O ile tekst nie zawiera błędów czy pomyłek, nazwy własne produktów zostały wyróżnione wielką literą.

Światowa Organizacja Zdrowia powzięła wszelkie zasadne środki ostrożności w celu weryfikacji informacji zawartych w niniejszej publikacji. Jednakże niniejszy materiał podlega dystrybucji bez żadnej gwarancji, tak wyraźnej jak i dorozumianej. Odpowiedzialność za interpretację i wykorzystanie materiału spoczywa na odbiorcy. W żadnym wypadku Światowa Organizacja Zdrowia nie będzie odpowiadać za szkody wynikające z jego wykorzystania. Opinie wyrażone przez autorów, redaktorów i grupy ekspertów nie zawsze reprezentują decyzje zgodne z ustaloną polityką Światowej Organizacji Zdrowia.

## **SPIS TREŚCI**

### **WYTYCZNE DOTYCZĄCE WDROŻENIA ARTYKUŁU 5.3 RAMOWEJ KONWENCJI WHO O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU**

OCHRONA STRATEGII ZDROWIA PUBLICZNEGO DOTYCZĄCYCH KONTROLI RYNKU WYROBÓW TYTONIOWYCH PRZED WPŁYWEM HANDLOWYCH I INNYCH GRUP INTERESÓW FIRM Z BRANŻY TYTONIOWEJ ..... 9

### **WYTYCZNE DOTYCZĄCE WDROŻENIA ARTYKUŁU 8 RAMOWEJ KONWENCJI WHO O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU**

OCHRONA PRZED NARAŻENIEM NA DYM TYTONIOWY ..... 25

### **WYTYCZNE DOTYCZĄCE WDROŻENIA ARTYKUŁU 11 RAMOWEJ KONWENCJI WHO O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU**

OPAKOWANIE I OZNAKOWANIE WYROBÓW TYTONIOWYCH ..... 39

### **WYTYCZNE DOTYCZĄCE WDROŻENIA ARTYKUŁU 13 RAMOWEJ KONWENCJI WHO O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU**

REKLAMA I PROMOCJA WYROBÓW TYTONIOWYCH ORAZ FORMY SPONSOROWANIA PRZEZ BRANŻĘ TYTONIOWĄ ..... 57



## WSTĘP

Niniejsza publikacja zawiera pierwszy zestaw wytycznych przyjęty przez Konferencję Stron podczas jej drugiej (2007) i trzeciej (2008) sesji. Niniejsze cztery grupy wytycznych obejmują szeroki zakres postanowień Ramowej Konwencji WHO o Ograniczeniu Użycia Tytoniu, takich jak: ochrona strategii zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych przed wpływem handlowych i innych grup interesów firm z branży tytoniowej (Artykuł 5.3), ochrona przed narażeniem na dym tytoniowy (Artykuł 8), opakowanie i oznakowanie wyrobów tytoniowych (Artykuł 11) oraz reklama i promocja wyrobów tytoniowych oraz sponsorowanie przez branżę tytoniową (Artykuł 13). Niniejsza publikacja została opracowana przez Sekretariat Konwencji w celu propagowania idei wdrożenia Konwencji Ramowej.

Wytyczne mają na celu pomóc Stronom zrealizować ich zobowiązania na mocy odpowiednich postanowień Konwencji. Są one odzwierciedleniem wspólnych poglądów Stron na różne aspekty wdrożenia postanowień Konwencji, ich doświadczeń i osiągnięć, jak również wyzwań, jakim musiały sprostać. Ponadto wytyczne te mają na celu przedstawienie i propagowanie najlepszych praktyk i standardów, które w procesie wdrażania traktatu przyniosłyby korzyści poszczególnym państwom.

Wytyczne dotyczące pozostałych artykułów Konwencji są obecnie przygotowywane przez międzyrządowe grupy robocze i zostaną przedstawione do rozpatrzenia Konferencji Stron podczas jej przyszłych sesji.

Niniejsze wytyczne zostały opracowane dzięki pracy przedstawicieli Stron w międzyrządowych grupach roboczych ustanowionych przez Konferencję Stron przy uwzględnieniu dodatkowych uwag zgłoszonych przez Strony na etapie opiniowania i dyskusji podczas Konferencji Stron, jak również uwag ze strony organizacji międzyrządowych i pozarządowych występujących na Konferencji jako obserwatorzy oraz zaproszonych ekspertów.

Dzięki temu rozbudowanemu procesowi opiniodawczemu oraz porozumieniu osiągniętemu przez Strony niniejsze wytyczne zostały powszechnie uznane jako cenne narzędzie w procesie wdrażania Konwencji Ramowej.

dr Haik Nikogosian  
Kierownik Sekretariatu Konwencji



# Wytyczne dotyczące wdrożenia Artykuł 5.3





## WYTYCZNE DOTYCZĄCE WDROŻENIA ARTYKUŁU 5.3 RAMOWEJ KONWENCJI WHO O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU

### OCHRONA STRATEGII ZDROWIA PUBLICZNEGO DOTYCZĄCYCH KONTROLI RYNKU WYROBÓW TYTONIOWYCH PRZED WPŁYWEM HANDLOWYCH I INNYCH GRUP INTERESÓW FIRM Z BRANŻY TYTONIOWEJ

#### WPROWADZENIE

Uchwała Światowego Zgromadzenia Zdrowia WHA 54.18 dotycząca przejrzystości procesu kontroli rynku wyrobów tytoniowych, w której powołano się na wnioski Komitetu Ekspertów ds. Dokumentowania Działań Branży Tytoniowej (Committee of Experts on Tobacco Industry Documents), stwierdza że „firmy z branży tytoniowej od lat prowadzą swoją działalność z wyraźnym zamiarem podważenia roli rządów i WHO w procesie wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego w celu zwalczania epidemii nikotynowej”.

Zgodnie z preambułą Ramowej Konwencji WHO o Ograniczeniu Użycia Tytoniu Strony<sup>1</sup> „muszą być świadome prób podważania zasadności wysiłków podejmowanych w związku z kontrolą rynku wyrobów tytoniowych ze strony firm z branży tytoniowej, a także konieczności uzyskiwania informacji o wszelkich działaniach branży tytoniowej mających negatywny wpływ na kontrolę rynku wyrobów tytoniowych”.

Ponadto Artykuł 5.3 Konwencji wymaga, aby „Strony, ustalając i wdrażając swoje strategie ochrony zdrowia publicznego dotyczące kontroli rynku wyrobów tytoniowych, postępowały w sposób, który będzie chronił wspomniane strategie przed wpływem handlowych i innych grup interesów firm z branży tytoniowej zgodnie z prawem krajowym”.

Konferencja Stron swoją decyzją FCTC/COP2(14) ustanowiła grupę roboczą, która jest odpowiedzialna za opracowanie wytycznych dotyczących wdrożenia Artykułu 5.3 Konwencji.

Bez uszczerbku dla suwerennego prawa Stron do określania i ustalania swoich strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych zachęca się Strony do wdrażania niniejszych wytycznych w stopniu, w jakim umożliwi to prawo krajowe.

#### Cel, zakres i zastosowanie

Zastosowanie niniejszych wytycznych dotyczących wdrożenia Artykułu 5.3 Konwencji będzie miało nadrzędny wpływ na krajowe strategie kontroli rynku wyrobów tytoniowych oraz na wdrożenie Konwencji, ponieważ wytyczne te uwzględniają fakt, że ingerencja ze strony branży tytoniowej, w tym ze strony firm tytoniowych będących własnością państwa, zakłóca realizację strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych w wielu obszarach zgodnie z preambułą Konwencji, postanowieniami dotyczącymi określonych strategii kontroli rynku wyrobów

<sup>1</sup> „Termin „Strony” odnosi się do państw i innych podmiotów posiadających zdolność prawną do zawierania traktatów, które wyraziły swoją zgodę na przyjęcie zobowiązań wynikających z danego traktatu i w odniesieniu do których jest on obowiązujący.” (Źródło: Zbiór Traktatów ONZ: <http://untreaty.un.org/English/guide.asp#signatories>).

tytoniowych oraz zasadami proceduralnymi Konferencji Stron Ramowej Konwencji WHO o Ograniczeniu Użycia Tytoniu.

Niniejsze wytyczne mają na celu zagwarantowanie wszechstronności i skuteczności wysiłków związanych z ochroną strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych przed wpływem handlowych i innych grup interesów firm z branży tytoniowej. Strony powinny wdrażać określone środki we wszystkich organach władzy, które mogą być zainteresowane bądź posiadają kompetencje do zmieniania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych.

Celem niniejszych wytycznych jest wspieranie Stron<sup>2</sup> w procesie wykonywania ich zobowiązań prawnych na mocy Artykułu 5.3 Konwencji. Wytyczne nawiązują do najlepszych dostępnych dowodów naukowych oraz do doświadczeń Stron w reagowaniu na ingerencję ze strony branży tytoniowej.

Wytyczne odnoszą się do procesu ustalania i wdrażania przez Strony strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych. Ponadto wytyczne te dotyczą osób, organów lub podmiotów, które przyczyniają się lub mogą się przyczynić do opracowania, wdrożenia, zarządzania lub realizacji wspomnianych strategii.

Niniejsze wytyczne odnoszą się do urzędników państwowych, przedstawicieli i pracowników jakichkolwiek krajowych, państwowych, regionalnych, miejskich, lokalnych lub innych publicznych bądź para/ quasi-publicznych instytucji lub organów należących do jurysdykcji danego państwa, a także do wszelkich osób występujących w ich imieniu. W realizacji wytycznych należy również uwzględnić każdą gałąź władzy (wykonawczą, ustawodawczą i sądowniczą) odpowiedzialną za ustalanie i wdrażanie strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych oraz ochronę tych strategii przez wpływem interesów branży tytoniowej.

Szeroki zakres strategii i taktyk wykorzystywanych przez firmy z branży tytoniowej w celu zakłócenia procesu ustalania i wdrażania środków kontroli rynku wyrobów tytoniowych, takich jak te, których realizacji wymaga się od Stron Konwencji, został udokumentowany dzięki zgromadzeniu rozległego materiału dowodowego. Podjęcie środków zalecanych w niniejszych wytycznych ma na celu ochronę przed ingerencją w proces kontroli rynku wyrobów tytoniowych nie tylko ze strony firm z branży tytoniowej, ale również odpowiednio ze strony organizacji i jednostek działających na rzecz wspierania interesów branży tytoniowej.

Mimo że środki zalecane w niniejszych wytycznych powinny być podejmowane przez Strony w takim zakresie, w jakim będzie to konieczne, w celu osiągnięcia najlepszych rezultatów realizacji celów Artykułu 5.3 Konwencji, zdecydowanie nalega się, aby Strony wprowadzały dodatkowe środki podczas dostosowywania tych zalecanych w niniejszych wytycznych do konkretnych warunków.

---

<sup>2</sup> W odpowiednich przypadkach niniejsze wytyczne odnoszą się również do regionalnych organizacji integracji ekonomicznej.

## ZASADY PRZEWODNIE

**Zasada 1: Pomiędzy branżą tytoniową a ochroną zdrowia publicznego istnieje fundamentalny i nierozwiązywalny konflikt interesów.**

Udowodniono naukowo, że produkty wytwarzane i propagowane przez firmy z branży tytoniowej uzależniają, są przyczyną chorób i zgonów oraz dają początek różnym problemom społecznym, w tym wzmożonej biedzie. W związku z powyższym Strony powinny chronić proces opracowywania i wdrażania strategii zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych przed wpływem firm z branży tytoniowej w możliwie najszerszym zakresie.

**Zasada 2: W kwestiach związanych z branżą tytoniową lub podmiotami działającymi na rzecz wspierania jej interesów Strony powinny postępować w sposób jasny i przejrzysty.**

Strony powinny zagwarantować, że w kontaktach z firmami z branży tytoniowej w kwestiach związanych z kontrolą rynku wyrobów tytoniowych lub zdrowiem publicznym będą postępowały w sposób jasny i przejrzysty.

**Zasada 3: Strony powinny nałożyć na firmy z branży tytoniowej oraz podmioty działające na rzecz wspierania jej interesów obowiązek prowadzenia swojej działalności i postępowania w sposób jasny i przejrzysty.**

Firmy z branży tytoniowej powinny być zobowiązane dostarczać Stronom informacje na temat skutecznego wdrażania niniejszych wytycznych.

**Zasada 4: Z uwagi na fakt, że produkty wytwarzane przez firmy z branży tytoniowej stanowią śmiertelne zagrożenie dla człowieka, firmom tym nie powinno się przyznawać świadczeń motywacyjnych w celu założenia lub prowadzenia działalności.**

Każdy przypadek uprzywilejowanego traktowania firm z branży tytoniowej będzie sprzeczny z założeniami strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych.

## ZALECENIA

W celu reagowania na ingerencję branży tytoniowej w realizację strategii ochrony zdrowia publicznego zaleca się zastosowanie poniższych istotnych działań:

- (1) Podnieść poziom świadomości na temat uzależniającego i szkodliwego charakteru wyrobów tytoniowych oraz na temat ingerencji firm z branży tytoniowej w realizację strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych przez Strony.
- (2) Ustanowić środki mające na celu ograniczenie kontaktów z firmami z branży tytoniowej i zagwarantowanie przejrzystości tych kontaktów.
- (3) Nie uznawać spółek oraz niewiążących lub niewykonalnych umów z firmami z branży tytoniowej.
- (4) Unikać konfliktów interesów ze strony urzędników i pracowników państwowych.

- (5) Wymagać przejrzystości i dokładności informacji dostarczanych przez firmy z branży tytoniowej.
- (6) Nie normalizować oraz w zakresie, w jakim będzie to możliwe, regulować działania określone przez branżę tytoniową jako „społecznie odpowiedzialne”, w tym między innymi działania określone jako „społeczna odpowiedzialność biznesu”.
- (7) Nie traktować w sposób uprzywilejowany firm z branży tytoniowej.
- (8) Traktować firmy będące własnością państwa w taki sam sposób jak inne firmy z branży tytoniowej.

Środki, jakie uzgodniono w celu ochrony strategii zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych przed wpływem handlowych i innych grup interesów firm z branży tytoniowej, zostały przedstawione poniżej. Zachęca się Strony do wdrażania dodatkowych środków oprócz tych zawartych w niniejszych wytycznych. Żadne z niniejszych wytycznych nie uniemożliwiają Stronom nakładania bardziej rygorystycznych wymogów zgodnych z niniejszymi zaleceniami.

**(1) Podnieść poziom świadomości na temat uzależniającego i szkodliwego charakteru wyrobów tytoniowych oraz na temat ingerencji firm z branży tytoniowej w realizację strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych przez Strony.**

Wszystkie organy władzy oraz społeczeństwo powinny posiadać wiedzę oraz być świadome, że firmy z branży tytoniowej ingerowały i nadal ingerują w proces ustalania i wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych. Ingerencja ta wymaga określonych działań, aby możliwe było skuteczne wdrożenie całości Konwencji Ramowej.

*Zalecenia*

- 1.1 Z uwagi na Artykuł 12 Konwencji Strony powinny uświadamiać i informować wszystkie organy władzy oraz społeczeństwo o uzależniającym i szkodliwym charakterze wyrobów tytoniowych, potrzebie ochrony strategii zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych przed wpływem handlowych i innych grup interesów firm z branży tytoniowej oraz o strategiach i taktykach wykorzystywanych przez branżę tytoniową w celu ingerowania w proces ustalania i wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych.
- 1.2 Ponadto Strony powinny dążyć do podniesienia poziomu świadomości na temat stosowania przez firmy z branży tytoniowej praktyki wykorzystywania jednostek, organizacji przykrywkowych oraz organizacji stowarzyszonych do występowania, jawnie lub potajemnie, w ich imieniu lub do podejmowania działań mających na celu wspieranie interesów branży tytoniowej.

**(2) Ustanowić środki mające na celu ograniczenie kontaktów z firmami z branży tytoniowej i zagwarantowanie przejrzystości tych kontaktów.**

Wszelkie niezbędne kontakty z firmami z branży tytoniowej w trakcie ustalania i wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych nie powinny powodować wrażenia istnienia faktycznej lub potencjalnej spółki lub nawiązania współpracy między Stronami a tymi firmami w rezultacie bądź z uwagi na wspomniane



dotyczące konfliktu interesów odnoszące się do urzędników i pracowników państwowych zajmujących się kontrolą rynku wyrobów tytoniowych.

Wynagrodzenia, podarunki i korzyści, zarówno pieniężne, jak i rzeczowe, oraz możliwości finansowania badań oferowane instytucjom, urzędnikom lub pracownikom państwowym mogą prowadzić do zaistnienia konfliktu interesów. Konflikt interesów pojawia się nawet, jeśli w zamian za określone działania nie zostaje złożona obietnica przekazania odpowiedniego świadczenia z uwagi na fakt, że istnieje potencjalne ryzyko wpływu interesów osobistych na realizację oficjalnych obowiązków zgodnie z Międzynarodowym Kodeksem Postępowania Funkcjonariuszy Publicznych przyjętym przez Zgromadzenie Ogólne ONZ oraz przez kilka rządowych i regionalnych organizacji integracji ekonomicznej.

#### *Zalecenia*

- 4.1 Strony powinny zarządzić wprowadzenie strategii ujawniania i kontrolowania konfliktów interesów, która dotyczy wszystkich osób zaangażowanych w proces ustalania i wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych, w tym urzędników i pracowników państwowych oraz doradców i dostawców rządowych.
- 4.2 Strony powinny opracowywać, przyjmować i wdrażać kodeksy postępowania funkcjonariuszy państwowych określające standardy, których należy przestrzegać w kontaktach z branżą tytoniową.
- 4.3 Strony nie powinny przyznawać kontraktów na wykonanie jakiegokolwiek pracy związanej z ustalaniem i wdrażaniem strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych jakimkolwiek kandydatom lub oferentom, których interesy są sprzeczne z interesami ustanowionych strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych.
- 4.4 Strony powinny opracować wyraźne strategie nakładające na funkcjonariuszy publicznych, którzy odgrywają bądź odgrywali określoną rolę w procesie ustalania i wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych, obowiązek informowania swoich instytucji o jakichkolwiek zamiarach podjęcia działalności zawodowej w branży tytoniowej, bez względu na to, czy będzie to działalność dochodowa czy nie, przez sprecyzowany okres czasu po rezygnacji ze swojego stanowiska.
- 4.5 Strony powinny opracować wyraźne strategie nakładające na kandydatów na stanowiska w urzędach publicznych, które odgrywają określoną rolę w procesie ustalania i wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych, obowiązek ujawniania faktu prowadzenia obecnie lub w przeszłości działalności zawodowej w branży tytoniowej, bez względu na to, czy przynosiła ona dochody czy nie.
- 4.6 Strony powinny nakładać na urzędników państwowych obowiązek ujawniania i rezygnacji z bezpośrednich interesów w branży tytoniowej.
- 4.7 Instytucje państwowe oraz ich organy nie powinny mieć jakiegokolwiek udziałów finansowych w branży tytoniowej chyba, że są one odpowiedzialne za zarządzanie prawem współwłasności danej Strony w państwowej firmie z branży tytoniowej.



działań, w tym lobbingu, działalności dobroczynnej, wsparcia politycznego i innych działań, które nie zostały bądź jeszcze nie zostały zabronione na mocy Artykułu 13 Konwencji.<sup>3</sup>

- 5.3 Strony powinny wymagać przestrzegania zasad ujawniania bądź rejestracji podmiotów z branży tytoniowej, organizacji stowarzyszonych lub jednostek występujących w ich imieniu, w tym lobbystów.
- 5.4 Strony powinny nakładać na firmy z branży tytoniowej obowiązkowe kary w przypadku dostarczenia fałszywych lub mylących informacji zgodnie z prawem krajowym.
- 5.5 Strony powinny przyjąć i wdrożyć skuteczne legislacyjne, zarządcze, administracyjne i inne działania w celu zagwarantowania publicznego dostępu, zgodnie z Artykułem 12(c) Konwencji, do różnorodnych informacji na temat działań ze strony firm z branży tytoniowej jako informacji związanych z celami Konwencji, na przykład zebranych w publicznym repozytorium.

**(6) Nie normalizować oraz w zakresie, w jakim będzie to możliwe, regulować działania określone przez branżę tytoniową jako „społecznie odpowiedzialne”, w tym między innymi działania określone jako „społeczna odpowiedzialność biznesu”.**

Firmy z branży tytoniowej prowadzą działania określone jako społecznie odpowiedzialne w celu zaprezentowania się jako firmy, których wizerunek ma jak najmniej wspólnego ze śmiertelnym zagrożeniem, jakie stanowią dla człowieka wyroby przez nie produkowane i sprzedawane lub w celu ingerowania w proces ustalania i wdrażania strategii ochrony zdrowia publicznego. Działania, które branża tytoniowa określiła mianem „społecznie odpowiedzialnych”, mających na celu propagowanie używania tytoniu, to strategia marketingowa oraz strategia public relations, które podlegają definicji reklamy, promocji i sponsorowania zawartej w Konwencji.

Pojęcie społecznej odpowiedzialności branży tytoniowej według WHO<sup>4</sup> jest sprzecznością samą w sobie, gdyż podstawowe funkcje tej branży pozostają w konflikcie z celami strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych.

#### *Zalecenia*

- 6.1 Strony powinny zagwarantować, że wszystkie organy władzy oraz społeczeństwo zostały poinformowane i zdają sobie sprawę z prawdziwego celu i zakresu działań określonych jako społecznie odpowiedzialne realizowanych przez firmy z branży tytoniowej.
- 6.2 Strony nie powinny uznawać, popierać ani tworzyć spółek z firmami z branży tytoniowej lub uczestniczyć w prowadzonych przez nich działaniach określanych jako społecznie odpowiedzialne.
- 6.3 Strony powinny nałożyć na firmy z branży tytoniowej lub jakiegokolwiek inne osoby występujące w ich imieniu zakaz publicznego ujawniania informacji na temat

---

<sup>3</sup> Bez uszczerbku dla tajemnic handlowych lub informacji poufnych chronionych na mocy prawa.

<sup>4</sup> WHO. *Tobacco industry and corporate social responsibility – an inherent contradiction*. Genewa, Światowa Organizacja Zdrowia, 2004.





- 8.2 Strony powinny zagwarantować, że proces ustalania i wdrażania strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych jest prowadzony niezależnie od procesu nadzorowania lub zarządzania branżą tytoniową.
- 8.3 Strony powinny zagwarantować, że przedstawiciele firm z branży tytoniowej będących własnością państwa nie wchodzi w skład delegacji na spotkaniach Konferencji Stron, jej organów pomocniczych lub innych organów ustanowionych na mocy decyzji Konferencji Stron.

## **REALIZACJA I MONITORING**

### **Realizacja**

Strony powinny odpowiednio dostosować wykorzystywane mechanizmy realizacji wytycznych do określonych obszarów lub w stopniu, w jakim będzie to możliwe, wykorzystać istniejące mechanizmy realizacji w celu wykonania swoich zobowiązań wynikających z Artykułu 5.3 Konwencji oraz niniejszych wytycznych.

### **Monitoring wdrożenia Artykułu 5.3 Konwencji oraz niniejszych wytycznych**

Monitorowanie procesu wdrażania Artykułu 5.3 Konwencji oraz niniejszych wytycznych jest niezbędne dla zagwarantowania wprowadzenia i wdrożenia skutecznych strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych. Monitoring ten powinien również obejmować monitoring firm z branży tytoniowej, w ramach którego powinny zostać wykorzystane istniejące modele oraz środki, takie jak baza danych na temat monitoringu branży tytoniowej stworzona przez Inicjatywę WHO na rzecz Wolności od Tytoniu.

Istotną rolę w procesie monitorowania działań podejmowanych przez firmy z branży tytoniowej mogą również odegrać organizacje pozarządowe i inni członkowie społeczeństwa obywatelskiego nie związani z branżą tytoniową.

Kodeksy postępowania lub przepisy pracownicze wszystkich organów władzy powinny uwzględniać „stanowisko sygnalisty” przy jednoczesnym zapewnieniu mu odpowiedniej ochrony.

Ponadto zachęca się Strony do wykorzystywania i wprowadzania w życie mechanizmów zapewniających zgodność z niniejszymi wytycznymi, takich jak możliwość wnoszenia spraw do sądu, oraz do wykorzystywania możliwości składania skarg, na przykład za pośrednictwem Urzędu Rzecznika Praw Obywatelskich.

## **WSPÓŁPRACA MIĘDZYNARODOWA ORAZ AKTUALIZACJE I UZUPEŁNIENIA WYTYCZNYCH**

Współpraca międzynarodowa jest niezbędna dla osiągnięcia postępów w zakresie zapobiegania ingerencji ze strony firm z branży tytoniowej w proces opracowywania strategii ochrony zdrowia publicznego dotyczących kontroli rynku wyrobów tytoniowych. Artykuł 20.4 Konwencji stanowi podstawę do gromadzenia i wymiany informacji oraz doświadczeń w zakresie strategii kontroli rynku wyrobów tytoniowych, uwzględniając przy tym i zaspokajając



Gilmore A. et al. Continuing influence of tobacco industry in Germany. *Lancet*, 2002, 360:1255.

Hastings G., Angus K. *The influence of the tobacco industry on European tobacco control policy. W: Tobacco or health in the European Union. Past, present and future.* Luksemburg, Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich, 2004:195–225.

Lavack A. *Tobacco industry denormalization campaigns: a review and evaluation.* Ottawa, Ministerstwo Zdrowia Kanady, 2001.

Mahood G. *Tobacco industry denormalization. Telling the truth about the tobacco industry's role in the tobacco epidemic.* Toronto, Kampania na rzecz Denormalizacji Działań Branży Tytoniowej (Campaign for Tobacco Industry Denormalization), 2004.

Ogólnoamerykańska Organizacja Zdrowia (PAHO). *Profits over people. Tobacco industry activities to market cigarettes and undermine public health in Latin America and the Caribbean.* Waszyngton DC, Ogólnoamerykańska Organizacja Zdrowia, 2002.

Simpson D. Germany: still sleeping with the enemy. *Tobacco Control*, 2003, 12:343–344.

Hammond R., Rowell A. *Trust us. We're the tobacco industry.* Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2001.

Światowa Organizacja Zdrowia. *Tobacco company strategies to undermine tobacco control activities at the World Health Organization.* Genewa, Światowa Organizacja Zdrowia, 2000.

Światowa Organizacja Zdrowia. *Tobacco industry and corporate social responsibility – an inherent contradiction.* Genewa, Światowa Organizacja Zdrowia, 2004.

Yach D., Bialous S. Junking science to promote tobacco. *American Journal of Public Health*, 2001, 91:1745–1748.

### **Źródła internetowe**

*Strony internetowe WHO:*

Inicjatywa na rzecz Wolności od Tytoniu (Tobacco Free Initiative):  
<http://www.who.int/tobacco/en/>

Publikacje WHO na temat używania tytoniu:  
<http://www.who.int/tobacco/resources/publications/en/>

Biuro Regionalne WHO dla Europy:  
<http://www.euro.who.int/healthtopics/HT2ndLv1Page?HTCode=smoking>

Kontrola rynku wyrobów tytoniowych na kontynentach amerykańskich (w języku angielskim i hiszpańskim):  
<http://www.paho.org/english/ad/sde/ra/Tobabout.htm>

*Strony zawierające ogólne, regionalne bądź krajowe informacje i tematy związane z kontrolą rynku wyrobów tytoniowych:*

Stowarzyszenie do Walki z Paleniem Tytoniu (Action on Smoking and Health), Wielka Brytania (specjalna strona poświęcona branży tytoniowej):  
[http://www.newash.org.uk/ash\\_r3iitasl.htm](http://www.newash.org.uk/ash_r3iitasl.htm)

Międzynarodowa Organizacja ds. Odpowiedzialności Korporacyjnej (Corporate Accountability International) oraz Sieć na rzecz Odpowiedzialności Międzynarodowych Firm z Branży Tytoniowej (Network for Accountability of Tobacco Transnationals):  
[www.stopcorporateabuse.org](http://www.stopcorporateabuse.org)

Ekonomika kontroli wyrobów tytoniowych: <http://www1.worldbank.org/tobacco/>

Komisja Europejska:  
[http://ec.europa.eu/health/ph\\_determinants/life\\_style/Tobacco/tobacco\\_en.htm](http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/tobacco_en.htm)

Europejska Sieć na rzecz Ograniczenia Palenia Tytoniu: <http://www.ensp.org/>

Konfederacja Ramowej Konwencji o Ograniczeniu Użycia Tytoniu: <http://www.ftc.org/>

Międzynarodowa Unia Promocji Zdrowia i Edukacji:  
<http://www.iuhpe.org/?page=18&lang=en>

Publikacja „Model Legislation for Tobacco Control” (wzorcowe regulacje związane z kontrolą rynku wyrobów tytoniowych):  
[http://www.iuhpe.org/?lang=en&page=publications\\_report2](http://www.iuhpe.org/?lang=en&page=publications_report2)

Branża tytoniowa:  
[http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/supersite/links/docs/tobacco\\_ind.htm](http://tobacco.health.usyd.edu.au/site/supersite/links/docs/tobacco_ind.htm)

Partnerstwo na rzecz Zakazu Palenia: <http://www.smokefreepartnership.eu/>

Instytut Promocji Zdrowia Tajlandii (Thailand Health Promotion Institute):  
<http://www.thpinhf.org/>

Tobaccopedia: internetowa encyklopedia poświęcona tematyce tytoniowej:  
<http://www.tobaccopedia.org/>

*Linki do innych stron poświęconych tematyce tytoniowej:*

Międzynarodowe i krajowe strony poświęcone tematyce kontroli rynku wyrobów tytoniowych:  
<http://www.tobacco.org/resources/general/tobsites.html>

Krajowe strony poświęcone tematyce kontroli rynku wyrobów tytoniowych:  
<http://www.smokefreepartnership.eu/National-Tobacco-Control-websites>

Centre de ressources anti-tabac: <http://www.tabac-info.net/>

Comité National Contre le Tabagisme (Francja): <http://www.cnct.org>

Office Français de Prévention du Tabagisme: <http://www.offt-asso.fr/>

*Wytyczne dotyczące wdrożenia*  
*Artykuł 5.3*

Najświeższe informacje na temat palenia tytoniu i kontroli rynku wyrobów tytoniowych:  
<http://www.globalink.org>

Ministère de la santé, de la jeunesse et des sports: <http://www.sante.gouv.fr/>

# Wytyczne dotyczące wdrożenia Artykuł 8





## WYTYCZNE DOTYCZĄCE WDROŻENIA ARTYKUŁU 8 RAMOWEJ KONWENCJI WHO O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU

### OCHRONA PRZED NARAŻENIEM NA DYM TYTONIOWY

#### FUNKCJE, CELE I GŁÓWNE CZYNNIKI

##### Funkcje wytycznych

Zachowując zgodność z innymi postanowieniami Ramowej Konwencji WHO o Ograniczeniu Użycia Tytoniu oraz intencjami Konferencji Stron, niniejsze wytyczne mają na celu wspieranie Stron w realizacji ich zobowiązań wynikających z Artykułu 8 Konwencji. Nawiązują one do najlepszych dostępnych dowodów oraz doświadczeń Stron, które z powodzeniem wdrożyły skuteczne środki ograniczenia narażenia na dym tytoniowy.

Niniejsze wytyczne zawierają uzgodnione deklaracje zasad i definicji stosownych pojęć, jak również zalecenia, jakie uzgodniono w odniesieniu do podejmowania kroków wymaganych w celu realizacji zobowiązań wynikających z Konwencji. Ponadto wytyczne te określają środki niezbędne do uzyskania skutecznej ochrony przed zagrożeniami, jakie niesie ze sobą wtórny dym tytoniowy. Zachęca się Strony do wykorzystywania niniejszych wytycznych nie tylko w celu realizacji swoich zobowiązań prawnych wynikających z Konwencji, ale również w celu postępowania zgodnie z najlepszymi praktykami ochrony zdrowia publicznego.

##### Cele wytycznych

Niniejsze wytyczne mają dwa powiązane ze sobą cele. Pierwszy z nich to wspieranie Stron w realizacji swoich zobowiązań wynikających z Artykułu 8 Ramowej Konwencji WHO w sposób zgodny z dowodami naukowymi dotyczącymi narażenia na wtórny dym tytoniowy oraz najlepszymi ogólnoswiatowymi praktykami w dziedzinie wdrażania strategii na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego w celu ustanowienia wysokich standardów odpowiedzialności za przestrzeganie traktatów oraz wspierania Stron w procesie promowania możliwie najwyższych standardów w zakresie ochrony zdrowia. Drugi z celów to określenie kluczowych elementów prawodawczych niezbędnych dla skutecznej ochrony społeczeństwa przed narażeniem na dym tytoniowy zgodnie z wymogami Artykułu 8.

##### Podstawowe czynniki

Niniejsze wytyczne zostały opracowane w oparciu o następujące podstawowe czynniki:

- (a) Obowiązek ochrony przed dymem tytoniowym, wyrażony w treści Artykułu 8, opiera się na fundamentalnych prawach i wolnościach człowieka. Z uwagi na zagrożenia wynikające z wdychania wtórnego dymu tytoniowego obowiązek ochrony przed dymem tytoniowym wynika, między innymi, z prawa do życia oraz prawa do możliwie najwyższych standardów ochrony zdrowia zgodnie z licznymi dokumentami prawnymi (w tym Konstytucją Światowej Organizacji Zdrowia, Konwencją o Prawach Dziecka, Konwencją w sprawie Likwidacji Wszelkich Form Dyskryminacji Kobiet oraz Międzynarodowym Paktem Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych), co zostało formalnie zawarte w preambule Ramowej Konwencji WHO i uznane w konstytucjach wielu państw.

- (b) Obowiązek ochrony społeczeństwa przed dymem tytoniowym pokrywa się z obowiązkiem rządów państw do uchwalenia ustaw chroniących obywateli przed zagrożeniami dla ich fundamentalnych praw i swobód. Obowiązek ten obejmuje wszystkie jednostki, a nie tylko określone grupy.
- (c) W opinii kilku wiarygodnych instytucji naukowych wtórny dym tytoniowy jest czynnikiem rakotwórczym. Niektóre ze Stron Ramowej Konwencji WHO (na przykład, Finlandia i Niemcy) zaklasyfikowały wtórny dym tytoniowy jako czynnik rakotwórczy, a działania związane z zapobieganiem narażeniu na ten dym w miejscu pracy objęły swoimi regulacjami w dziedzinie bezpieczeństwa i higieny pracy. W związku z powyższym, oprócz wymagań zawartych w Artykule 8, Strony mogą zostać zobowiązane do zajęcia się zagrożeniami wynikającymi z narażenia na dym tytoniowy zgodnie z ich przepisami obowiązującymi w miejscu pracy oraz innymi przepisami regulującymi narażenie na substancje szkodliwe, w tym czynniki rakotwórcze.

## **OKREŚLENIE PODSTAWOWYCH ZASAD I STOSOWNYCH DEFINICJI LEŻĄCYCH U PODSTAW OCHRONY PRZED NARAŻENIEM NA DYM TYTONIOWY**

### **Zasady**

Zgodnie z Artykułem 4 Ramowej Konwencji WHO niezbędnym dla podjęcia kroków w celu ochrony wszystkich obywateli przed narażeniem na dym tytoniowy jest silne zaangażowanie ze strony środowisk politycznych. Proces wdrażania Artykułu 8 Konwencji powinien odbywać się w oparciu o następujące uzgodnione zasady:

#### *Zasada 1*

Podjęcie skutecznych środków mających na celu zapewnienie ochrony przed narażeniem na dym tytoniowy, zgodnie z Artykułem 8 Ramowej Konwencji WHO, wymaga całkowitej eliminacji zjawiska palenia oraz obecności dymu tytoniowego w określonych miejscach lub środowiskach, aby możliwe było stworzenie środowisk całkowicie wolnych od dymu tytoniowego. Określenie bezpiecznego poziomu narażenia na dym tytoniowy nie istnieje, a pojęcia takie jak wartość progowa w odniesieniu do toksyczności dymu wtórnego powinny zostać odrzucone, gdyż zaprzeczają im dowody naukowe. Wielokrotnie wykazano, że propozycje inne niż środowiska całkowicie wolne od dymu tytoniowego, w tym wentylacja, filtracja powietrza oraz korzystanie z wydzielonych miejsc dla osób palących (bez względu na to, czy posiadały one oddzielne systemy wentylacji), okazały się nieskuteczne. Ponadto istnieją przekonujące dowody, zarówno naukowe, jak i inne, że podobne rozwiązania techniczne nie chronią przed narażeniem na dym tytoniowy.

#### *Zasada 2*

Przed narażeniem na dym tytoniowy należy chronić wszystkich obywateli. Wszelkie zamknięte miejsca pracy lub miejsca publiczne powinny być wolne od dymu tytoniowego.

### Zasada 3

Niezbędne dla ochrony społeczeństwa przed narażeniem na dym tytoniowy są odpowiednie przepisy prawne. Nieobowiązkowe działania na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego wielokrotnie okazały się nieskuteczne i nie zapewniają one odpowiedniej ochrony. Aby ustanowione przepisy prawne okazały się skuteczne, powinny one być proste, jasne i możliwe do wyegzekwowania.

### Zasada 4

Niezbędnym dla skutecznego wdrożenia i wyegzekwowania regulacji na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego jest odpowiednie planowanie działań oraz podejmowanie adekwatnych środków.

### Zasada 5

Spółczesność obywatelskie odgrywa zasadniczą rolę w procesie wspierania i zapewniania przestrzegania strategii na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego i powinno ono zostać uwzględnione jako partner aktywnie uczestniczący w procesie opracowywania, wdrażania i egzekwowania odpowiednich przepisów.

### Zasada 6

Proces wdrażania regulacji na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego, jak również ich egzekwowanie i skutki powinny podlegać monitorowaniu i ocenie. Zgodnie z Artykułem 20.4 Ramowej Konwencji WHO wspomniane czynności powinny obejmować monitorowanie i reagowanie na działania branży tytoniowej mające na celu podważenie zasadności wdrożenia i egzekwowania powyższych przepisów.

### Zasada 7

W razie konieczności ochronę społeczeństwa przed narażeniem na dym tytoniowy należy wzmocnić i rozszerzyć. Takie działania mogą obejmować wprowadzenie nowych lub poprawionych przepisów, ulepszenie sposobów ich egzekwowania lub inne środki mające na celu przedstawienie nowych dowodów naukowych oraz doświadczeń opartych na analizie konkretnych przypadków.

## Definicje

W procesie opracowywania aktów prawnych niezmiernie ważnym jest zachowanie ostrożności podczas definiowania kluczowych pojęć. Poniżej przedstawiono kilka zaleceń dotyczących tworzenia odpowiednich definicji, opierających się na doświadczeniach wielu państw. Definicje przedstawione w niniejszej części uzupełniają te, które już wcześniej zawarto w Ramowej Konwencji WHO.

### **„Wtórny dym tytoniowy” lub „środowiskowy dym tytoniowy”**

Na określenie rodzaju dymu tytoniowego, o którym mowa w Artykule 8 Ramowej Konwencji WHO, powszechnie stosuje się kilka alternatywnych terminów. Są to „wtórny dym tytoniowy”, „środowiskowy dym tytoniowy” oraz „dym papierosowy innych ludzi”. Należy unikać pojęć takich jak „bierne palenie tytoniu” oraz „przypadkowe narażenie na dym tytoniowy”, gdyż doświadczenia Francji i innych krajów pokazują, że firmy z branży tytoniowej mogą wykorzystać te terminy w celu popierania stanowiska, że dopuszczalne jest „dobrowolne” narażenie na dym tytoniowy. Bardziej odpowiednimi i stosowanymi w niniejszych wytycznych

są pojęcia „wtórny dym tytoniowy” (SHS – second hand smoke) oraz „środowiskowy dym tytoniowy” (ETS – environmental tobacco smoke).

Wtórny dym tytoniowy można zdefiniować jako „dym wydzielany z zapalanej końcówki papierosa lub innego wyrobu tytoniowego, zwykle połączony z dymem wydychanym przez osobę palącą”.

„Powietrze wolne od dymu tytoniowego” to powietrze całkowicie wolne od dymu tytoniowego. Definicja ta obejmuje między innymi powietrze, w którym dym tytoniowy jest niewidoczny, nie można go wyczuć, wykryć ani zmierzyć.<sup>1</sup>

### **„Palenie”**

Pojęcie to należy zdefiniować jako posiadanie lub kontrolowanie zapalonego wyrobu tytoniowego niezależnie od tego, czy dym jest aktywnie wdychany czy wydychany.

### **„Miejsca publiczne”**

Mimo że dokładna definicja „miejsc publicznych” będzie się różniła między jurysdykcjami, termin ten powinien zostać zdefiniowany możliwie najszerzej. Powinien on obejmować wszystkie miejsca dostępne dla ogółu społeczeństwa lub miejsca przeznaczone do użytku zbiorowego, niezależnie od ich sytuacji własnościowej i prawa dostępu do nich.

### **Miejsca „zamknięte” lub „wydzielone”**

Artykuł 8 nakłada obowiązek ochrony przed dymem tytoniowym w „zamkniętych” miejscach pracy oraz miejscach publicznych. Z uwagi na problemy, jakie może stwarzać zdefiniowanie miejsc „zamkniętych”, należy dokładnie przeanalizować doświadczenia różnych państw w tym zakresie. Definicja ta powinna być możliwie szeroka i jasna. Ponadto należy zwrócić uwagę na unikanie tworzenia list, których interpretacja mogłaby wykluczać potencjalnie istotne obszary „zamknięte”. Zaleca się, aby definicja obszarów „zamkniętych” (lub „wydzielonych”) obejmowała powierzchnie przykryte dachem lub wydzielone za pomocą co najmniej jednej ściany lub ogrodzenia, niezależnie od rodzaju materiału wykorzystanego do wykonania dachu, ściany lub ogrodzenia oraz niezależnie od tego, czy powstała struktura ma charakter stały czy tymczasowy.

### **„Miejsce pracy”**

Definicja „miejsca pracy” powinna być stosunkowo szeroka i obejmować „każde miejsce wykorzystywane przez ludzi podczas wykonywania pracy lub obowiązków wynikających z ich zatrudnienia”. Powinna ona obejmować nie tylko pracę wykonywaną w zamian za wynagrodzenie, ale również pracę na zasadzie wolontariatu, jeśli jest to zwyczajowo wynagradzany rodzaj pracy. Ponadto „miejsca pracy” powinny obejmować nie tylko te miejsca, w których wykonywana jest praca, ale również wszelkie przyległe lub przynależne miejsca powszechnie używane przez pracowników w ramach ich zatrudnienia, w tym na przykład: korytarze, windy, klatki schodowe, hole, pomieszczenia wspólnego użytku, bufety, toalety, poczekalnie, stołówki oraz pomieszczenia gospodarcze, takie jak komórki i szopy. Pojazdy wykorzystywane podczas wykonywania pracy stanowią miejsca pracy i jako takie powinny być wyraźnie identyfikowane.

---

<sup>1</sup> Składniki dymu tytoniowego mogą występować w powietrzu w zbyt małych ilościach, aby było możliwe dokonanie ich pomiaru. Należy zwrócić uwagę na fakt, że firmy z branży tytoniowej oraz gastronomiczno-hotelarskiej mogą podejmować próby wykorzystania ograniczeń wynikających z tej definicji.

Szczególną uwagę należy zwrócić na miejsca pracy, które stanowią jednocześnie domy lub miejsca zamieszkania jednostek wykonujących pracę. Są to na przykład więzienia, ośrodki zdrowia psychicznego oraz domy opieki. Miejsca te również stanowią miejsca pracy, w których należy zapewnić ochronę przed narażeniem na dym tytoniowy.

### **„Środki transportu publicznego”**

Definicja środka transportu publicznego powinna obejmować jakikolwiek pojazd służący do publicznego przewozu osób, dokonywanego zazwyczaj za opłatą lub w celu osiągnięcia zysku. Obejmuje ona również taksówki.

## **ZAKRES SKUTECZNEGO PRAWODAWSTWA**

### **Zasady**

Artykuł 8 nakłada wymóg przyjęcia skutecznych środków w celu ochrony społeczeństwa przed narażeniem na dym tytoniowy w: (1) zamkniętych miejscach pracy, (2) zamkniętych miejscach publicznych, (3) środkach transportu publicznego oraz (4) „odpowiednio” w „innych miejscach publicznych”.

W związku z powyższym powstaje *obowiązek zapewnienia powszechnej ochrony* poprzez zagwarantowanie, że wszelkie zamknięte miejsca publiczne, wszelkie zamknięte miejsca pracy, wszelkie środki transportu oraz inne możliwe (otwarte lub quasi-otwarte) miejsca publiczne stanowią miejsca, w których nie występuje ryzyko narażenia na wtórny dym tytoniowy. Argumenty zdrowotne lub prawne nie stanowią podstawy do uzasadnienia jakichkolwiek wyłączeń od powyższego postanowienia. Rozpatrywanie jakichkolwiek wyłączeń na podstawie innych argumentów należy ograniczyć do minimum. Ponadto w przypadku, kiedy Strona nie jest w stanie natychmiast zapewnić powyższej uniwersalnej ochrony, Artykuł 8 nakłada na nią stały obowiązek usunięcia, w możliwie najkrótszym czasie, wszelkich zaistniałych wyłączeń i nadania ochronie charakteru powszechnego. Każda ze Stron powinna dołożyć wszelkich starań, aby zapewnić powszechną ochronę w ciągu pięciu lat od daty wejścia w życie Ramowej Konwencji WHO dla tej Strony.

Nie istnieją bezpieczne poziomy narażenia na wtórny dym tytoniowy oraz, jak zostało wcześniej uznane przez Konferencję Stron w decyzji FCTC/COP1(15), rozwiązania techniczne, takie jak wentylacja, wymiana powietrza oraz korzystanie z miejsc wyznaczonych dla osób palących, nie zapewniają ochrony przed narażeniem na dym tytoniowy.

Ochronę należy zapewnić we wszystkich zamkniętych lub wydzielonych miejscach pracy, w tym w pojazdach silnikowych wykorzystywanych jako miejsca pracy (na przykład w taksówkach, karetkach pogotowia oraz pojazdach dostawczych).

Zgodnie z treścią traktatu, stosowanie środków ochronnych jest wymagane nie tylko we wszystkich „zamkniętych” miejscach publicznych, ale również w „odpowiednich przypadkach” w „innych” (to znaczy otwartych lub quasi-otwartych) miejscach publicznych. Określając te inne otwarte i quasi-otwarte miejsca publiczne, do których odnoszą się wspomniane regulacje, Strony powinny uwzględnić istniejące dowody na istnienie potencjalnych zagrożeń zdrowia w różnych warunkach i postępować z zamiarem przyjęcia możliwie najskuteczniejszych środków ochrony przed narażeniem na dym tytoniowy w

każdym przypadku, w którym posiadane dowody wskazują na istnienie określonego zagrożenia.

## **INFORMOWANIE, KONSULTACJE I ANGAŻOWANIE SPOŁECZEŃSTWA W CELU UZYSKANIA WSPARCIA I SPRAWNEGO WDROŻENIA WYTYCZNYCH**

Podnoszenie poziomu świadomości wśród społeczeństwa i środowisk opiniotwórczych na temat ryzyka związanego z narażeniem na wtórny dym tytoniowy za pośrednictwem nieustannych kampanii informacyjnych stanowi ważne zadanie ze strony instytucji państwowych w ramach ich partnerstwa ze społeczeństwem obywatelskim i ma ono na celu uzyskanie zrozumienia i wsparcia dla działań legislacyjnych ze strony społeczeństwa. Głównymi stronami zainteresowanymi w tym zakresie są przedsiębiorstwa, stowarzyszenia z branży gastronomicznej i hotelarskiej, stowarzyszenia pracodawców, związki zawodowe, media, pracownicy służby zdrowia, organizacje reprezentujące dzieci i młodzież, instytucje naukowe lub wyznaniowe, środowisko badawcze oraz ogół społeczeństwa. Wysiłki na rzecz podnoszenia poziomu świadomości powinny obejmować konsultacje z zainteresowanymi przedsiębiorcami oraz innymi organizacjami i instytucjami, w trakcie procesu opracowywania regulacji.

Przekazywane informacje powinny w głównej mierze skupiać się na szkodach, jakie wyrządza narażenie na wtórny dym tytoniowy; fakcie, że jedynym opartym na dowodach naukowych rozwiązaniem, które zapewnia całkowitą ochronę przed narażeniem na dym tytoniowy jest jego pozbycie się z pomieszczeń zamkniętych; uprawnieniu wszystkich pracowników do równej ochrony na mocy prawa oraz na fakcie, że nie są konieczne ustępstwa w relacjach między ochroną zdrowia a gospodarką, gdyż doświadczenia kolejnych jurysdykcji dowodzą, iż istnienie środowisk wolnych od dymu przynosi korzyści obu stronom. Publiczne kampanie edukacyjne powinny być również skierowane do środowisk, w przypadku których regulacje prawne mogą być niemożliwe do zrealizowania lub nieodpowiednie, takich jak domy prywatne.

W celu edukowania i mobilizowania społeczeństwa oraz ułatwienia procesu uzyskania poparcia dla regulacji prawnych po ich wprowadzeniu w życie, niezbędne jest również prowadzenie wszechstronnych konsultacji z zainteresowanymi podmiotami. Po przyjęciu określonych przepisów należy rozpocząć kampanię edukacyjną prowadzącą do ich wdrożenia, dostarczenia właścicielom przedsiębiorstw i administratorom budynków informacji prezentujących regulacje prawne oraz ich obowiązki, a także środki wdrożenia regulacji, takie jak odpowiednie oznaczenia. Podjęcie powyższych kroków zwiększy prawdopodobieństwo sprawnego wdrożenia regulacji oraz osiągnięcia wysokiego poziomu zaangażowania w ich dobrowolne przestrzeganie. Przekazywanie informacji, które dają większe uprawnienia osobom niepalącym oraz zawierają podziękowania dla osób palących za przestrzeganie prawa, będzie propagowało zaangażowanie społeczeństwa w proces egzekwowania i sprawnego wdrażania przepisów.

## EGZEKWOWANIE PRZEPISÓW

### Obowiązek przestrzegania prawa

Skuteczne przepisy prawne powinny nakładać obowiązek ich przestrzegania zarówno na przedsiębiorstwa, których dotyczą dane regulacje, jak i na indywidualne osoby palące, a także nakładać kary za naruszenia tych przepisów na przedsiębiorstwa i ewentualnie na osoby palące. Działania związane z egzekwowaniem przepisów powinny dotyczyć przede wszystkim przedsiębiorstw. Zgodnie z przepisami odpowiedzialność za ich przestrzeganie powinna spoczywać na właścicielu, kierowniku lub innej osobie kierującej obiektami danego przedsiębiorstwa. Przepisy powinny również określać, jakich działań wymaga się od wspomnianych osób. Obowiązki te powinny obejmować:

- (a) obowiązek rozmieszczenia przy wejściach i w innych odpowiednich miejscach wyraźnych oznaczeń wskazujących na zakaz palenia. Formę i treść tych oznaczeń powinny określić organy służby zdrowia lub inne instytucje rządowe. Oznaczenia te mogą zawierać numer telefonu lub inne informacje udostępnione społeczeństwu w celu zgłaszania jakichkolwiek naruszeń przepisów oraz dane osoby przebywającej na terenie obiektu, do której należy kierować skargi;
- (b) obowiązek usunięcia popielniczek z obiektów;
- (c) obowiązek nadzoru przestrzegania przepisów;
- (d) obowiązek podjęcia określonych i uzasadnionych kroków w celu zniechęcenia innych do palenia na terenie obiektów. Kroki te obejmują prośby o niepalenie, zaniechanie dalszej obsługi, prośby o opuszczenie obiektów i skontaktowanie się z instytucją odpowiedzialną za egzekwowanie prawa lub inną instytucją.

### Kary

Przepisy prawne powinny określać wysokość grzywien i innych kar pieniężnych za ich naruszenia. Mimo że wysokość tych kar będzie siłą rzeczy odzwierciedlała szczególne praktyki i zwyczaje panujące w każdym z krajów, decyzje w tych kwestiach powinny być podejmowane w oparciu o kilka zasad. Przede wszystkim kary powinny być wystarczająco wysokie, aby zniechęcać obywateli do dopuszczania się potencjalnych naruszeń. W przeciwnym razie mogą one zostać zignorowane przez osoby dopuszczające się naruszenia lub potraktowane wyłącznie jako koszty prowadzenia działalności. Wymóg nakładania wyższych kar odnosi się raczej do naruszeń ze strony przedsiębiorstw niż indywidualnych palaczy, którzy zazwyczaj dysponują mniejszymi środkami finansowymi. Kary powinny być wyższe w przypadku powtarzających się naruszeń oraz zgodne ze sposobem traktowania innych przestępstw o takim samym stopniu szkodliwości.

Oprócz kar pieniężnych przepisy mogą również uwzględniać sankcje administracyjne, takie jak zawieszenie pozwolenia na prowadzenie działalności, zgodnie z praktyką i systemem prawnym danego kraju. Te „ostateczne sankcje” są rzadko stosowane, ale niezmiernie ważne w przypadku egzekwowania prawa w stosunku do przedsiębiorstw nagminnie go ignorujących.

W odpowiednich przypadkach można rozważyć sankcje karne, ale należy to zrobić w odniesieniu do kontekstu prawnego i kulturalnego danego kraju.

## Narzędzia egzekwowania przepisów

Przepisy powinny określać organ lub organy odpowiedzialne za ich egzekwowanie oraz obejmować system monitorowania przestrzegania prawa oraz pociągania do odpowiedzialności osób dopuszczających się naruszeń.

Monitorowanie powinno obejmować proces kontroli przedsiębiorstw pod kątem przestrzegania prawa. Rzadko zdarza się, aby koniecznym było stworzenie nowego systemu kontroli egzekwowania regulacji na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego. Przestrzeganie prawa można zwyczajnie monitorować przy użyciu co najmniej jednego z dostępnych mechanizmów kontrolowania obiektów przedsiębiorstw i miejsc pracy. Wybór sposobów na realizację tego celu jest zazwyczaj bardzo szeroki. W wielu krajach kontrole przestrzegania prawa mogą zostać połączone z kontrolami pozwoleń na prowadzenie działalności, kontrolami warunków sanitarno-higienicznych, kontrolami bezpieczeństwa i higieny pracy, kontrolami ochrony przeciwpożarowej oraz podobnymi programami. Jednoczesne gromadzenie informacji z kilku takich źródeł może okazać się pożyteczne.

Jeśli jest to możliwe, zaleca się zatrudnianie inspektorów lub urzędników odpowiedzialnych za egzekwowanie prawa na szczeblu lokalnym. Taka praktyka prawdopodobnie zwiększy ilość dostępnych środków egzekwowania prawa oraz podniesie poziom jego przestrzegania. Takie podejście wymaga ustanowienia krajowych mechanizmów koordynacyjnych w celu zapewnienia spójności metod stosowanych w danym kraju.

Bez względu na wykorzystywany mechanizm, monitorowanie powinno się opierać na kompleksowym planie egzekwowania przepisów i obejmować procedurę skutecznego szkolenia inspektorów. Skuteczne monitorowanie może łączyć w sobie regularne kontrole z kontrolami nieplanowanymi i niespodziewanymi, jak również inspekcjami w odpowiedzi na zgłoszone skargi. Takie inspekcje w początkowym okresie po wprowadzeniu w życie przepisów z powodzeniem mogą mieć charakter edukacyjny, gdyż większość naruszeń prawdopodobnie będzie nieumyślna. Przepisy powinny upoważniać inspektorów do wchodzenia na teren obiektów, których dotyczy dana regulacja, oraz do pobierania próbek i gromadzenia dowodów, jeśli nie posiadają oni takich uprawnień na mocy obowiązującego prawa. Podobnie przepisy powinny zabraniać przedsiębiorcom utrudniania pracy inspektorom.

Skuteczne monitorowanie nie pociąga za sobą dużych kosztów. Nie jest konieczne zatrudnianie wielu inspektorów, gdyż kontrole można przeprowadzić przy wykorzystaniu istniejących programów i personelu, a doświadczenie pokazuje, że egzekwowanie regulacji na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego szybko zaczyna następować samoistnie (to znaczy jest w głównej mierze egzekwowane przez społeczeństwo). Jeśli przepisy są wdrażane ostrożnie oraz podejmowane są aktywne kroki mające na celu informowanie przedsiębiorstw i społeczeństwa, przypadki dochodzeń sądowych będą nieliczne.

Mimo że wspomniane programy nie wiążą się z dużymi kosztami, niezbędne jest posiadanie środków na informowanie przedsiębiorców, szkolenie inspektorów, koordynowanie procesu kontroli oraz rekompensowanie personelowi kontroli przedsiębiorstw przeprowadzanych poza normalnymi godzinami pracy. W tym celu należy określić mechanizm finansowania. Skuteczne programy monitorowania wykorzystują różne źródła finansowania, w tym określone wpływy z podatków, opłaty za pozwolenia na prowadzenie działalności oraz określone dochody z kar płaconych przez osoby, które dopuściły się naruszeń.



## Strategie egzekwowania

Strategiczne podejście do egzekwowania przepisów może maksymalnie podnieść poziom ich przestrzegania, uprościć proces ich wdrażania oraz obniżyć poziom potrzebnych środków.

Krytyczne znaczenie dla sukcesu danej regulacji oraz sukcesu jej przyszłego monitorowania i egzekwowania mają w szczególności działania związane z egzekwowaniem przepisów w okresie bezpośrednio po ich wejściu w życie. Wiele jurysdykcji zaleca początkowy okres łagodnego egzekwowania przepisów, w którym to osoby dopuszczające się naruszeń nie są karane a tylko pouczane. Takie podejście należałoby połączyć z aktywną kampanią informowania właścicieli przedsiębiorstw o ich obowiązkach wynikających z prawa. Przedsiębiorcy powinni zrozumieć, że po początkowym okresie karencji lub okresie wdrażania nastąpi okres bardziej rygorystycznego egzekwowania przepisów.

Po rozpoczęciu okresu aktywnego egzekwowania przepisów wiele jurysdykcji zaleca prowadzenie postępowań sądowych w sposób, który przyciągnie uwagę publiczną w celu wzmocnienia działań odstraszających. Poprzez identyfikowanie głównych osób dopuszczających się naruszeń, które aktywnie ignorowały prawo lub są dobrze znane społeczeństwu, a także poprzez podejmowanie zdecydowanych i natychmiastowych działań oraz przez dążenie do najwyższego poziomu świadomości społecznej na temat tych działań, władze są w stanie zademonstrować swoją stanowczość oraz powagę prawa. To z kolei podnosi poziom dobrowolnego przestrzegania przepisów i redukuje środki niezbędne do ich przyszłego monitorowania i egzekwowania.

Mimo że regulacje na rzecz środowisk wolnych od dymu szybko zaczynają być egzekwowane samoistnie, niezbędnym jest, aby władze były przygotowane do szybkiego i stanowczego reagowania na pojedyncze przypadki jawnych naruszeń. Sporadyczne przypadki naruszeń będących publiczną manifestacją lekceważenia prawa zdarzają się zwłaszcza wtedy, kiedy nowe prawo wchodzi w życie. Zdecydowane reakcje w takich przypadkach wyznaczają oczekiwania dotyczące przestrzegania prawa, które ułatwią jego egzekwowanie w przyszłości, podczas gdy niezdecydowanie może szybko doprowadzić do szeroko rozpowszechnionych naruszeń.

## Zmobilizowanie i zaangażowanie społeczeństwa

Zaangażowanie społeczeństwa w program monitorowania i egzekwowania przepisów podnosi jego skuteczność. Wsparcie ze strony społeczeństwa oraz zachęcanie go do monitorowania procesu przestrzegania przepisów i zgłaszania naruszeń w znacznym stopniu zwiększa zasięg działań instytucji odpowiedzialnych za egzekwowanie prawa oraz redukuje środki niezbędne do przestrzegania przepisów. W rzeczywistości w wielu jurysdykcjach skargi składane przez społeczeństwo są głównym środkiem zapewniania przestrzegania przepisów. Z tego powodu regulacje na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego powinny uprawniać obywateli do wnoszenia skarg oraz upoważniać jakąkolwiek osobę lub organizację pozarządową do podejmowania działań mających na celu zapewnienie przestrzegania środków regulujących kwestie narażenia na wtórny dym tytoniowy. Program egzekwowania przepisów powinien uwzględniać uruchomienie bezpłatnej linii telefonicznej do składania skarg lub podobnego systemu zachęcającego społeczeństwo do zgłaszania naruszeń.

## **MONITOROWANIE I OCENA ŚRODKÓW**

Monitorowanie i ocena środków mających na celu zmniejszenie narażenia na dym tytoniowy są ważne z kilku powodów. Służą one na przykład:

- (a) podnoszeniu poziomu wsparcia ze strony środowisk politycznych i społeczeństwa dla idei wzmocnienia i rozszerzania zasięgu przepisów prawnych;
- (b) dokumentowaniu sukcesów, co będzie wykorzystane w celu informowania i wspomagania wysiłków innych krajów;
- (c) identyfikowaniu i upublicznianiu prób podważania zasadności wdrażanych środków podejmowanych przez branżę tytoniową.

Zakres oraz poziom złożoności programu monitorowania i oceny będzie się różnił między jurysdykcjami w zależności od dostępnych środków i doświadczeń. Niemniej ważne jest, aby dokonywać oceny efektów wdrożenia środków, w szczególności tych związanych z głównymi wskaźnikami narażenia na wtórny dym tytoniowy w miejscach pracy i miejscach publicznych. Można tego dokonać przy wykorzystaniu ekonomicznie oszczędnych sposobów, na przykład poprzez skorzystanie z danych lub informacji zebranych podczas rutynowych działań, takich jak kontrole w miejscach pracy.

W działaniach tych należy uwzględnić osiem kluczowych wskaźników procesów oraz rezultatów:<sup>2</sup>

### **Procesy:**

- (a) wiedza, podejście oraz wsparcie strategii na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego ze strony ogółu społeczeństwa oraz ewentualnie określonych grup, na przykład pracowników branży gastronomicznej;
- (b) egzekwowanie oraz przestrzeganie regulacji na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego;

### **Rezultaty**

- (c) zmniejszenie narażenia pracowników na wtórny dym tytoniowy w miejscach pracy oraz miejscach publicznych;
- (d) obniżenie zawartości wtórnego dymu tytoniowego w powietrzu w miejscach pracy (zwłaszcza w restauracjach) oraz miejscach publicznych;
- (e) obniżenie poziomu umieralności i zachorowalności wskutek narażenia na wtórny dym tytoniowy;
- (f) zmniejszenie narażenia na wtórny dym tytoniowy w domach prywatnych;
- (g) zmiany dotyczące powszechnego występowania zjawiska palenia oraz zachowań z nim związanych;

---

<sup>2</sup> Publikacja „WHO policy recommendations: protection from exposure to second-hand tobacco smoke” (Genewa, Światowa Organizacja Zdrowia, 2007) zawiera odniesienia i linki do badań w zakresie monitorowania wszystkich wymienionych wskaźników przeprowadzonych w innych krajach.

(h) skutki gospodarcze.

## **LINKI DO PRZYKŁADOWYCH REGULACJI ORAZ DOKUMENTÓW ŹRÓDŁOWYCH**

Poniżej przedstawione zostały odniesienia do krajowych oraz subkrajowych obecnie obowiązujących regulacji, które są najbliższe niniejszym wytycznym dotyczącym najlepszych praktyk:

(a) Zjednoczone Królestwo Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej, ustawa zdrowotna (Health Act) 2006, <http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2006/20060028.htm>

(b) Nowa Zelandia, nowelizacja ustawy o środowiskach wolnych od dymu tytoniowego (Smoke-free Environments Amendment Act) 2003, [http://www.legislation.govt.nz/browse\\_vw.asp?content-set=pal\\_statutes](http://www.legislation.govt.nz/browse_vw.asp?content-set=pal_statutes)

(c) Norwegia, ustawa nr 14 z dnia 9 marca 1973 dotycząca zapobiegania szkodliwym skutkom palenia tytoniu (Prevention of the Harmful Effects of Tobacco), <http://odin.dep.no/hod/engelsk/regelverk/p20042245/042041-990030/dok-bn.html>  
(Niemniej należy zwrócić uwagę, że wytyczne te nie zalecają możliwości wydzielania specjalnych miejsc dla osób palących.)

(d) Szkocja, ustawa o paleniu, zdrowiu i opiece społecznej (Smoking, Health and Social Care (Scotland) Act), 2005, <http://www.opsi.gov.uk/legislation/scotland/acts2005/20050013.htm>  
Regulacje: <http://www.opsi.gov.uk/si/si2006/20061115.htm>

(e) Urugwaj, Decreto 40/006, <http://www.globalSmokefreePartnership.org/files/132.doc>

(f) Irlandia, ustawa o ochronie zdrowia publicznego przed następstwami używania tytoniu (Public Health (Tobacco) (Amendment) Act) 2004, <http://193.178.1.79/2004/en/act/pub/0006/index.html>

(g) Bermudy, nowelizacja ustawy o wyrobach tytoniowych i zdrowiu publicznym (Tobacco Products (Public Health) Amendment Act) 2005, <http://www.globalSmokefreePartnership.org/files/139.DOC>

### **Dokumenty źródłowe**

1. WHO policy recommendations: protection from exposure to second-hand tobacco smoke. Genewa, Światowa Organizacja Zdrowia, 2007.

[http://www.who.int/tobacco/resources/publications/wntd/2007/who\\_protection\\_exposure\\_final\\_25June2007.pdf](http://www.who.int/tobacco/resources/publications/wntd/2007/who_protection_exposure_final_25June2007.pdf)

2. Tobacco smoke and involuntary smoking. IARC Monographs on the Evolution of Carcinogenic Risks to Humans, Tom 83, Lyon, Francja, Światowa Organizacja Zdrowia oraz Międzynarodowa Agencja Badań nad Rakiem, 2004.

<http://monographs.iarc.fr/ENG/Monographs/vol83/volume83.pdf>

3. The health consequences of involuntary exposure to tobacco smoke: a report of the Surgeon General. Waszyngton, DC, Departament Zdrowia i Opieki Społecznej Stanów Zjednoczonych, 2006.

<http://www.surgeongeneral.gov/library/secondhandsmoke/>

4. Proposed identification of environmental tobacco smoke as a toxic air contaminant. San Francisco, Stany Zjednoczone Ameryki, Kalifornijska Agencja Ochrony Środowiska: Rada ds. Zasobów Powietrza, 2005.

<http://repositories.cdlib.org/tc/surveys/CALEPA2005/>

5. Joint briefing paper: Proposed guidelines for the implementation of Article 8 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Konfederacja Ramowej Konwencji oraz Globalne Partnerstwo na rzecz Zakazu Palenia (Global Smokefree Partnership), 2007.

[http://www.fctc.org/x/documents/Article8\\_COP2\\_Briefing\\_English.pdf](http://www.fctc.org/x/documents/Article8_COP2_Briefing_English.pdf)

6. Strona internetowa Globalnego Partnerstwa na rzecz Zakazu Palenia. Źródło informacji na temat wyzwań i sukcesów osiągniętych w procesie wdrażania strategii na rzecz środowisk wolnych od dymu tytoniowego. Link ten dostarcza informacji na temat różnych punktów widzenia w odniesieniu do strategii na rzecz środowisk wolnych od dymu, prezentuje raporty z oceny określonych działań, a także przedstawia regulacje i kampanie na rzecz informowania społeczeństwa, jak również wytyczne dotyczące ich wdrożenia.

[www.globalsmokefreepartnership.org](http://www.globalsmokefreepartnership.org)

7. After the smoke has cleared: evaluation of the impact of a new smoke free law. Wellington, Ministerstwo Zdrowia Nowej Zelandii, 2006.

<http://www.moh.govt.nz/moh.nsf/by+unid/A9D3734516F6757ECC25723D00752D50?Open>

# Wytyczne dotyczące wdrożenia Artykuł 11





## Stosowane pojęcia

Dla celów niniejszych wytycznych:

- „środki prawne” oznaczają jakiekolwiek dokumenty prawne zawierające lub ustanawiające obowiązki, wymogi lub zakazy zgodnie z prawem danej jurysdykcji. Dokumenty te obejmują między innymi: akty, ustawy, regulacje i zarządzenia administracyjne lub wykonawcze;
- „wkładki” oznaczają jakiekolwiek informacje umieszczane wewnątrz pojedynczego opakowania i/lub pudełka zakupionego przez konsumenta w detalu, takie jak miniaturowe ulotki lub broszurki;
- „informacje zewnętrzne” oznaczają jakiekolwiek informacje dołączone do zewnętrznej strony pojedynczego opakowania i/lub pudełka zakupionego przez konsumenta w detalu, takie jak miniaturowe broszurki umieszczane pod zewnętrzną celofanową folią, w którą owinięto opakowanie lub przyklejane do zewnętrznej strony paczki papierosów.

## **OPRACOWANIE SKUTECZNYCH WYMOGÓW DOTYCZĄCYCH SPOSOBU OPAKOWANIA I OZNAKOWANIA WYROBÓW TYTONIOWYCH**

Odpowiednio zaprojektowane ostrzeżenia i informacje zdrowotne to skuteczne środki przekazywania komunikatów na temat zagrożeń zdrowotnych oraz ograniczania używania tytoniu. Dowody pokazują, że skuteczność ostrzeżeń i informacji zdrowotnych zależy od sposobu ich eksponowania. W porównaniu z małymi ostrzeżeniami tekstowymi, ostrzeżenia większe zawierające obrazki prawdopodobnie będą częściej zauważane, lepiej przekażą informacje na temat zagrożeń zdrowotnych, wywołają silniejszą reakcję emocjonalną i zwiększą motywację palaczy do rzucenia nałogu oraz ograniczenia użycia tytoniu. Ponadto prawdopodobieństwo zachowania swojej skuteczności mimo upływu czasu jest większe w przypadku ostrzeżeń w formie większych obrazków, które są szczególnie skuteczne w przekazywaniu informacji na temat zdrowotnych skutków palenia osobom o niskim poziomie umiejętności czytania i pisania, dzieciom oraz młodzieży. Innymi czynnikami zwiększającymi skuteczność ostrzeżeń i informacji zdrowotnych jest ich umieszczenie na głównych powierzchniach ekspozycyjnych opakowań, a właściwie na ich samej górze, wykorzystywanie innych kolorów niż tylko czarnego i białego, wymóg jednoczesnego ukazywania się licznych ostrzeżeń oraz informacji zdrowotnych, a także wprowadzanie w nich okresowych zmian lub poprawek.

## Elementy projektu

### *Umiejscowienie*

Zgodnie z Artykułem 11.1(b)(iii) Konwencji każda ze Stron powinna przyjąć i wdrożyć skuteczne środki mające na celu zagwarantowanie odpowiedniej wielkości, przejrzystości, widoczności i czytelności ostrzeżeń i informacji zdrowotnych. Umiejscowienie i układ ostrzeżeń i informacji zdrowotnych na opakowaniach powinny zapewniać ich maksymalną widoczność. Badania pokazują, że ostrzeżenia i informacje zdrowotne umieszczane na górze przedniej lub tylnej strony opakowań są lepiej widoczne od tych umieszczanych na ich dole. Strony powinny wymagać, aby ostrzeżenia i informacje zdrowotne były umieszczane:



- zarówno na przedniej, jak i na tylnej stronie (lub na wszystkich głównych powierzchniach, jeśli jest ich więcej niż dwie) każdej jednostkowej paczki lub opakowania zamiast tylko na jednej ze stron w celu zagwarantowania wysokiej widoczności ostrzeżeń lub informacji zdrowotnych, zdając sobie sprawę z faktu, że w przypadku większości rodzajów opakowań przednia powierzchnia ekspozycyjna jest najlepiej widoczna dla użytkownika;
- na głównych powierzchniach ekspozycyjnych oraz zwłaszcza w ich górnej a nie dolnej części w celu zwiększenia ich widoczności; oraz
- w sposób, który zabezpieczy tekst lub ilustrację ostrzeżenia przed trwałym uszkodzeniem lub jego zakryciem na skutek zwykłego otwierania opakowania.

Oprócz ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, o których mowa w poprzednim akapicie, Strony powinny rozważyć wprowadzenie wymogu umieszczania dodatkowych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych na wszystkich powierzchniach opakowania, jak również w formie wkładek oraz informacji zewnętrznych.

Strony powinny zagwarantować, że widoczność ostrzeżeń i informacji zdrowotnych nie zostanie ograniczona przez inne wymagane oznaczenia na opakowaniach lub przez wkładki bądź informacje zewnętrzne o charakterze komercyjnym. Ponadto, podczas ustalania rozmiaru i umiejscowienia innych oznaczeń, takich jak znaki skarbowe i inne oznaczenia zgodnie z wymogami Artykułu 15 Konwencji, Strony powinny zagwarantować, że oznaczenia te nie zasłaniają jakiegokolwiek części ostrzeżeń i informacji zdrowotnych.

Strony powinny rozważyć wprowadzenie innych innowacyjnych środków dotyczących umiejscowienia, w tym, między innymi, wymogu umieszczania ostrzeżeń i informacji zdrowotnych na owijkach filtrów papierosów oraz/lub innych podobnych elementach, takich jak opakowania na gilzy papierosowe, filtry i bibułki, a także elementach, takich jak te wykorzystywane do palenia fajek wodnych.

### *Rozmiar*

Zgodnie z Artykułem 11.1(b)(iv) Konwencji ostrzeżenia i informacje zdrowotne umieszczane na opakowaniach i etykietach wyrobów tytoniowych powinny zajmować co najmniej 50%, ale nie mniej niż 30% głównych powierzchni ekspozycyjnych opakowania. Mając na uwadze fakt, że skuteczność ostrzeżeń i informacji zdrowotnych rośnie wraz z ich rozmiarem, Strony powinny rozważyć stosowanie takich ostrzeżeń i informacji, które zajmują ponad 50% głównych powierzchni ekspozycyjnych i które mają na celu zajęcie ich w możliwie najszerszym zakresie. Tekst ostrzeżeń i informacji zdrowotnych powinien być napisany pogrubioną czcionką, której rozmiar będzie umożliwiał ich swobodne odczytanie, a styl i kolor(y) tekstu powinny zwiększać jego ogólną widoczność i czytelność.

W przypadkach, kiedy konieczne będzie zastosowanie obramowania, Strony powinny rozważyć wyłączenie powierzchni wydzielonej na obramowanie ostrzeżeń i informacji zdrowotnych z całkowitej powierzchni zajmowanej przez te ostrzeżenia bądź informacje podczas obliczania ich procentowego udziału w powierzchni ekspozycyjnej, co oznacza, że powierzchnia przeznaczona na obramowanie powinna być dodawana do całkowitej powierzchni (wyrażonej w procentach) zajmowanej przez ostrzeżenia i informacje zdrowotne a nie w nią wliczana.

### Wykorzystanie ilustracji

Zgodnie z Artykułem 11.1(b)(v) Konwencji ostrzeżenia i informacje zdrowotne umieszczone na opakowaniach i etykietach wyrobów tytoniowych mogą występować w formie lub zawierać ilustracje albo piktogramy. Udowodniono, że ostrzeżenia i informacje zdrowotne zawierające zarówno ilustracje, jak i tekst są znacznie skuteczniejsze od tych czysto tekstowych. Ponadto mają one dodatkową zaletę w postaci potencjalnego docierania do osób o niskim poziomie umiejętności czytania i pisania oraz osób, które nie potrafią czytać w języku, w którym zostały napisane ostrzeżenia bądź informacje zdrowotne. W ramach swoich wymogów dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych Strony powinny nakazywać wykorzystywanie kulturowo odpowiednich ilustracji lub piktogramów w pełnym kolorze. Strony powinny również rozważyć wykorzystanie obrazkowych ostrzeżeń zdrowotnych na obydwóch głównych powierzchniach ekspozycyjnych (lub na wszystkich głównych powierzchniach, jeśli jest ich więcej niż dwie) opakowań wyrobów tytoniowych.

Udowodniono, że w porównaniu z czysto tekstowymi ostrzeżeniami i informacjami zdrowotnymi, te obrazkowe:

- mają większe szanse na zauważenie;
- są oceniane przez osoby używające tytoniu za bardziej skuteczne;
- mają większe szanse na to, żeby, mimo upływu czasu, nadal rzucać się w oczy;
- skuteczniej informują o zagrożeniach zdrowia wynikających z palenia tytoniu;
- częściej zmuszają obywateli do zastanowienia się nad zagrożeniami zdrowia wynikającymi z używania tytoniu oraz nad możliwością rzucenia palenia;
- wzmagają motywację i utwierdzają w zamiarach rzucenia palenia; oraz
- są kojarzone z większą liczbą prób rzucenia palenia.

Ponadto obrazkowe ostrzeżenia i informacje zdrowotne mogą zakłócać odbiór czy wrażenie kreowane przez wizerunki określonych marek producentów na opakowaniach i w ten sposób obniżać poziom ogólnej atrakcyjności opakowania.

Podczas tworzenia ilustracji, które mają zostać wykorzystane na opakowaniach wyrobów tytoniowych, Strony powinny, jeśli to możliwe, uzyskać prawo własności lub pełne prawa autorskie do określonych ilustracji zamiast zezwalać na zachowanie tych praw przez grafików lub inne podmioty. Taka praktyka zapewnia maksymalną swobodę w wykorzystywaniu określonych ilustracji podczas innych działań związanych z kontrolą rynku wyrobów tytoniowych, w tym podczas kampanii w mediach lub w Internecie. Pozwala ona również Stronom na przyznawanie licencji na wykorzystywanie ich ilustracji przez inne jurysdykcje.

### *Kolorystyka*

Wykorzystanie różnorodnych kolorów, w przeciwieństwie do kolorystyki czarno-białej, wpływa na ogólną zauważalność obrazkowych elementów ostrzeżeń i informacji zdrowotnych. W związku z tym w odniesieniu do obrazkowych elementów ostrzeżeń i informacji zdrowotnych Strony powinny wymagać stosowania ilustracji w pełnym kolorze (druk czterokolorowy) zamiast wersji czarno-białej. Kolory tekstu oraz jego tła powinny ze sobą kontrastować w celu zwiększenia zauważalności i maksymalnego polepszenia czytelności tekstowych elementów ostrzeżeń i informacji zdrowotnych.

### *Rotacja*

Zgodnie z Artykułem 11.1(b)(ii) Konwencji ostrzeżenia i informacje zdrowotne powinny podlegać rotacji. Rotacja ta może zostać wdrożona na zasadzie dysponowania licznymi ostrzeżeniami i informacjami zdrowotnymi, które pojawiają się jednocześnie, lub na zasadzie ustalenia daty, po której następuje zmiana treści ostrzeżenia lub informacji zdrowotnej. Strony powinny rozważyć zastosowanie obydwóch rodzajów rotacji.

Wrażenie świeżości czy nowości, jakie wywołuje pojawienie się nowych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych jest bardzo ważne, gdyż udowodniono, że oddziaływanie ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, które są powtarzane, z upływem czasu zaczyna słabnąć, podczas gdy zmiany tych ostrzeżeń i informacji podnoszą ich skuteczność. Rotacja ostrzeżeń i informacji zdrowotnych oraz zmiany w ich układach i projektach są istotnym czynnikiem z punktu widzenia zachowania ich potencjału na przyciąganie uwagi oraz zwiększenia ich wpływu na społeczeństwo.

Strony powinny określić liczbę ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, które mają się pojawiać jednocześnie. Strony powinny również wymagać, aby ostrzeżenia i informacje zdrowotne należące do określonej serii były drukowane w taki sposób, aby każde z nich pojawiło się na opakowaniach detalicznych w takiej samej ilości, nie tylko w odniesieniu do każdej rodziny marek, ale również w odniesieniu do każdej marki należącej do danej rodziny oraz każdego rozmiaru i rodzaju opakowania.

Strony powinny wziąć pod uwagę ustanowienie dwóch lub więcej zestawów ostrzeżeń i informacji zdrowotnych ściśle określonych od samego początku, w celu ich zamiany po upływie ustalonego czasu, na przykład co każde 12-36 miesięcy. W trakcie okresu wymiany, kiedy to stary zestaw ostrzeżeń i informacji zdrowotnych jest zastępowany nowym zestawem, Strony powinny zapewnić okres wdrożenia w celu wymiany wspomnianych zestawów, podczas którego dopuszcza się jednoczesne wykorzystywanie obydwu zestawów.

### *Treść informacji*

Stosowanie różnorodnych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych zwiększa prawdopodobieństwo ich skuteczności, gdyż różne ostrzeżenia i informacje wpływają na różne osoby. Oprócz szkodliwych skutków zdrowotnych i wpływu narażenia na dym tytoniowy ostrzeżenia i informacje zdrowotne powinny dotyczyć różnych kwestii związanych z używaniem tytoniu, takich jak:

- rady jak rzucić palenie;
- uzależniający charakter wyrobów tytoniowych;

- negatywne skutki ekonomiczne i społeczne (na przykład roczny koszt zakupu wyrobów tytoniowych); oraz
- wpływ używania tytoniu na ważne dla nas osoby (na przykład przedwczesna śmierć czyjegoś ojca wskutek palenia tytoniu lub śmierć ukochanej osoby wskutek narażenia na dym tytoniowy).

Strony powinny również rozważyć zastosowanie w informacjach innowacyjnych treści takich jak negatywny wpływ na środowisko oraz praktyki stosowane przez branżę tytoniową.

Ważnym jest, aby skutecznie przekazać ostrzeżenia i informacje zdrowotne. Ich ton powinien być stanowczy i pouczający, ale nie nakazujący. Ponadto ostrzeżenia i informacje zdrowotne powinny być napisane językiem prostym, jasnym, zwięzłym i kulturowo odpowiednim. Mogą być one prezentowane w różnych formach, takich jak rekomendacje oraz autentyczne lub pomocnicze informacje.

Udowodniono, że ostrzeżenia i informacje zdrowotne są bardziej skuteczne, jeśli powodują negatywne skojarzenia emocjonalne z używaniem tytoniu oraz kiedy przekazywanym informacjom nada się charakter osobisty, dzięki czemu stają się one bardziej wiarygodne i stosowne. Ostrzeżenia i informacje zdrowotne, które wywołują negatywne emocje, takie jak strach, mogą być skuteczne, zwłaszcza jeśli zostaną one połączone z informacjami, które mają na celu podniesienie motywacji i wiary palaczy w swoją zdolność do rzucenia nałogu.

Umieszczanie na opakowaniach wyrobów tytoniowych porad jak rzucić palenie oraz określonych źródeł, gdzie można uzyskać pomoc w rzuceniu palenia, takich jak adresy stron internetowych lub bezpłatne telefoniczne linie rzucania palenia, może mieć duże znaczenie w procesie udzielania pomocy palaczom w zmianie ich zachowań. Strony powinny mieć świadomość, że zwiększone zapotrzebowanie na usługi związane z rzucaniem palenia mogą wymagać dodatkowych środków.

### *Język*

Zgodnie z Artykułem 11.3 Konwencji każda ze Stron powinna wprowadzić obowiązek umieszczenia ostrzeżeń i innych informacji tekstowych, o których mowa w Artykule 11.1(b) oraz Artykule 11.2, na każdej jednostkowej paczce lub opakowaniu wyrobów tytoniowych, jak również na każdym zewnętrznym opakowaniu i etykiecie takich wyrobów w głównym języku lub językach używanych w danym kraju.

W jurysdykcjach, w obrębie których używanych jest więcej niż jeden języków głównych, ostrzeżenia i informacje zdrowotne mogą się pojawiać na każdej z głównych powierzchni ekspozycyjnych w więcej niż jednym języku lub, ewentualnie, na poszczególnych głównych powierzchniach ekspozycyjnych mogą być umieszczane inne wersje językowe informacji. W odpowiednich przypadkach możliwe jest również stosowanie różnych języków lub kombinacji językowych w odniesieniu do różnych regionów danej jurysdykcji.

### *Odniesienia do źródeł*

Podanie odniesienia do źródeł określa dane lub informacje, na których opierają się ostrzeżenia i informacje zdrowotne umieszczane na opakowaniach wyrobów tytoniowych. Jednak opinie na temat tego, czy odniesienia te powinny stanowić część ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, są podzielone. Niektóre jurysdykcje podają odniesienia do źródeł w celu podniesienia

wiarygodności ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, podczas gdy inne zdecydowały się nie włączać do nich odniesień do źródeł z obawy, że mogą one zmniejszyć skuteczność ostrzeżeń. W przypadkach, kiedy wymaga się podania odniesień do źródeł, są one zazwyczaj umieszczane na końcu ostrzeżeń zdrowotnych i napisane mniejszą czcionką niż reszta informacji. Ostatecznie to specyficzne uwarunkowania każdej ze Stron, takie jak przekonania i poglądy docelowych grup społeczeństwa będą decydowały o tym, czy wykorzystanie odniesień do źródeł podniesie wiarygodność czy być może zmniejszy skuteczność ostrzeżeń zdrowotnych.

W przypadku, kiedy wymagane będzie podanie odniesienia do źródła, powinno ono określać źródło wiarygodnej ekspertyzy, takie jak organy państwowej służby zdrowia. Odniesienia do źródeł powinny być odpowiednio małe, tak aby nie zakłócać ogólnej zauważalności i odbioru informacji, ale jednocześnie wystarczająco duże, tak aby mogły być czytelne.

### **Informacje na temat składników wyrobów tytoniowych i emitowanych substancji**

Zgodnie z Artykułem 11.2 Konwencji każda pojedyncza paczka i opakowanie wyrobów tytoniowych, a także każde zewnętrzne opakowanie lub etykieta takich produktów powinny, oprócz ostrzeżeń, o których mowa w Artykule 11.1(b), zawierać informacje na temat składników wyrobów tytoniowych i emitowanych substancji zgodnie z postanowieniami władz krajowych.

W ramach wdrażania tego obowiązku Strony powinny wymagać umieszczania na każdej pojedynczej paczce lub opakowaniu wyrobów tytoniowych oświadczeń jakościowych dotyczących emitowanych substancji. Przykłady takich oświadczeń to, między innymi, „dym z tych papierosów zawiera benzen, znaną substancję rakotwórczą” oraz „palenie naraża na działanie ponad 60 rakotwórczych substancji chemicznych”. Strony powinny również wprowadzić obowiązek umieszczania takich informacji w obrębie głównych powierzchni ekspozycyjnych lub na alternatywnych powierzchniach (takich jak boczne strony opakowania) w miejscach niezajmowanych przez ostrzeżenia i informacje zdrowotne.

Strony nie powinny wymagać umieszczania na wyrobach tytoniowych informacji ilościowych lub jakościowych dotyczących składników wyrobów tytoniowych i emitowanych substancji, które mogłyby sugerować, że wyroby jednej marki są mniej szkodliwe niż innej, takich jak zawartość nikotyny oraz tlenu węgla oraz zdania w stylu „papierosy te zawierają mniejsze ilości nitrozoamin”.

Powyższe trzy akapity należy czytać w połączeniu z akapitami znajdującymi się poniżej, które dotyczą zapobiegania mylącemu i wprowadzającemu w błąd opakowaniu i oznakowaniu wyrobów tytoniowych.

## **OPRACOWANIE SKUTECZNYCH WYMOGÓW DOTYCZĄCYCH SPOSOBU OPAKOWANIA I OZNAKOWANIA WYROBÓW TYTONIOWYCH**

### **Czynniki dotyczące kategorii wyrobów**

Artykuł 11.1(b) Konwencji nakłada na Strony obowiązek przyjęcia i wdrożenia skutecznych środków w celu zagwarantowania, że każda pojedyncza paczka lub opakowanie wyrobów tytoniowych, a także każde zewnętrzne opakowanie i etykieta takich wyrobów zawiera ostrzeżenia i informacje zdrowotne. Nie przewiduje się jakichkolwiek zwolnień od tego

obowiązku w odniesieniu do firm lub marek o niewielkim zakresie działania lub różnych rodzajów wyrobów tytoniowych. Strony powinny rozważyć wprowadzenie wymogu stosowania różnych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych dla różnych rodzajów wyrobów tytoniowych takich jak: papierosy, cygara, tytoń bezdymny, tytoń fajkowy, papierosy bidi lub tytoń do fajek wodnych, w celu silniejszego skoncentrowania się na konkretnych skutkach zdrowotnych wynikających z używania każdego z wyrobów.

### **Rodzaje opakowań**

Strony powinny w pełni zdawać sobie sprawę z różnorodności opakowań wyrobów tytoniowych funkcjonujących w obrębie ich jurysdykcji oraz powinny wskazywać sposób umieszczania proponowanych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych na każdym z rodzajów i kształtów opakowań takich jak: puszki, pudełka, torebki, opakowania otwierane do góry, opakowania rozsuwane i opakowania usztywnione, kartony, przejrzyste owijki, opakowania przezroczyste lub opakowania do pojedynczych wyrobów.

### **Docelowe grupy społeczeństwa**

Strony powinny rozważyć możliwość zaprojektowania ostrzeżeń, które będą adresowane do określonych grup, na przykład młodzieży, oraz zastosowanie licznych ostrzeżeń zdrowotnych podlegających rotacji.

### **Wstępne testowanie**

W zależności od dostępnych środków i możliwości czasowych Strony powinny rozważyć przeprowadzenie wstępnego testowania ostrzeżeń i informacji zdrowotnych w celu dokonania oceny skuteczności ich wpływu na docelowe grupy społeczeństwa. Testy te pozwolą na identyfikację niezamierzonych rezultatów takich działań, jak nieumyślne zwiększenie chęci palenia, oraz ocenę ich kulturowej adekwatności. Pod uwagę należy również wziąć zaproszenie do uczestnictwa w tym procesie organizacji społeczeństwa obywatelskiego niezwiązanych z branżą tytoniową. Ostatecznie koszty wstępnego testowania ostrzeżeń będą niższe niż koszty późniejszego podejmowania środków prawnych.

Należy zauważyć, że powyższe testowanie nie musi być długoterminowe, rozbudowane ani kosztowne. Cennych informacji dostarczają pojedyncze grupy fokusowe w obrębie docelowej populacji, a ich szybką i niedrogą alternatywą są wywiady internetowe. Wstępne testowanie ostrzeżeń można przeprowadzać równoległe z opracowywaniem środków prawnych w celu uniknięcia nieuzasadnionego opóźnienia w ich wdrożeniu.

### **Informowanie i zaangażowanie społeczeństwa**

Strony powinny informować społeczeństwo o propozycjach wprowadzania nowych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych. Wsparcie ze strony społeczeństwa pomoże im w procesie ich wprowadzania. Niemniej Strony powinny zagwarantować, że działania związane z informowaniem i angażowaniem społeczeństwa nie wpłyną w nieuzasadniony sposób na opóźnienie wdrożenia Konwencji.

## Wspomaganie procesu przekazywania informacji

Skuteczność nowych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych jest większa, jeśli ich wprowadzanie jest połączone z szeroką i nieprzerwaną kampanią informowania i edukowania społeczeństwa. W związku z powyższym, mediom należy dostarczać aktualnych informacji z uwagi na fakt, że relacje w mediach mogą zwiększyć edukacyjną skuteczność nowych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych.

## **OPRACOWANIE SKUTECZNYCH OGRANICZEŃ DOTYCZĄCYCH SPOSOBU OPAKOWANIA I OZNAKOWANIA WYROBÓW TYTONIOWYCH**

### **Zapobieganie mylącemu lub wprowadzającemu w błąd opakowaniu i oznakowaniu wyrobów tytoniowych**

Artykuł 11.1(a) Konwencji nakłada na Strony wymóg przyjęcia i wdrożenia, zgodnie z prawem krajowym, skutecznych środków mających na celu zapewnienie, że opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych nie służą do promowania wyrobów tytoniowych przy wykorzystaniu jakichkolwiek sposobów, które dostarczają fałszywych, mylących lub wprowadzających w błąd informacji lub które mogą przyczynić się do powstania błędnego wyobrażenia na temat cech danego wyrobu, skutków zdrowotnych, zagrożeń lub emitowanych substancji. Sposoby te obejmują jakiegokolwiek pojęcia, kluczowe wyrażenia, znaki handlowe, oznaczenia graficzne lub inne znaki, które bezpośrednio lub pośrednio przyczyniają się do powstania mylnego wrażenia, że dany wyrób tytoniowy jest mniej szkodliwy niż inne. Obejmują one wyrażenia takie jak: „niska zawartość substancji smolistych”, „light” (lekkie), „ultra-light” lub „mild” (łagodne), przy czym wyrażenia te nie wyczerpują listy podobnych określeń. W ramach wdrażania zobowiązań wynikających z Artykułu 11.1(a) nie ogranicza się Stron do zakazywania wspomnianych terminów, gdyż powinny one zabraniać stosowania określeń, takich jak „extra”, „ultra” i podobnych dostępnych w jakimkolwiek języku, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd.

Ponadto Strony powinny zabraniać podawania danych liczbowych dotyczących emisji określonych substancji (takich jak substancje smoliste, nikotyna oraz tlenek węgla) na opakowaniach i oznakowaniach wyrobów tytoniowych, w tym również podawania ich jako elementów nazw marek lub znaków handlowych. Wynika to z faktu, że dane dotyczące emisji substancji smolistych, nikotyny i innych pyłów tytoniowych uzyskane na podstawie testów przeprowadzonych na maszynie do palenia papierosów nie pozwalają na prawidłowe oszacowanie narażenia człowieka na dym tytoniowy. Ponadto nie istnieją rozstrzygające dowody, zarówno epidemiologiczne, jak i naukowe, że papierosy, w przypadku których zanotowano niższe wartości maszynowo wygenerowanego dymu tytoniowego, są mniej szkodliwe niż te, w przypadku których wartości te były wyższe. Wprowadzenie na rynek papierosów, w odniesieniu do których określono zawartość substancji smolistych oraz nikotyny, przyczyniło się do powstania mylnego przekonania, że papierosy te są mniej szkodliwe.

Strony powinny zapobiegać umieszczaniu terminu ważności na opakowaniach i etykietach wyrobów tytoniowych w przypadkach, gdy praktyka ta wprowadza w błąd i zwodzi konsumentów, którzy dochodzą do wniosku, że spożycie wyrobów tytoniowych jest bezpieczne.

## **Jednolite zwykłe opakowania**

Strony powinny rozważyć przyjęcie środków mających na celu ograniczenie lub zakaz wykorzystywania na opakowaniach logo, kolorów, wizerunków marki lub informacji promocyjnych innych niż nazwy marek i nazwy wyrobów napisanych w standardowym kolorze i standardową czcionką (jednolite zwykłe opakowania). Działania takie mogą zwiększyć zauważalność i skuteczność ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, zapobiec odciążaniu od nich uwagi na skutek wyglądu opakowania oraz przeciwstawić się technikom projektowania w branży opakowaniowej, które mogą sugerować, że niektóre wyroby są mniej szkodliwe niż inne.

## **ŚRODKI PRAWNE**

### **Opracowanie**

Podczas opracowywania środków prawnych dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych Strony powinny uwzględnić kwestie takie jak, na przykład, kto będzie ponosił odpowiedzialność za ich realizację, a także mieć na uwadze dostępne koncepcje w zakresie zapewnienia przestrzegania i realizacji tych środków oraz zaangażowane szczeble władzy.

### **Realizacja**

Strony powinny określić organ lub organy władzy odpowiedzialne za nadzór nad procesem wdrożenia środków dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych. Powinny również uwzględnić udzielenie zapewnienia, że odpowiednie organy władzy odpowiedzialne za kwestie związane z kontrolą tytoniową jednocześnie odpowiadają za wykonanie środków prawnych. W przypadku, kiedy odpowiedzialność za wykonanie środków prawnych spoczywa na innym organie władzy, odpowiednie organy służby zdrowia powinny dostarczyć stosownych informacji dotyczących sposobu oznakowania wyrobów.

### **Zakres**

Strony powinny zapewnić, że przepisy dotyczące sposobu opakowania i oznakowania związane z Artykułem 11 Konwencji będą w równym stopniu odnosić się do wszystkich wyrobów tytoniowych sprzedawanych w obrębie danej jurysdykcji oraz że nie zostanie dokonane jakiegokolwiek rozróżnienie pomiędzy wyrobami produkowanymi w danym kraju, wyrobami importowanymi lub tymi przeznaczonymi do sprzedaży wolnocłowej w obrębie danej jurysdykcji. Strony powinny uwzględnić okoliczności, w jakich środki te będą odnosiły się do wyrobów eksportowanych.

### **Koszty**

Strony powinny zagwarantować, że koszty umieszczania ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, jak również informacji na temat składników oraz emitowanych substancji na opakowaniach wyrobów tytoniowych, ponosi branża tytoniowa.



## Odpowiedzialność

Zgodnie z Artykułem 19 Konwencji Strony powinny uwzględnić wprowadzenie przepisów, które będą wyraźnie stwierdzały, że wymóg umieszczania na opakowaniach ostrzeżeń i informacji zdrowotnych lub przekazywania innych informacji na temat wyrobów tytoniowych nie zwalania firm z branży tytoniowej z jakiegokolwiek obowiązku ani nie ogranicza zakresu jakiegokolwiek obowiązku, w tym, między innymi, obowiązku ostrzegania konsumentów o zagrożeniach zdrowia wynikających z używania tytoniu oraz narażenia na dym tytoniowy.

## Szczególne postanowienia

Strony powinny zagwarantować, że w odniesieniu do środków prawnych zostaną dostarczone jasne i szczegółowe specyfikacje w celu ograniczenia możliwości producentów i importerów wyrobów tytoniowych do naruszania norm podczas wdrażania ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, jak również w celu zapobiegania rozbieżnościom między wyrobami tytoniowymi. Podczas opracowywania wspomnianych środków Strony powinny przeanalizować, między innymi, następujące zagadnienia:

- opakowania i wyroby (proszę odnieść się do akapitu powyżej mówiącego o rodzajach opakowań);
- język(i), w jakim mają być sformułowane nakazane ostrzeżenia i informacje zdrowotne oraz informacje na temat składników i emitowanych substancji umieszczane na opakowaniach, w tym kwestie stosowania języków w przypadku, kiedy jest ich więcej niż jeden;
- praktyki rotacyjne i ramy czasowe, w tym ilość ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, które mają się ukazać jednocześnie, jak również określenie okresów przejściowych i ostatecznych terminów, w których muszą ukazać się nowe ostrzeżenia i informacje zdrowotne;
- praktyki dystrybucyjne, podejmowane w celu uzyskania jednolitej ekspozycji ostrzeżeń i informacji zdrowotnych na opakowaniach detalicznych nie tylko w odniesieniu do każdej rodziny marek, ale również w odniesieniu do każdej marki w obrębie danej rodziny marek oraz każdego rozmiaru i rodzaju opakowania;
- sposób, w jaki faktycznie powinny być rozmieszczone na opakowaniach elementy tekstowe, ilustracje i piktogramy wchodzące w skład ostrzeżeń i informacji zdrowotnych (w tym: określenie ich umiejscowienia, treści, rozmiaru, kolorystyki, czcionki, układu, jakości druku), w tym wkładki, informacje zewnętrzne i wewnętrzne;
- w odpowiednich przypadkach, różne ostrzeżenia i informacje zdrowotne dla różnych rodzajów wyrobów tytoniowych;
- w odpowiednich przypadkach odniesienie do źródła, w tym jego umiejscowienie, treść i czcionka (podobne szczegóły jak w przypadku samych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych); oraz
- zakaz promowania wyrobów przy wykorzystaniu środków, które w jakikolwiek sposób dostarczają fałszywych, mylących lub wprowadzających w błąd informacji

bądź mogą przyczynić się do powstania błędnego wyobrażenia zgodnie z Artykułem 11.1(a) Konwencji.

### **Dokumenty źródłowe**

Strony powinny uwzględnić dostarczenie „dokumentów źródłowych”, które zawierają wysokiej jakości wizualne przykłady sposobu umieszczenia ostrzeżeń i informacji zdrowotnych oraz innych komunikatów na opakowaniach. Dokumenty źródłowe są szczególnie przydatne w przypadkach, kiedy język zastosowany w treści środków prawnych nie jest wystarczająco jasny.

### **Naklejki i banderole**

Strony powinny zapewnić, że naklejki, nalepki, elementy nasuwane na opakowania, banderole, etykiety w formie rękawa, folie oraz wkładki i zewnętrzne informacje promocyjne producentów wyrobów tytoniowych nie zasłaniają i nie zamazują ostrzeżeń i informacji zdrowotnych ani nie zmniejszają ich zauważalności. Na przykład, naklejek można używać tylko wtedy, kiedy nie jest możliwe ich usunięcie oraz wtedy, kiedy znajdują się na opakowaniach metalowych lub drewnianych, które zawierają wyroby inne niż papierosy.

### **Odpowiedzialność prawna za przestrzeganie środków**

Strony powinny określić, że odpowiedzialność prawną za przestrzeganie środków dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych ponoszą producenci, importerzy, sprzedawcy hurtowi i detaliczni wyrobów tytoniowych.

### **Kary**

Aby zapobiec nieprzestrzeganiu prawa, Strony powinny określić zakres grzywien lub innych kar adekwatnych do powagi naruszeń lub powtarzającego się charakteru naruszenia.

Strony powinny uwzględnić wprowadzenie jakichkolwiek innych kar zgodnych z systemem prawnym i kulturowym każdej z nich, które mogą uwzględniać powstawanie i popełnianie przestępstw oraz zawieszenie, ograniczenie lub cofnięcie pozwoleń na prowadzenie działalności i pozwoleń na import.

### **Uprawnienia wykonawcze**

Strony powinny uwzględnić przyznanie organom wykonawczym prawa do nakazywania osobom dopuszczającym się naruszeń wycofania niespełniających wymogów wyrobów tytoniowych, a także do rekompensaty wszystkich kosztów wynikających z wycofania wyrobów, jak również prawa do nałożenia jakichkolwiek sankcji, które zostaną uznane za odpowiednie, w tym konfiskaty i zniszczenia wyrobów niespełniających określonych wymogów. Ponadto Strony powinny uwzględnić podawanie do wiadomości publicznej nazwisk osób dopuszczających się naruszeń oraz charakteru popełnianych wykroczeń.

### **Ostateczny termin dostarczenie wyrobów**

W celu zagwarantowania terminowego wprowadzenia ostrzeżeń i informacji zdrowotnych należy określić jedyny ostateczny termin, w którym producenci, importerzy, sprzedawcy hurtowi i detaliczni są zobowiązani dostarczyć wyłącznie takie wyroby tytoniowe, które spełniają nowe wymogi. Wyznaczony okres musi spełniać tylko jeden warunek: być

wystarczająco długi, aby umożliwić producentom i importerom zorganizowanie druku nowych opakowań. Uznano, że czas, który nie przekracza 12 miesięcy od daty wprowadzenia w życie środka prawnego, w większości przypadków powinien być wystarczający.

## Podsumowanie

Strony powinny zdać sobie sprawę, że opracowanie środków prawnych dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych nie jest zadaniem jednorazowym. Środki prawne powinny podlegać okresowej weryfikacji i aktualizacji z uwagi na pojawianie się nowych dowodów oraz wyczerpywanie się skuteczności określonych ostrzeżeń i informacji zdrowotnych. Podczas przeprowadzania okresowych weryfikacji lub aktualizacji Strony powinny wziąć pod uwagę swoje doświadczenia w wykorzystywaniu własnych środków dotyczących sposobu opakowania i oznakowania, doświadczenia innych jurysdykcji, jak również praktyki branży tytoniowej w tej dziedzinie. Wspomniane weryfikacje lub aktualizacje mogą okazać się przydatne w procesie identyfikowania słabości i luk prawnych oraz zwracania uwagi na obszary, w których należałoby uprościć język użyty do określenia środków prawnych.

## EGZEKWOWANIE PRZEPISÓW

### Narzędzia i budżet

Strony powinny mieć na uwadze udzielenie zapewnienia, że istnieją odpowiednie narzędzia niezbędne do przestrzegania i egzekwowania przepisów. Ponadto Strony powinny uwzględnić odpowiedni budżet na takie działania.

### Strategie

W celu podniesienia poziomu przestrzegania przepisów Strony powinny informować zainteresowane podmioty o wymogach danego przepisu zanim wejdzie on w życie. Z uwagi na zróżnicowanie zainteresowanych stron (na przykład producenci, importerzy lub sprzedawcy detaliczni wyrobów tytoniowych) być może konieczne będzie zastosowanie różnych strategii.

Strony powinny uwzględnić zatrudnienie inspektorów lub urzędników odpowiedzialnych za egzekwowanie prawa, którzy zajęliby się przeprowadzaniem regularnych wyrywkowych kontroli wyrobów tytoniowych w miejscach ich produkcji i importu, jak również w punktach sprzedaży w celu zagwarantowania, że sposoby opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych są zgodne z prawem. Być może nie będzie konieczne stworzenie nowego systemu kontroli, jeśli dostępne są mechanizmy, które można rozszerzyć o wymagane kontrole terenów lub lokali przedsiębiorstw. W stosownych przypadkach należy poinformować zainteresowane strony o konieczności przeprowadzenia regularnych kontroli wyrywkowych w punktach sprzedaży.

### Reakcja na nieprzestrzeganie przepisów

Strony powinny zagwarantować, że ich organy odpowiedzialne za egzekwowanie przepisów są przygotowane do szybkiego i stanowczego reagowania na przypadki ich nieprzestrzegania. Zdecydowane reagowanie w odpowiednim czasie na pierwsze przypadki łamania prawa będzie dowodem na to, że wymaga się przestrzegania przepisów i umożliwi ono ich egzekwowanie w przyszłości. Strony powinny wziąć pod uwagę przekazywanie informacji o wynikach podjętych kroków prawnych do wiadomości publicznej w celu dobitnego zakomunikowania, że

w przypadkach nieprzestrzegania przepisów będą prowadzone postępowania wyjaśniające oraz podejmowane inne odpowiednie kroki.

### **Skargi**

Strony powinny uwzględnić zachęcanie społeczeństwa do zgłaszania naruszeń przepisów w celu dalszego propagowania idei przestrzegania prawa. Pomocnym może się okazać ustanowienie wykonawczej jednostki kontaktowej, do której będzie można zgłaszać przypadki domniemanego nieprzestrzegania przepisów. Strony powinny zagwarantować terminowość i dokładność sprawdzania i badania skarg.

## **MONITORING I OCENA ŚRODKÓW DOTYCZĄCYCH SPOSOBU OPAKOWANIA I OZNAKOWANIA WYROBÓW TYTONIOWYCH**

Strony powinny rozważyć monitorowanie i poddanie ocenie swoich środków dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych w celu oszacowania ich skuteczności, jak również zidentyfikowania obszarów wymagających ulepszenia. Ponadto monitoring i ocena przyczyniają się do powiększenia zasobu dowodów, które mogą wspomóc inne Strony w procesie wdrażania własnych środków dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych.

Monitorowanie przestrzegania przepisów przez branżę tytoniową powinno zostać rozpoczęte niezwłocznie po wejściu w życie środków prawnych i od tego momentu być nieprzerwanie kontynuowane.

### **Wpływ na grupy społeczne**

Duże znaczenie dla skuteczności przepisów ma dokonanie oceny wpływu środków dotyczących opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych na docelowe grupy społeczne. Strony powinny uwzględnić ocenę aspektów takich jak: zauważalność, zrozumienie, wiarygodność, charakter informacyjny, zapadalność w pamięć oraz stosowność ostrzeżeń i informacji zdrowotnych, a także takich jak wiedza na temat kwestii zdrowotnych i dostrzeganie zagrożeń zdrowia, zamiary zmiany zachowania oraz jego faktyczne zmiany.

### **Ocena wstępna i oceny kontrolne**

Strony powinny uwzględnić przyjęcie strategii oceny wpływu środków dotyczących sposobu opakowania i oznakowania zarówno przed, jak i w regularnych odstępach czasu po ich wdrożeniu.

### **Zasoby**

Zakres i złożoność działań związanych z oceną wpływu środków dotyczących sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych będą się różniły między Stronami w zależności od ich celów oraz dostępnych zasobów i wiedzy w tym zakresie.

## Rozpowszechnianie

Strony powinny wziąć pod uwagę opublikowanie lub udostępnienie innym Stronom oraz społeczeństwu wyników działań związanych z monitorowaniem przestrzegania przepisów i oceny ich skuteczności.

## WSPÓŁPRACA MIĘDZYNARODOWA

Dla osiągnięcia postępów w tak niezwykle ważnej i podlegającej ciągłym zmianom dziedzinie jak kontrola rynku wyrobów tytoniowych niezbędna jest współpraca międzynarodowa. Kilka artykułów Konwencji dotyczy wymiany informacji i doświadczeń w tym zakresie w celu propagowania jej wdrożenia, zwracając szczególną uwagę na potrzeby krajów rozwijających się oraz Stron znajdujących się w okresie przemian gospodarczych. Współpraca Stron w celu propagowania wymiany technicznej, naukowej i prawnej wiedzy oraz technologii zgodnie z Artykułem 22 wzmocniłaby możliwości ogólnościatowego wdrożenia Artykułu 11 Konwencji. Przykładem takiej współpracy może być szybkie, bezproblemowe i darmowe udostępnienie przez Strony licencji innym jurysdykcjom usiłującym wykorzystać ich obrazkowe ostrzeżenia zdrowotne. Ponadto współpraca międzynarodowa pomogłaby zagwarantować możliwość ogólnościatowego udostępniania spójnych i dokładnych informacji na temat wyrobów tytoniowych.

Strony powinny dołożyć wszelkich starań, aby wymieniać między sobą specjalistyczną prawną i inną wiedzę w celu reagowania na argumenty branży tytoniowej przeciwko środkom dotyczącym sposobu opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych.

Strony powinny rozważyć analizę raportów przygotowanych przez inne Strony zgodnie z Artykułem 21 Konwencji w celu rozszerzenia swojej wiedzy na temat międzynarodowych doświadczeń w zakresie opakowania i oznakowania wyrobów tytoniowych.



# Wytyczne dotyczące wdrożenia **Artykuł 13**





## WYTYCZNE DOTYCZĄCE WDROŻENIA ARTYKUŁU 13 RAMOWEJ KONWENCJI WHO O OGRANICZENIU UŻYCIA TYTONIU

### REKLAMA I PROMOCJA WYROBÓW TYTONIOWYCH ORAZ FORMY SPONSOROWANIA PRZEZ BRANŻĘ TYTONIOWĄ

#### FUNKCJE I CELE

Niniejsze wytyczne mają na celu wspieranie Stron w realizacji ich zobowiązań wynikających z Artykułu 13 Ramowej Konwencji WHO o Ograniczeniu Użycia Tytoniu. Nawiązują one do najlepszych dostępnych dowodów oraz doświadczeń Stron, które z powodzeniem wdrożyły skuteczne środki przeciwdziałania reklamie i promocji wyrobów tytoniowych oraz formom sponsorowania przez branżę tytoniową. Wytyczne zawierają wskazówki dla Stron dotyczące wdrażania i egzekwowania kompleksowego zakazu reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową lub, w przypadku Stron, które nie są w stanie zobowiązać się do wprowadzenia kompleksowego zakazu z uwagi na ich konstytucje lub zasady konstytucyjne, wskazówki dotyczące zastosowania możliwie najszybszych ograniczeń w zakresie reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz form sponsorowania przez branżę tytoniową.

Niniejsze wytyczne zawierają wskazówki w zakresie najlepszych sposobów wdrażania Artykułu 13 Konwencji w celu skutecznego wyeliminowania zjawiska reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową zarówno na szczeblu krajowym, jak i międzynarodowym.

Zastosowanie mają następujące zasady:

- (a) Udowodniono, że reklama i promocja wyrobów tytoniowych oraz formy sponsorowania przez branżę tytoniową zwiększają użycie tytoniu oraz że kompleksowe zakazy takich działań użycie to zmniejszają.
- (b) Zgodnie z ustaleniami Stron Konwencji zawartymi w Artykule 13.1 oraz 13.2 skuteczny zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową powinien być *kompleksowy* oraz odnosić się do *wszystkich* form reklamy, promocji i sponsorowania.
- (c) Zgodnie z definicjami w Artykule 1 Konwencji kompleksowy zakaz jakiegokolwiek reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową dotyczy *wszystkich* form *przekazów handlowych, zaleceń lub działań*, a także wszystkich form *wspierania* jakichkolwiek imprez, działań lub osób *w celu, z zamiarem bądź prawdopodobnym zamiarem bezpośredniego lub pośredniego* promowania wyrobu tytoniowego lub używania tytoniu.
- (d) Kompleksowy zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową powinien obejmować *reklamę, promocję i sponsorowanie o charakterze ponadgranicznym*. Działania te obejmują zarówno formy reklamy, promocji i sponsorowania wychodzącego (formy pochodzące lub powstałe na terytorium danej Strony), jak i formy reklamy, promocji i sponsorowania przychodzącego (formy wkraczające na terytorium Strony z zewnątrz).

- (e) Aby był on skuteczny, kompleksowy zakaz powinien dotyczyć *wszystkich osób lub podmiotów* zaangażowanych w produkcję, prezentację i/lub rozpowszechnianie form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz form sponsorowania przez branżę tytoniową.
- (f) Niezbędnym dla procesu wdrożenia kompleksowego zakazu reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową jest jego *skuteczne monitorowanie, egzekwowanie oraz odpowiednie sankcje*, których realizację wspomogą i ułatwią zdecydowane *programy edukacji publicznej i świadomości społecznej*.
- (g) *Spółeczeństwo obywatelskie* odgrywa zasadniczą rolę w procesie wspierania, opracowywania i zapewniania przestrzegania przepisów dotyczących reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową i powinno zostać włączone w ten proces jako aktywny partner.
- (h) Skuteczna *współpraca międzynarodowa* ma zasadnicze znaczenie dla wyeliminowania reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową zarówno na poziomie krajowym, jak i ponadgranicznym.

## ZAKRES KOMPLEKSOWEGO ZAKAZU

Zakres kompleksowego zakazu reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową został ogólnie przedstawiony w części „Ogólny zarys” poniżej, natomiast części od „Sprzedaż detaliczna i prezentacja” do „Komunikacja w branży tytoniowej” dotyczą aspektów, które mogłyby stanowić szczególne wyzwanie dla organów nadzorujących w procesie wdrażania kompleksowego zakazu.

### Ogólny zarys

Zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową jest skuteczny tylko wtedy, gdy ma szeroki zakres. Współczesna komunikacja marketingowa wymaga zintegrowanego podejścia do reklamy i promocji kupna i sprzedaży towarów, które obejmuje marketing bezpośredni, public relations, promocję sprzedaży, sprzedaż osobistą oraz internetowe interaktywne metody marketingu. Jeśli zostaną zakazane tylko niektóre formy bezpośredniej reklamy wyrobów tytoniowych, branża tytoniowa na pewno przesunie swoje wydatki na inne strategie reklamy, promocji i sponsorowania, wykorzystując przy tym kreatywne i okężne sposoby promowania wyrobów tytoniowych i użycia tytoniu, zwłaszcza wśród młodych ludzi.

W związku z powyższym, rezultaty częściowego zakazu reklamy używania tytoniu będą ograniczone. Zostało to uznane w Artykule 13 Konwencji, który określa podstawowy obowiązek zakazania reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową. Zgodnie z Artykułem 13.1 Konwencji „Strony zdają sobie sprawę, że kompleksowy zakaz reklamy, promocji i sponsorowania ograniczyłby konsumpcję wyrobów tytoniowych”.

W celu wdrożenia kompleksowego zakazu określonego w Artykułach 13.1 oraz 13.2 Konwencji Strony powinny zakazać reklamy, promocji i sponsorowania zgodnie z definicją zawartą w Artykule 1(c) i (g) Konwencji. Artykuł 1(c) definiuje „reklamę i promocję wyrobów

tytoniowych” jako „jakąkolwiek formę przekazów handlowych, zaleceń lub działań w celu, z zamiarem lub prawdopodobnym zamiarem bezpośredniego lub pośredniego promowania wyrobu tytoniowego bądź używania tytoniu”. Artykuł 1(g) definiuje „sponsorowanie przez branżę tytoniową” jako „jakąkolwiek formę wspierania jakiejkolwiek imprezy, działania lub osoby w celu, z zamiarem lub prawdopodobnym zamiarem bezpośredniego lub pośredniego promowania wyrobu tytoniowego bądź używania tytoniu”.

Ważne jest, aby zauważyć, że zarówno „reklama i promocja wyrobów tytoniowych”, jak i „sponsorowanie przez branżę tytoniową” obejmują promocję nie tylko określonych wyrobów tytoniowych, ale również używania tytoniu w ogóle, a także nie tylko działania, których celem jest promocja, ale również te, które mają lub prawdopodobnie będą miały taki skutek, oraz nie tylko promocję bezpośrednią, ale również pośrednią. „Reklama i promocja wyrobów tytoniowych” nie ogranicza się tylko do „przekazów”, ale obejmuje również „zalecenia” i „działania”, które z kolei obejmują co najmniej następujące kategorie: (a) rozmaite uzgodnienia dotyczące sprzedaży i/lub dystrybucji<sup>9</sup>; (b) ukryte formy reklamy lub promocji, takie jak włączenie wyrobów tytoniowych lub używania tytoniu do treści pojawiających się w mediach; (c) kojarzenie w różny sposób wyrobów tytoniowych z jakimikolwiek imprezami lub innymi produktami; (d) promocyjny charakter opakowań i projektu wyrobów; oraz (e) produkcja i dystrybucja przedmiotów, takich jak słodycze i zabawki lub inne produkty, które przypominają papierosy lub inne wyroby tytoniowe.<sup>1</sup> Należy również zauważyć, że definicja „sponsorowania przez branżę tytoniową” obejmuje „jakąkolwiek formę wsparcia”, finansowego lub innego, bez względu na to, jak i czy wsparcie to zostało potwierdzone lub podane do wiadomości publicznej.

Efekty promocyjne, zarówno bezpośrednie, jak i pośrednie, można osiągnąć przy użyciu słów, wzorów, wizerunków, dźwięków i kolorów, w tym nazw marek, znaków handlowych, logo, nazw producentów lub importerów wyrobów tytoniowych, a także kolorów lub układów kolorów kojarzonych z wyrobami tytoniowymi oraz ich producentami bądź importerami, lub przy użyciu elementu bądź elementów słów, wzorów, wizerunków i kolorów. Sama promocja firm z branży tytoniowej (czasami nazywana promocją korporacyjną) to forma promowania wyrobów tytoniowych lub używania tytoniu, nawet jeśli nie obejmuje ona prezentacji nazw marek lub znaków handlowych. Reklama, w tym prezentacja i sponsorowanie akcesoriów dla palaczy, takich jak bibułki do papierosów, filtry i przyrządy do zwijania papierosów, jak również imitacje wyrobów tytoniowych, również mogą przynieść skutek w postaci promowania wyrobów tytoniowych lub używania tytoniu.

Przepisy prawne nie powinny zawierać list zakazanych działań, które są lub mogłyby być interpretowane jako wyczerpujące bądź kompletne. Mimo że podawanie przykładów zakazanych działań jest często przydatne, w przypadku ich faktycznego podania należy wyraźnie zaznaczyć, że są to jedynie przykłady i nie obejmują one wszystkich zakazanych działań. Można to zrobić dzięki zastosowaniu wyrażen, takich jak „w tym, między innymi”, lub wieloznacznych wyrażen, takich jak „lub jakakolwiek inna forma reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową”.

<sup>1</sup> Na przykład: programy motywacyjne dla sprzedawców detalicznych, prezentowanie wyrobów w punktach sprzedaży, loterie, darmowe upominki, darmowe próbki, zniżki, konkursy (bez względu na to, czy wymagany jest zakup wyrobów tytoniowych) oraz promocje motywacyjne lub programy lojalnościowe, np. wymienialne kupony dołączane do zakupionych wyrobów tytoniowych.

Orientacyjna (niewyczerpująca) lista form reklamy, promocji i sponsorowania objętych zakazem w Artykule 13 Konwencji została dołączona jako uzupełnienie niniejszych wytycznych.

### *Zalecenia*

Kompleksowy zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową powinien obejmować:

- wszystkie działania reklamowe i promocyjne, jak również sponsorowanie, bez jakichkolwiek wyjątków;
- bezpośrednią i pośrednią reklamę, promocję i sponsorowanie;
- działania, które mają na celu promowanie oraz działania, które przynoszą lub prawdopodobnie przyniosą efekt promocyjny;
- promowanie wyrobów tytoniowych i używania tytoniu;
- przekazy, zalecenia i działania reklamowe;
- jakiegokolwiek wsparcie dla jakiegokolwiek imprezy, działania lub osoby;
- reklamę i promocję nazw marek z branży tytoniowej oraz wszelką promocję korporacyjną; oraz
- tradycyjne media (prasa, telewizja i radio) oraz wszelkie platformy medialne, w tym Internet, telefonie komórkowe i inne nowe technologie oraz filmy.

### **Sprzedaż detaliczna i prezentacja**

Prezentowanie wyrobów tytoniowych w punktach sprzedaży samo w sobie stanowi formę ich reklamy i promocji. Wystawianie wyrobów tytoniowych w widocznych miejscach jest głównym środkiem promowania wyrobów tytoniowych i nałogu palenia, między innymi poprzez stymulowanie nieplanowanych zakupów wyrobów tytoniowych, kreowaniu wrażenia, że palenie jest społecznie akceptowalne oraz utrudnianie palaczom rzucenia nałogu. Na promocyjne efekty umieszczania wyrobów w widocznych miejscach podatni są zwłaszcza młodzi ludzie.

W celu zagwarantowania, że punkty sprzedaży nie będą w jakikolwiek sposób promowały wyrobów tytoniowych Strony powinny wprowadzić całkowity zakaz ich prezentowania i umieszczania w widocznych miejscach w punktach sprzedaży, łącznie z punktami sprzedaży detalicznej oraz sprzedawcami ulicznymi. Zezwala się wyłącznie na prezentowanie tekstowej listy wyrobów i ich cen, bez jakichkolwiek elementów promocyjnych. W odniesieniu do wszystkich aspektów Artykułu 13 Konwencji zakaz dotyczy również promów, samolotów, portów i lotnisk.

Należy zakazać udostępniania automatów do sprzedaży wyrobów tytoniowych, gdyż, ze względu na swój wygląd, stanowią one formę reklamy lub promocji zgodnie z Konwencją.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Zakaz udostępniania automatów do sprzedaży wyrobów tytoniowych z uwagi na fakt, że są one równoznaczne reklamie i promocji, uzupełnia postanowienia Artykułu 16 Konwencji dotyczące ochrony nieletnich. Przykładowe

## Zalecenia

Prezentowanie i umieszczanie wyrobów tytoniowych w widocznych miejscach w punktach sprzedaży stanowi formę reklamy i promocji i z tego powodu działania te powinny być zakazane. Zakazem należy również objąć automaty do sprzedaży, gdyż z uwagi na swój wygląd stanowią one formę reklamy i promocji.

### Opakowanie i cechy wyrobów<sup>3</sup>

Ważnym elementem reklamy i promocji jest opakowanie. Opakowania lub cechy wyrobów tytoniowych są w rozmaity sposób wykorzystywane w celu przyciągnięcia uwagi konsumentów, promowania wyrobów oraz rozwijania i promowania tożsamości marki, na przykład poprzez wykorzystywanie logo, różnych kolorów, czcionek, ilustracji, kształtów i materiałów na lub wewnątrz opakowań lub na jednostkowych papierosach bądź innych wyrobach tytoniowych.

Skutki elementów reklamowych lub promocyjnych umieszczanych na opakowaniach można wyeliminować poprzez wprowadzenie wymogu stosowania ujednoczonych prostych opakowań: zgodnie z wymogami władz krajowych: czarno-białe lub w dwóch innych kontrastujących ze sobą kolorach; brak jakichkolwiek informacji oprócz nazwy marki, nazwy produktu i/lub nazwy producenta, danych kontaktowych oraz ilości wyrobu w opakowaniu; brak jakichkolwiek logo lub innych elementów z wyjątkiem ostrzeżeń zdrowotnych, oznaczeń skarbowych i innych nakazanych przez rząd informacji lub oznaczeń; przepisowy styl i rozmiar czcionki; oraz jednolity kształt, rozmiar i stosowane materiały. Wewnątrz bądź na opakowaniach lub na jednostkowych papierosach bądź innych wyrobach tytoniowych nie powinny pojawiać się jakiegokolwiek elementy reklamowe lub promocyjne.

Jeśli nakaz stosowania jednolitych prostych opakowań nie został jeszcze wprowadzony, ograniczenia powinny objąć możliwie jak najwięcej cech projektu wyrobów tytoniowych, dzięki którym są one bardziej atrakcyjne dla konsumentów, takich jak sylwetki zwierząt lub inne wizerunki, „zabawne” wyrażenia, kolorowe bibułki do papierosów, przyjemny zapach wyrobów, innowacyjne lub sezonowe opakowania.

## Zalecenia

Opakowanie wyrobu i jego projekt to ważne elementy reklamy i promocji. Strony powinny rozważyć przyjęcie wymogów w zakresie stosowania jednolitych prostych opakowań w celu wyeliminowania skutków umieszczania na opakowaniach elementów reklamy i promocji. Opakowania, jednostkowe papierosy i inne wyroby tytoniowe powinny być pozbawione

---

środki opisane w Artykule 16.1 obejmują „zapewnienie, że automaty do sprzedaży wyrobów tytoniowych w obrębie jurysdykcji [każdej ze Stron] nie są udostępnione dla nieletnich oraz że nie promują one sprzedaży wyrobów tytoniowych nieletnim”; zgodnie z Artykułem 16.5 „... Strona może, za pośrednictwem wiążącej deklaracji pisemnej, określić swoje zobowiązanie do zakazania możliwości wprowadzania automatów do sprzedaży wyrobów tytoniowych w obrębie swojej jurysdykcji lub, w odpowiednich przypadkach, do całkowitego zakazu udostępniania automatów do sprzedaży wyrobów tytoniowych”.

<sup>3</sup> Patrz również wytyczne dotyczące wdrożenia Artykułu 11 Konwencji, które porusza kwestię jednolitych prostych opakowań w odniesieniu do ostrzeżeń zdrowotnych i mylących informacji.

jakichkolwiek elementów reklamowych lub promocyjnych, w tym elementów projektu wyrobów, które czynią je atrakcyjnymi.

### **Sprzedaż internetowa**

Nieodłączną częścią sprzedaży internetowej wyrobów tytoniowych jest ich reklama i promocja zgodna z definicją zawartą w Konwencji. Problem ten nie ogranicza się wyłącznie do samej reklamy i promocji, ale obejmuje również sprzedaż nieletnim, uchylanie się od płacenia podatków oraz nielegalny handel.

Najprostszym sposobem uniknięcia reklamy i promocji w Internecie jest wprowadzenie zakazu sprzedaży wyrobów tytoniowych w Internecie.<sup>4</sup> Zakaz ten powinien obejmować nie tylko podmioty, które te wyroby sprzedają, ale również inne podmioty, w tym firmy świadczące usługi w zakresie kart kredytowych, które umożliwiają dokonywanie płatności, wysyłanie i dostarczanie produktów.

W zakresie, w jakim sprzedaż internetowa nie została jeszcze zakazana, należy wprowadzić ograniczenia, zezwalające wyłącznie na tekstowe listy wyrobów i ich cen pozbawione jakichkolwiek rysunków lub elementów promocyjnych (np. jakichkolwiek informacji o niskich cenach).

Z uwagi na ukryty charakter reklamy i promocji wyrobów tytoniowych w Internecie oraz trudności w zidentyfikowaniu i dotarciu do przestępców niezbędne są krajowe środki w celu nadania wspomnianym środkom charakteru czynnego. Środki zalecane w decyzji FCTC/COP3(14) w celu wyeliminowania ponadgranicznej reklamy, promocji i sponsorowania, a w szczególności ustalanie jednostek kontaktowych oraz wykorzystywanie zgłoszeń i powiadomień innych Stron, będą pomocne w procesie zapewniania, że krajowe wysiłki w zakresie egzekwowania przepisów nie zostały podważone.

#### *Zalecenia*

Sprzedaż internetowa wyrobów tytoniowych powinna zostać zakazana, gdyż jej nieodłącznym elementem jest ich reklama i promocja.

### **Rozciąganie i udostępnianie marki**

„Rozciąganie marki” następuje, kiedy nazwa marki, symbol, znak handlowy, logo lub oznaczenia handlowe bądź inne charakterystyczne cechy wyrobów tytoniowych (w tym charakterystyczne kombinacje kolorystyczne) zostają połączone z produktem lub usługą spoza branży tytoniowej w taki sposób, że dany wyrób tytoniowy oraz produkt lub usługa spoza branży tytoniowej będą prawdopodobnie ze sobą kojarzone.

„Udostępnianie marki” następuje, kiedy nazwa marki, symbol, znak handlowy, logo lub oznaczenia handlowe bądź inne charakterystyczne cechy produktu lub usługi spoza branży tytoniowej (w tym charakterystyczne kombinacje kolorystyczne) zostają połączone z wyrobem tytoniowym lub firmą z branży tytoniowej w taki sposób, że dany wyrób tytoniowy lub firma z

---

<sup>4</sup> Możliwości regulowania sprzedaży internetowej są obecnie omawiane przez Międzyrządową Platformę Negocyjną Protokołu na temat Nielegalnego Handlu Wyrobami Tytoniowymi.



Strony powinny zakazać możliwości wspierania przez firmy z branży tytoniowej jakichkolwiek innych podmiotów w zakresie „społecznie odpowiedzialnych kwestii”, gdyż wsparcie takie stanowi formę sponsorowania. Należy zakazać upubliczniania i nagłaśniania „społecznie odpowiedzialnych” praktyk handlowych stosowanych przez branżę tytoniową z uwagi na fakt, że jest to forma reklamy i promocji.

### **Dozwolone formy wypowiedzi lub ekspresji**

Wprowadzenie kompleksowego zakazu reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową nie powinno uniemożliwiać pojawiania się uzasadnionych form wypowiedzi lub ekspresji ze strony środowisk dziennikarskich, artystycznych bądź naukowych oraz uzasadnionych komentarzy społecznych lub politycznych. Jako przykład takich form wypowiedzi można podać obrazy lub zdjęcia pojawiające się w programach informacyjnych, na których w tle widoczne są przypadkowe treści związane z tematyką tytoniową, opisy osobowości historycznych lub prezentacje poglądów na temat określonych regulacji lub strategii. Niemniej w niektórych przypadkach konieczne mogą się okazać odpowiednie ostrzeżenia lub oficjalne sprostowania. W niektórych przypadkach formy wypowiedzi lub ekspresji ze strony środowisk dziennikarskich, artystycznych bądź naukowych lub komentarze społeczne bądź polityczne mogą zawierać elementy, których nie można uzasadnić z powodów redakcyjnych, artystycznych, naukowych, społecznych bądź politycznych i które muszą zostać uznane za formę reklamy, promocji lub sponsorowania a nie za autentyczne treści o charakterze redakcyjnym, artystycznym bądź naukowym lub autentyczne komentarze społeczne bądź polityczne. Oczywistym przypadkiem takich działań jest dokonywanie wstawek lub wtrąceń dla celów komercyjnych, ściśle związanych z branżą tytoniową, na przykład odpłatne prezentowanie wyrobów tytoniowych lub odpowiednich ilustracji w treściach przekazywanych w mediach.

### *Zalecenia*

Wprowadzenie kompleksowego zakazu reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową nie musi zakłócać uzasadnionych form wypowiedzi lub ekspresji ze strony środowisk dziennikarskich, artystycznych bądź naukowych oraz uzasadnionych komentarzy społecznych lub politycznych. Niemniej Strony powinny podjąć środki mające na celu zapobieganie wykorzystaniu wypowiedzi ze strony środowisk dziennikarskich, artystycznych bądź naukowych lub komentarzy społecznych bądź politycznych do promowania wyrobów tytoniowych i nałogu palenia.

### **Tytoń w mediach rozrywkowych**

Przedstawianie treści związanych z branżą tytoniową w produkcjach mediów rozrywkowych, takich jak filmy, spektakle teatralne oraz teleturnieje i gry, może mieć silny wpływ na poziom używania tytoniu, zwłaszcza wśród ludzi młodych. W związku z powyższym Strony powinny podjąć następujące środki:

- Wprowadzić mechanizm, zgodnie z którym w przypadku przedstawienia w produkcjach mediów rozrywkowych jakichkolwiek wyrobów tytoniowych, zobrazowania nałogu palenia lub przedstawienia jakichkolwiek symboli związanych z branżą tytoniową odpowiednie osoby zarządzające w każdej firmie zaangażowane w tworzenie, dystrybucję lub prezentację produkcji tych mediów rozrywkowych potwierdzą, że w zamian za powyższe przedstawienie wyrobów tytoniowych nie otrzymano jakichkolwiek środków pieniężnych, подарunków, darmowej reklamy,



nieoprocentowanych pożyczek, wyrobów tytoniowych, wsparcia w zakresie public relations lub jakichkolwiek innych korzyści przedstawiających jakąkolwiek wartość.

- Zakazać prezentowania rozpoznawalnych marek tytoniowych lub ich wizerunków w związku z lub jako część treści zawartych w danej produkcji jakichkolwiek mediów rozrywkowych.
- Wymagać pojawiania się określonych reklam antynikotynowych na początku jakiegokolwiek produkcji mediów rozrywkowych, która przedstawia wyroby tytoniowe, obrazuje nałóg palenia lub przedstawia wizerunki z nim związane.
- Wprowadzić system określania kategorii lub klasyfikacji, który w procesie ustalania kategorii lub klasyfikacji produkcji mediów rozrywkowych uwzględni fakt przedstawiania wyrobów tytoniowych, obrazowania nałogu palenia lub przedstawiania wizerunków z nim związanych (na przykład, wymóg stosowania kategorii produkcji przeznaczonych dla dorosłych, co ogranicza dostęp nieletnim) oraz który gwarantuje, że produkcje mediów rozrywkowych skierowane do dzieci (w tym kreskówki) nie zawierają treści przedstawiających lub obrazujących wyroby tytoniowe, nałóg palenia lub wizerunki z nim związane.

### *Zalecenia*

Strony powinny podjąć szczególne środki dotyczące przedstawiania obrazów związanych z tematyką tytoniową w produkcjach mediów rozrywkowych, w tym wymagać potwierdzenia, że w zamian za jakiegokolwiek obrazu tego typu nie otrzymano żadnych korzyści, zakazywać wykorzystywania rozpoznawalnych marek tytoniowych lub wizerunków z nimi związanych, wymagać stosowania reklam antynikotynowych oraz wprowadzić system ustalania kategorii lub klasyfikacji, który uwzględni fakt pojawiania się obrazów związanych z tematyką tytoniową.

### **Komunikacja w branży tytoniowej**

Zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową można zazwyczaj zrealizować bez konieczności zakazu kontaktów i przekazywania informacji w obrębie branży tytoniowej.

Jakiegokolwiek wyłączenia spod kompleksowego zakazu reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową w celu dostarczania informacji o wyrobach podmiotom należącym do branży tytoniowej powinny zostać wyraźnie zdefiniowane i bezwzględnie przestrzegane. Dostęp do takich informacji powinien zostać ograniczony do osób, którym informacje te są potrzebne z uwagi na podejmowanie przez te osoby decyzji handlowych.

Spod kompleksowego zakazu reklamy i promocji i wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową można wyłączyć newslettery producentów wyrobów tytoniowych, ale tylko wtedy, jeśli są one przeznaczone wyłącznie do użytku przez pracowników wspomnianych producentów, ich zleceniobiorców, dostawców i innych partnerów handlowych i wyłącznie w zakresie, w jakim ich dystrybucja jest ograniczona do powyższych osób lub podmiotów.

### *Zalecenia*

Jakiegokolwiek wyłączenia spod kompleksowego zakazu reklamy i promocji i wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową w celu umożliwienia komunikacji w obrębie branży tytoniowej powinny zostać wyraźnie zdefiniowane i bezwzględnie przestrzegane.

### **Zasady konstytucyjne dotyczące zakazu**

Którakolwiek ze Stron, której konstytucja lub zasady konstytucyjne nakładają na nią ograniczenia w odniesieniu do wprowadzenia kompleksowego zakazu powinna, na mocy Artykułu 13 Konwencji, zastosować ograniczenia, które będą możliwie jak najszerze w świetle wspomnianych ograniczeń. Wszystkie Strony są zobowiązane do wprowadzenia kompleksowego zakazu, chyba że „nie są one w stanie” go wprowadzić „z uwagi na [swoje] konstytucje lub zasady konstytucyjne”. Niniejsze zobowiązanie powinno być interpretowane w kontekście „uznania, że kompleksowy zakaz reklamy, promocji i sponsorowania przyczyniłby się do ograniczenia konsumpcji wyrobów tytoniowych” oraz w świetle ogólnego celu Konwencji, jakim jest „ochrona obecnych i przyszłych pokoleń przed niszczącymi skutkami zdrowotnymi, społecznymi, środowiskowymi i gospodarczymi skutkami używania tytoniu oraz narażenia na dym tytoniowy” (Artykuł 3 Konwencji).

Potwierdza się, że kwestia sposobu dostosowania zasad konstytucyjnych powinna zostać określona w oparciu o system konstytucyjny każdej ze Stron.

### **ZOBOWIĄZANIA DOTYCZĄCE ARTYKUŁU 13.4 KONWENCJI**

Na mocy Artykułów 13.2 oraz 13.3 Konwencji Strony są zobowiązane wprowadzić kompleksowy zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową (lub stosować możliwie najszerze ograniczenia w świetle swoich konstytucji lub zasad konstytucyjnych). Przewiduje się, że niektóre formy reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową mogą nadal utrzymywać się w państwach, które jeszcze nie wykonały swoich zobowiązań wynikających z Artykułów 13.2 i 13.3 Konwencji. Ponadto niektóre bardzo ograniczone formy przekazów handlowych, zaleceń lub działań mogą nadal funkcjonować mimo wprowadzenia kompleksowego zakazu, a niektóre formy reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową mogą nadal funkcjonować w państwach, których konstytucje lub zasady konstytucyjne uniemożliwiają wprowadzenie kompleksowego zakazu.

Jakakolwiek forma reklamy i promocji wyrobów tytoniowych lub sponsorowania przez branżę tytoniową, która nie została zakazana, musi spełniać wymogi określone w Artykule 13.4 Konwencji. Wymogi te, w szczególności, obejmują „zakaz wszelkich form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową, które promują wyroby tytoniowe przy wykorzystaniu jakichkolwiek sposobów, które dostarczają fałszywych, mylących lub wprowadzających w błąd informacji bądź mogą przyczynić się do powstania błędnego wyobrażenia na temat cech danego wyrobu, skutków zdrowotnych, zagrożeń lub emitowanych substancji” (13.4(a)), „wymóg, że ostrzeżenia i informacje zdrowotne oraz inne odpowiednie ostrzeżenia i informacje będą towarzyszyły wszelkim formom reklamy oraz, w odpowiednich przypadkach, promocji wyrobów tytoniowych i sponsorowania przez branżę tytoniową” (13.4(b)) oraz „w przypadku, gdy Strona nie wprowadziła kompleksowego zakazu, wymóg ujawniania odpowiednim władzom państwowym danych na temat wydatków

ponoszonych przez branżę tytoniową na formy reklamy, promocji i sponsorowania, które nie zostały jeszcze zakazane” (13.4(d)).

Strony powinny zakazać wykorzystywania jakiegokolwiek terminu, kluczowego wyrażenia, znaku handlowego, symbolu, wizerunku marketingowego, logo, koloru lub oznaczenia graficznego bądź jakiegokolwiek innego znaku<sup>6</sup>, który, bezpośrednio lub pośrednio, promuje wyroby tytoniowe lub używanie tytoniu przy wykorzystaniu jakichkolwiek sposobów, które dostarczają fałszywych, mylących lub wprowadzających w błąd informacji lub mogą przyczynić się do powstania błędnego wyobrażenia na temat cech danego wyrobu, skutków zdrowotnych, zagrożeń lub emitowanych substancji w odniesieniu do jakiegokolwiek wyrobu bądź wyrobów tytoniowych lub na temat skutków zdrowotnych i zagrożeń wynikających z palenia tytoniu. Zakaz ten powinien obejmować, między innymi, wykorzystywanie określeń, takich jak „niska zawartość substancji smolistych”, „light” (lekkie), „ultra-light”, „mild” (łagodne), „extra”, „ultra” i innych takich określeń w jakimkolwiek języku, które mogą wprowadzać w błąd lub przyczyniać się do powstania błędnego wyobrażenia.<sup>7</sup>

Strony powinny rozważyć nadanie ostrzeżeniom i informacjom zdrowotnym oraz innym ostrzeżeniom towarzyszącym wszelkim formom reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową co najmniej takiej samej wagi i znaczenia, jakie posiada reklama, promocja i sponsorowanie. Treść wymaganych ostrzeżeń i informacji powinna zostać określona przez odpowiednie władze i powinna skutecznie przekazywać informacje na temat zagrożeń zdrowia i uzależniającego charakteru palenia tytoniu, zniechęcać do używania wyrobów tytoniowych oraz podnosić motywację palaczy do rzucenia nałogu. W celu maksymalnego podniesienia ich skuteczności ostrzeżenia i inne informacje wymagane przez Strony na mocy Artykułu 13.4(b) Konwencji powinny być zgodne z ostrzeżeniami i innymi informacjami na opakowaniach wymaganymi na mocy Artykułu 11 Konwencji.

Strony powinny wymagać ujawniania odpowiednim władzom państwowym przez branżę tytoniową informacji na temat jakichkolwiek form reklamy, promocji i sponsorowania, w które jest ona zaangażowana. Informacje te powinny być ujawniane w regularnych odstępach czasu określonych na mocy prawa oraz w odpowiedzi na specjalne prośby. Powinny one obejmować zarówno ogólne, jak i z podziałem na marki, informacje na temat:

- rodzaju reklamy, promocji lub sponsorowania, włączając ich treść, formę i rodzaj mediów;
- ulokowania oraz zakresu lub częstotliwości reklam, działań promocyjnych lub sponsorowania;
- tożsamości wszystkich podmiotów zaangażowanych w reklamę, promocję i sponsorowanie, w tym agencji reklamowych i firm produkcyjnych;
- w przypadku form reklamy, promocji lub sponsorowania ponadgranicznego powstałych na terytorium danej Strony, informacje na temat terytorium lub terytoriów, na których mają lub mogą się one pojawić; oraz

<sup>6</sup> Wspomniane określenia pochodzą z Artykułu 11.1(a) Konwencji. Uzupełniono je o słowo „kolor”, które, może, według grupy roboczej, być wykorzystane do kreowania błędnego wyobrażenia na temat cech wyrobów tytoniowych oraz skutków zdrowotnych i zagrożeń związanych z ich używaniem.

<sup>7</sup> Patrz Artykuł 11.1(a) oraz wytyczne dotyczące Artykułu 11 Konwencji.

- ilości finansowych i innych środków wykorzystywanych do reklamy, promocji i sponsorowania.

Informacje te powinny być ogólnie dostępne dla ogółu społeczeństwa (np. za pośrednictwem Internetu)<sup>8</sup> przy jednoczesnym zapewnieniu ochrony tajemnic handlowych.

Mimo że zobowiązania określone w Artykule 13.4(d) Konwencji dotyczące ujawniania informacji na temat wydatków ponoszonych przez branżę tytoniową na formy reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową, które nie zostały jeszcze zakazane, dotyczą wyłącznie Stron, które nie wprowadziły kompleksowego zakazu, wszystkie Strony powinny wdrożyć zalecane środki zgodne z Artykułem 13.5, który zachęca Strony do wdrażania środków wykraczających poza ich zobowiązania na mocy Artykułu 13.4. Wymóg ujawniania przez branżę tytoniową informacji na temat wydatków ponoszonych na wszelkie formy reklamy, promocji oraz sponsorowania, w które jest ona zaangażowana, może pomóc Stronom, które rozważają wprowadzenie kompleksowego zakazu, zidentyfikować jakiegokolwiek formy reklamy, promocji lub sponsorowania, których zakaz nie obejmuje lub w które, wbrew zakazowi, zaangażowana jest branża tytoniowa. Powyższy wymóg ujawniania informacji może przynieść dodatkową korzyść w postaci zniechęcania branży tytoniowej do angażowania się w formy reklamy, promocji lub sponsorowania, w które mogłaby się zaangażować w innych okolicznościach.

### *Zalecenia*

Strony powinny realizować wymagania określone w Artykule 13.4 Konwencji dotyczące jakiegokolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych lub sponsorowania przez branżę tytoniową, które nie zostały jeszcze zakazane. Strony powinny zakazać jakiegokolwiek form promowania wyrobów tytoniowych przy wykorzystaniu jakiegokolwiek sposobów, które dostarczają fałszywych, mylących lub wprowadzających w błąd informacji lub które mogą przyczynić się do powstania błędnego wyobrażenia, a także powinny nakazywać stosowania ostrzeżeń i informacji zdrowotnych lub innych odpowiednich ostrzeżeń i informacji oraz wymagać regularnego ujawniania władzom przez branżę tytoniową informacji na temat jakiegokolwiek form reklamy, promocji i sponsorowania, w które jest zaangażowana. Ujawnione informacje powinny być ogólnie dostępne dla społeczeństwa.

## **SPÓJNOŚĆ DZIAŁANIA**

Zakazy krajowe oraz ich skuteczne egzekwowanie to podstawa jakiegokolwiek znaczących kompleksowych zakazów reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową na poziomie ogólnoswiatowym. Współczesne platformy medialne, takie jak internet, filmy czy bezpośrednie satelity łącznościowe z łatwością przekraczają granice, a wiele form reklamy, promocji i sponsorowania regulowanych na mocy przepisów krajowych, takich jak sponsorowanie imprez, jest nadawanych i szeroko rozpowszechnianych w innych państwach. Ponadto reklama i promocja są często połączone z produktami, takimi jak elementy odzieży bądź urządzenia technologiczne lub ukazują się w publikacjach, i w ten sposób, wraz z przemieszczaniem się tych elementów, przemieszczają się z jednego państwa do drugiego.

---

<sup>8</sup> Postanowienie to wspiera realizację zobowiązania wynikającego z Artykułu 12(c) Konwencji dotyczącego promowania publicznego dostępu do szerokiego zakresu informacji na temat branży tytoniowej zgodnie z celami Konwencji.

Oczywistym jest, że w przypadku braku współpracy międzynarodowej możliwe jest osłabienie skuteczności zakazów krajowych.

### **Formy reklamy, promocji i sponsorowania ponadgranicznego powstałe lub pochodzące z terytorium Strony (materiały wychodzące)**

Zgodnie z Artykułem 13.2 Konwencji „kompleksowy zakaz powinien obejmować, z zastrzeżeniem środków prawnych i technicznych dostępnych dla [każdej] Strony, kompleksowy zakaz form reklamy, promocji i sponsorowania ponadgranicznego *powstałych na terytorium tej Strony*”.

Zakaz ten powinien być wdrożony w odniesieniu, na przykład, do wszystkich publikacji i produktów wydrukowanych lub powstałych na terytorium danej Strony, bez względu na to, czy są one skierowane do osób znajdujących się na terytorium tej Strony, czy osób znajdujących się na terytorium innych państw. Często trudno jest dokonać rozróżnienia pomiędzy publikacjami lub produktami przeznaczonymi do wykorzystania lub faktycznie wykorzystywanymi w kraju ich pochodzenia a tymi przeznaczonymi do wykorzystania i wykorzystywanymi w innych państwach.

Zakaz ten powinien również dotyczyć internetowych form reklamy, promocji i sponsorowania lub innych ponadgranicznych technologii komunikacji stosowanych przez jakiekolwiek osoby lub podmioty na terytorium danej Strony, bez względu na to, czy dany materiał jest adresowany do osób znajdujących się na czy poza terytorium tej Strony.

Ponadto zakaz ten powinien dotyczyć jakichkolwiek osób lub podmiotów nadających lub rozpowszechniających formy reklamy, promocji i sponsorowania, które mogłyby dotrzeć do innych państw.

Kompleksowy zakaz form reklamy, promocji i sponsorowania powstałych na terytorium danej Strony powinien również zagwarantować, że obywatele tej Strony, zarówno osoby fizyczne, jak i prawne, nie są angażowani w formy reklamy, promocji i sponsorowania na terytorium innego państwa, bez względu na to, czy docierają one z powrotem do kraju, w którym powstały.

### **Formy reklamy, promocji i sponsorowania ponadgranicznego wkraczające na terytorium Strony (materiały przychodzące)**

Zgodnie z Artykułem 13.7 Konwencji „Strony, które wprowadziły zakaz pewnych form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową, mają suwerenne prawo do zakazania tych form ponadgranicznej reklamy, promocji i sponsorowania, które wkraczają na ich terytoria oraz do nałożenia równych kar jak w przypadku krajowych form reklamy, promocji i sponsorowania powstałych na ich terytoriach zgodnie z prawem krajowym”.

Wprowadzenie zakazu powinno obejmować, na przykład, publikacje i materiały wydrukowane lub wyprodukowane w innych państwach, które wkraczają na terytorium danej Strony lub są skierowane do osób na tym terytorium przebywających. Strony powinny rozważyć przeprowadzenie wrywkowych kontroli importowanych partii publikacji drukowanych. W przypadku, kiedy publikacje takie są drukowane, wydawane lub rozprowadzane przez obywateli danej Strony lub podmioty ustanowione na jej terytorium, osoby te lub podmioty powinny zostać obciążone odpowiedzialnością za te działania, a wspomniany zakaz powinien

zostać wyegzekwowany w możliwie najszerszym zakresie.<sup>9</sup> Zakaz ten powinien również odnosić się do jakichkolwiek treści internetowych, które są dostępne w obrębie terytorium danej Strony oraz jakichkolwiek materiałów audio, materiałów wizualnych lub audiowizualnych transmitowanych lub w jakikolwiek inny sposób docierających na terytorium tej Strony, bez względu na to, czy są one skierowane do osób znajdujących się na tym terytorium.

### *Zalecenia*

Strony, które wprowadziły kompleksowy zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową, powinny zapewnić, że zakaz ten lub odpowiednie ograniczenia w takim samym stopniu obejmują zarówno krajowe formy reklamy, promocji i sponsorowania, jak i formy ponadgranicznej reklamy, promocji i sponsorowania, które powstały na ich terytoriach. Strony powinny korzystać ze swojego suwerennego prawa do podejmowania skutecznych działań mających na celu ograniczenie lub zapobieganie jakimkolwiek formom ponadgranicznej reklamy, promocji i sponsorowania, które wkraczają na ich terytoria, bez względu na to, czy pochodzą one z państw, w których ograniczenia takie wprowadzono, czy z państw, które nie stanowią Stron, uwzględniając przy tym fakt, że w niektórych przypadkach może pojawić się konieczność określenia skutecznych działań w formie protokołu.

## **PODMIOTY ODPOWIEDZIALNE**

Podmioty odpowiedzialne za reklamę i promocję wyrobów tytoniowych oraz formy sponsorowania przez branżę tytoniową powinny zostać szeroko zdefiniowane i objąć cały łańcuch marketingowy. Główna odpowiedzialność powinna spoczywać na inicjatorach reklamy, promocji lub sponsorowania, czyli zazwyczaj na producentach wyrobów tytoniowych, sprzedawcach hurtowych, importerach, sprzedawcach detalicznych lub innych pośrednikach bądź organizacjach.

Ponadto w proces reklamy, promocji i sponsorowania zaangażowanych jest wiele innych podmiotów i one również powinny zostać obciążone odpowiedzialnością.

Z uwagi na różne sposoby zaangażowania podmiotów w produkcję, prezentację oraz rozpowszechnianie form reklamy, promocji i sponsorowania nie można ich obciążać odpowiedzialnością w takim samym zakresie. W przypadku sponsorowania przez branżę tytoniową podmiotami odpowiedzialnymi są te, które udzielają jakiegokolwiek wsparcia, otrzymują jakiekolwiek odpowiednie wsparcie oraz pośrednicy, którzy umożliwiają udzielanie i otrzymywanie jakichkolwiek form stosownego wsparcia. W przypadku, kiedy reklama i promocja wiąże się z przekazywaniem informacji i komunikatów, sposób, w jaki określone podmioty zostaną obciążone odpowiedzialnością, będzie zależał od ich roli w procesie tworzenia i rozpowszechniania treści informacji i komunikatów oraz możliwości ich kontrolowania. Podmioty zajmujące się rozpowszechnianiem form reklamy i promocji powinny zostać obciążone odpowiedzialnością w takim zakresie, w jakim są one świadome lub były w stanie uświadomić sobie treści zawarte w formach reklamy i promocji. Postanowienie to ma zastosowanie bez względu na wykorzystywane technologie medialne lub komunikacyjne,

---

<sup>9</sup> W określonych okolicznościach Strona może również wyegzekwować swój zakaz w odniesieniu do osób nie będących jej obywatelami. Kwestia obywateli innych Stron może zostać uwzględniona w postanowieniach ewentualnego protokołu dotyczącego ponadgranicznej reklamy, promocji i sponsorowania.

ale w szczególności sposób dotyczy treści pojawiających się w Internecie i rozpowszechnianych za pomocą bezpośrednich satelitów łącznościowych.

W odniesieniu do wszystkich środków masowego przekazu oraz wszystkich form komunikacji:

- Osobom lub podmiotom, które tworzą lub publikują jakiegokolwiek treści (np. agencje reklamowe, projektanci, wydawcy gazet i innych materiałów drukowanych, stacje nadawcze oraz producenci filmów, programów radiowych i telewizyjnych, teleturniejów, gier i występów na żywo, a także producenci treści przekazywanych za pomocą Internetu, telefonów komórkowych, gier lub drogą satelitarną) należy zakazać włączania do tych treści jakiegokolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową.
- Należy zakazać uczestnictwa w jakiegokolwiek formach reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową osobom lub podmiotom, takim jak media, organizatorzy imprez, ludzie sportu, osoby znane i sławne, gwiazdy filmowe oraz inni artyści.
- Szczególne zobowiązania (na przykład uniemożliwienie lub ograniczenie dostępu do określonych treści) należy nałożyć na inne podmioty zaangażowane w przekazy i komunikację analogową lub cyfrową (takie jak portale społecznościowe, dostawcy usług internetowych oraz firmy telekomunikacyjne) po tym, jak zostały im uświadomione formy reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową.

W przypadku podmiotów prawnych odpowiedzialnością powinny zostać obciążone firmy a nie ich indywidualni pracownicy.

Jakiegokolwiek kontrakt, umowa lub porozumienie dotyczące reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową zostanie uznane za nieważne, jeśli zostało ono uzgodnione wbrew kompleksowemu zakazowi.

W odniesieniu do treści internetowych na przykład, zostało wyodrębnionych pięć głównych kategorii podmiotów odpowiedzialnych, w oparciu o które należy nakładać określone zakazy lub zobowiązania.

- *Twórcy treści*, którzy je tworzą lub przyczyniają się do ich tworzenia. Są to firmy z branży tytoniowej, agencje reklamowe oraz producenci programów telewizyjnych, filmów oraz gier rozpowszechnianych drogą internetową. Twórcom treści należy *zakazać* włączania w treści przez nich tworzone jakiegokolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych lub sponsorowania przez branżę tytoniową.
- *Wydawcy treści* obejmują wydawców oraz podmioty, które zajmują się selekcją treści przed ich udostępnieniem dla użytkowników Internetu (np. strony internetowe gazet lub stacji nadawczych). Wydawcom treści należy *zakazać* włączania w treści przez nich udostępniane jakiegokolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych lub sponsorowania przez branżę tytoniową.
- *Prezenterzy treści* to podmioty, które kontrolują połączone za pośrednictwem Internetu serwery komputerowe, na których przechowywane są treści, w tym podmioty, które gromadzą treści stworzone przez innych bez dokonywania ich

selekcji, zanim udostępnią je użytkownikom Internetu (np. internetowe portale społecznościowe). Prezenterzy treści powinni być *zobowiązani do uniemożliwiania lub ograniczania dostępu* do jakichkolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową *po tym, jak zostaną oni poinformowani o ich zawartości lub treści.*

- *Nawigatorzy treści* to podmioty takie jak wyszukiwarki internetowe, które umożliwiają użytkownikom usług komunikacyjnych zlokalizowanie określonych treści. Nawigatorzy treści powinni być *zobowiązani do ograniczania dostępu* do jakichkolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową *po tym, jak zostaną oni poinformowani o ich zawartości lub treści.*
- *Dostawcy dostępu* to podmioty, które zapewniają użytkownikom końcowym dostęp do usług komunikacyjnych, takie jak dostawcy usług internetowych oraz telefonie komórkowe. Dostawcy dostępu powinni być *zobowiązani do ograniczania dostępu* do jakichkolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową *po tym, jak zostaną oni poinformowani o ich zawartości lub treści.*

W przeciwieństwie do zobowiązań nakładanych na twórców, wydawców i prezenterów treści Strony mogą ograniczać zobowiązania nakładane na nawigatorów treści oraz dostawców dostępu do obowiązku dokładania uzasadnionych starań w celu ograniczenia dostępu w świetle ich możliwości technicznych.

### Zalecenia

Podmioty odpowiedzialne za reklamę i promocję wyrobów tytoniowych oraz sponsorowanie przez branżę tytoniową powinny zostać zdefiniowane możliwie szeroko, a sposób, w jaki będą one obciążane odpowiedzialnością za takie działania, powinien zależeć od ich roli w tych działaniach.

Główna odpowiedzialność powinna spoczywać na inicjatorach reklamy, promocji lub sponsorowania, czyli zazwyczaj na producentach wyrobów tytoniowych, sprzedawcach hurtowych, importerach, sprzedawcach detalicznych lub innych pośrednikach bądź organizacjach.

Osobom lub podmiotom zajmującym się tworzeniem lub publikowaniem treści pojawiających się w mediach należy zakazać włączania w tworzone lub publikowane przez nie treści jakichkolwiek form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową.

Należy zakazać uczestnictwa w jakichkolwiek formach reklamy, promocji i sponsorowania osobom lub podmiotom, takim jak organizatorzy imprez, ludzie sportu oraz osoby znane i sławne.

Szczególne zobowiązania, na przykład obowiązek usunięcia treści, powinny być nakładane na inne podmioty uczestniczące w przekazach za pośrednictwem mediów analogowych lub cyfrowych po tym, jak zostały im uświadomione formy reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowanie przez branżę tytoniową.





## **Monitoring, egzekwowanie przepisów i dostęp do wymiaru sprawiedliwości**

Strony powinny wyznaczyć właściwy i niezależny organ władzy odpowiedzialny za monitorowanie i egzekwowanie przepisów, i powierzyć mu niezbędne środki oraz uprawnienia. Urząd taki powinien mieć prawo do rozpatrywania skarg, zajmowania nielegalnych form reklamy lub promocji oraz wypowiedania się w sprawie skarg i/lub wszczynania odpowiednich postępowań sądowych.

Społeczeństwo obywatelskie oraz jego obywatele powinni być zaangażowani w proces monitorowania oraz skutecznego egzekwowania zakazu. Od organizacji społeczeństwa obywatelskiego, a zwłaszcza podmiotów takich jak organizacje ochrony zdrowia publicznego, służby zdrowia, zapobiegania, organizacje na rzecz ochrony młodzieży lub organizacje konsumenckie, oczekuje się podjęcia rygorystycznych działań w zakresie monitorowania, a przepisy powinny wyraźnie określać, że członkowie społeczeństwa mają prawo do składania skarg.

Ponadto powinny zostać udostępnione możliwości prawa cywilnego w celu przeciwstawienia się formom reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania wyrobów tytoniowych. Prawo krajowe powinno umożliwiać jakiegokolwiek zainteresowanej osobie lub organizacji pozarządowej wszczęcie postępowania prawnego przeciwko nielegalnym formom reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową.

Program egzekwowania przepisów powinien uwzględniać uruchomienie bezpłatnej linii telefonicznej do składania skarg, strony internetowej lub podobnego systemu zachęcającego społeczeństwo do zgłaszania naruszeń.

## **Zalecenia**

Strony powinny wprowadzić i stosować skuteczne, adekwatne i odstraszające kary. Strony powinny wyznaczyć właściwy i niezależny organ władzy odpowiedzialny za monitorowanie i egzekwowanie przepisów, i powierzyć mu niezbędne środki oraz uprawnienia. Społeczeństwo obywatelskie powinno zostać zaangażowane w proces monitorowania i egzekwowania prawa oraz mieć dostęp do wymiaru sprawiedliwości.

## **EDUKACJA PUBLICZNA I ŚWIADOMOŚĆ SPOŁECZNA**

W świetle artykułu 12 Konwencji<sup>10</sup>, Strony powinny propagować i umacniać świadomość publiczną dotyczącą form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową we wszystkich sektorach społeczeństwa przy wykorzystaniu wszystkich dostępnych narzędzi komunikacji. Strony powinny, między innymi, przyjąć odpowiednie środki w celu promowania szerokiego dostępu do skutecznych i kompleksowych programów edukacji i świadomości publicznej, które podkreślają znaczenie wprowadzenia kompleksowego zakazu, informują społeczeństwo na temat konieczności jego wprowadzenia oraz wyjaśniają, dlaczego reklama, promocja i sponsorowanie przez branżę tytoniową są nie do przyjęcia.

---

<sup>10</sup> „Edukacja, komunikacja, kształcenie i świadomość publiczna”

Uzyskanie wsparcia ze strony społeczeństwa dla procesu monitorowania przestrzegania prawa i zgłaszania naruszeń przepisów dotyczących reklamy, promocji i sponsorowania przez branżę tytoniową stanowi ważny element egzekwowania prawa. Aby członkowie społeczeństwa mogli wypełniać swoje zadania, muszą oni zdać sobie sprawę z problemu i zrozumieć prawo oraz sposoby postępowania z przypadkami naruszeń.

Strony powinny wdrożyć programy edukacji i świadomości publicznej, informować społeczeństwo o istniejących przepisach dotyczących reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową, a także o krokach, jakie można podjąć w celu informowania odpowiednich urzędów państwowych o jakichkolwiek formach reklamy, promocji lub sponsorowania oraz o krokach, jakie można podjąć przeciwko osobie, która zaangażowała się reklamę i promocję wyrobów tytoniowych oraz sponsorowanie przez branżę tytoniową wbrew obowiązującemu prawu.

### Zalecenia

Strony powinny propagować oraz wzmacniać we wszystkich sektorach społeczeństwa publiczną świadomość konieczności wyeliminowania form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową, a także świadomość przepisów w tym zakresie oraz sposobów postępowania przez obywateli w przypadku naruszeń tych przepisów.

## WSPÓŁPRACA MIĘDZYNARODOWA

Skuteczność wysiłków mających na celu wyeliminowanie reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową zależy nie tylko od inicjatyw podejmowanych przez indywidualne Strony, ale również od stopnia, w jakim Strony współpracują między sobą w zakresie radzenia sobie z reklamą i promocją wyrobów tytoniowych oraz sponsorowaniem przez branżę tytoniową. Skuteczna współpraca międzynarodowa ma zasadnicze znaczenie dla wyeliminowania zarówno krajowej, jak i ponadgranicznej reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową.

Strony Konwencji podjęły już zobowiązania w odniesieniu do współpracy międzynarodowej, w tym zobowiązania wynikające z Artykułu 13.6 (*Współpraca w zakresie rozwoju technologii i innych niezbędnych środków umożliwiających eliminację reklamy ponadgranicznej*), Artykułu 19 (*Odpowiedzialność*), Artykułu 20 (*Badania, nadzór i wymiana informacji*), a w szczególności zobowiązania wynikające z Artykułu 20.4 (*Wymiana publicznie dostępnych informacji naukowych, technicznych, socjoekonomicznych, handlowych i prawnych oraz informacji dotyczących praktyk stosowanych przez branżę tytoniową*), Artykułu 21 (*Przekazywanie oraz wymiana informacji*), Artykułu 22 (*Współpraca w zakresie zagadnień naukowych, technicznych oraz prawnych, oraz dostarczanie stosownej wiedzy specjalistycznej*) oraz Artykułu 26 (*Środki finansowe*).

Oprócz zaleceń zawartych w niniejszych wytycznych Konferencja Strona uwzględni również zalecenia grupy roboczej dotyczące innych środków umożliwiających wymianę informacji oraz innych form współpracy pomiędzy Stronami, która przyczyniłaby się do wyeliminowania ponadgranicznej reklamy, promocji i sponsorowania<sup>11</sup>. Podjęcie tych środków w celu

<sup>11</sup> Decyzja FCTC/COP3(14)

wyeliminowania krajowych form reklamy, promocji lub sponsorowania przynosi dodatkowe korzyści z uwagi na fakt, że Strony mogą skorzystać z udostępnionych informacji, doświadczeń i specjalistycznej wiedzy w odniesieniu do *wszystkich* form reklamy, promocji i wyrobów tytoniowych, a nie tylko reklamy, promocji i sponsorowania ponadgranicznego.

## ZAŁĄCZNIK

### **Orientacyjna (niewyczerpująca) lista form reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową objętych Konwencją:**

- komunikacja za pomocą środków audio, środków wizualnych lub audiowizualnych: materiały drukowane (w tym: gazety, czasopisma, broszury, informatory, ulotki, pisma, billboardy, plakaty, oznaczenia), programy radiowe i telewizyjne (w tym: transmitowane drogą naziemną i satelitarną), filmy, płyty DVD, video, płyty CD oraz gry (gry komputerowe, gry video oraz gry internetowe), inne cyfrowe platformy komunikacyjne (w tym: internet oraz telefonie komórkowe) oraz przedstawienia teatralne lub inne występy na żywo;
- oznaczanie marką, w tym w miejscach rozrywki oraz punktach sprzedaży detalicznej, a także na pojazdach i wyposażeniu (np. poprzez wykorzystanie kolorów charakterystycznych dla danej marki lub ich układów, logo lub znaków handlowych);
- prezentacja wyrobów tytoniowych w punktach sprzedaży;
- automaty do sprzedaży wyrobów tytoniowych;
- sprzedaż internetowa wyrobów tytoniowych;
- rozciąganie i udostępnianie marki (różnorodność produktów);
- prezentacja produktu (tj. włączenie lub odniesienie do wyrobu tytoniowego, usługi lub znaku handlowego w kontekście komunikacji (patrz powyżej) w zamian za określoną kwotę lub inne korzyści);
- upominki lub produkty po niższej cenie przy zakupie wyrobów tytoniowych (np. breloczki, koszulki, czapki z daszkiem, zapalniczki do papierosów);
- darmowe próbki wyrobów tytoniowych, w tym w połączeniu z ankietami marketingowymi oraz testem smaku;
- promocje motywacyjne lub programy lojalnościowe, np. wymienialne kupony dołączone do wyrobów tytoniowych;
- konkursy związane z wyrobami tytoniowymi lub nazwami marek, bez względu na to, czy wymagają one zakupu wyrobów tytoniowych;
- bezpośrednie kierowanie do obywateli materiałów promocyjnych (w tym informacyjnych), takich jak poczta bezpośrednia, telemarketing, „ankiety” lub „badania konsumenckie”;
- promocje przecenionych produktów;
- sprzedaż lub zaopatrywanie w zabawki lub słodczyce, które przypominają wyroby tytoniowe;

- płatności lub inne korzyści na rzecz sprzedawców detalicznych w celu zachęcenia lub nakłonienia ich do sprzedaży wyrobów, w tym programy motywacyjne dla sprzedawców detalicznych (np. nagrody dla sprzedawców detalicznych za osiągnięcie określonych wyników sprzedażowych);
- opakowania oraz cechy projektu wyrobów;
- płatności lub inne korzyści w zamian za wyłączną sprzedaż lub prezentowanie w widocznych miejscach określonych wyrobów lub wyrobów określonego producenta w punktach sprzedaży detalicznej, w określonych miejscach lub podczas określonych imprez;
- sprzedaż, dostarczanie, prezentowanie oraz wystawianie wyrobów w placówkach edukacyjnych lub w miejscach bądź podczas imprez związanych z branżą hotelarską, sportową, rozrywkową, muzyczną, taneczną oraz w miejscach lub podczas imprez przeznaczonych dla ogółu społeczeństwa;
- finansowe lub inne formy wspierania imprez, działań, pojedynczych jednostek lub grup (takich jak: imprezy sportowe lub artystyczne, pojedyncze osoby z branży sportowej lub drużyny sportowe, pojedynczy artyści lub grupy artystyczne, organizacje opieki społecznej, politycy, kandydaci polityczni lub partie polityczne), bez względu na to, czy wsparcie to zostało udzielone w zamian za reklamę, w tym działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu; oraz
- udzielanie przez branżę tytoniową finansowego lub innego wsparcia administratorom obiektów (takich jak puby, kluby lub inne miejsca rekreacji) w zamian za budowę lub odnowienie obiektów w celu promowania wyrobów tytoniowych lub palenia tytoniu bądź udostępnienie markiz oraz parasoli przeciwsłonecznych.