



ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ КОМІТЕТ

www.itk.ua
тел.: +380 44 353 13 98

Вих. №0420-01

від 20 квітня 2018 року

Голові Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики

Сюмар Вікторії Петрівні

вул. М. Грушевського, 5, м. Київ, 01008

Шановна Вікторіє Петрівно,

Асоціація «Індустріальний Телевізійний Комітет» (надалі – «ІТК») – фахове об'єднання провідних телеканалів, що представляє інтереси телевізійної галузі України та дбає про захист своїх членів, засвідчуючи свою щирю повагу, звертається до Вас щодо проекту Закону про внесення змін до Закону України «Про рекламу» (щодо посилення законодавчих вимог до реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів) №8215 від 30.03.2018 (надалі – «Проект №8215»), що знаходиться на розгляді Комітету з питань свободи слова та інформаційної політики.

Проектом №8215 пропонується внести зміни до статті 22 Закону України «Про рекламу», передбачивши, що реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються не може формувати думку, що паління або вживання алкоголю сприяє кращій самореалізації, прояву фізичних чи особистісних якостей, зникненню комплексів. Також передбачається, що реклама алкогольних напоїв, тютюнових виробів, пива та/або напоїв, що виготовляються на його основі, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, не повинна містити зображення історичних осіб, військових формувань, етносів, історичних подій та символів, з якими асоціюється Україна.

Звертаємо Вашу увагу на те, що Проектом №8215 закріплюються критерії та положення, які містять суб'єктивну оцінку, що не дозволяє ґрунтовно та неупереджено визначати необхідну ступінь обмеження реклами. Оскільки механізму визначення суб'єктивного впливу змісту реклами на споживачів не існує, у зв'язку з тим, що ступінь впливу на формування тієї чи іншої думки для кожної особи є індивідуальною, положення Проекту №8215 є неоднозначними та не відповідають принципу правової визначеності, що може призвести до різного тлумачення та здійснення тиску на рекламодавців і телерадіоорганізації.

Окреме занепокоєння викликає передбачена Проектом №8215 заборона зображувати у рекламі алкогольних напоїв, пива та/або напоїв, що виготовляються на його основі, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються вказані товари, зображень історичних осіб, військових формувань, етносів, історичних подій та символів, з якими асоціюється Україна.

В Україні на сьогоднішній день зареєстровані торгові марки, які повністю відповідають чинному законодавству, при цьому містять історичні та географічні назви та/або імена історичних осіб, зображення гербів місцевостей, у яких виробляються ті чи інші товари і можуть бути такими, що асоціюються з Україною. Вказана заборона сприятиме виникненню конкурентних переваг у частини ринку, а оскільки більшість вітчизняних виробників намагаються працювати під узнаним брендом, який асоціюється з країною виробництва, то переваги отримають іноземні компанії. Разом з цим, вітчизняний ринок виробництва алкогольних напоїв є одним із найпотужніших секторів економіки держави та важливим джерелом наповнення державного бюджету через сплату податків. Таким

ВХ. №

85768