



Общественный
Совет по Проблема
Подросткового
Курения

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1
к письму № 1430/04 от 23.04.2025 г.

**Описание социальной кампании по борьбе с продажей несовершеннолетним
табачной и никотинсодержащей продукции
«СПАСИБО ЗА ОТКАЗ!»**

1. Актуальность

В последние годы в России особое распространение получили электронные системы доставки никотина, и эта продукция привлекает внимание подростков и молодежи. В 2020 году вступил в силу запрет на продажу электронных систем доставки никотина и их заправочных средств несовершеннолетним. В 2020 г. и 2023 г. многократно повышены штрафы за продажу несовершеннолетним табачной продукции, электронных систем доставки никотина, а также их заправочных средств. Однако, не смотря на запрет и многократное повышение штрафов за его нарушение, эта продукция по-прежнему доступна несовершеннолетним.

Табачная и никотинсодержащая продукция доступна для несовершеннолетних в основном в точках мелкорозничной торговли. Согласно социологическому исследованию проведенного исследовательским холдингом «Ромир» в 2021 году в 5-ти городах России (Санкт-Петербурге, Ярославле, Брянске, Краснодаре, Новосибирске) 73% курящих несовершеннолетних покупают табачную и никотинсодержащую продукцию в небольших магазинах и павильонах, 17% – в нелегальных местах продаж: на уличных лотках, рынках, автолавках. Исследование холдинга «Ромир», проведенное в Москве в конце 2023 г., показало, что среди 16-17-летних подростков используют вейпы 44,7%. При этом, 72% курящих подростков не сталкиваются с отказом продавца при покупке электронных сигарет. Также одним из каналов приобретения табачной и никотинсодержащей продукции несовершеннолетними является участие совершеннолетних покупателей в покупке и передачи этой продукции лицам моложе 18 лет, что является нарушением ст. 20 п. 1 15-ФЗ. Согласно данным опросов «Ромир» около 40% курящих подростков приобретают сигареты через обращение к взрослым покупателям или совершеннолетним знакомым с просьбой купить для них эту продукцию.

2. Цели и задачи социальной кампании

Для решения вышеобозначенных проблем проводится социальная кампания, цель которой ограничить доступ несовершеннолетних к табачной и никотинсодержащей продукции.

Задачи кампании:

- призывать и стимулировать торговые точки эффективно соблюдать запрет, а совершеннолетних потребителей не приобретать табачную и никотинсодержащую продукцию для подростков;
- привлечь широкую общественность к решению проблемы доступа несовершеннолетних к табачной и никотинсодержащей продукции;

- информировать потребителей о запрете и административной ответственности за покупку и передачу несовершеннолетним табачной и никотинсодержащей продукции;
- оказать содействие контрольно-надзорным и правоохранительным органам в обеспечении контроля за исполнением запрета на продажу табачной и никотинсодержащей продукции до 18 лет.

3. Активности социальной кампании

Социальная кампания включает в себя:

- **распространение в торговых точках полиграфических информационных и наглядных материалов для размещения в местах продаж:**

- стикеров для покупателей с информацией о том, что у них могут спросить документ, подтверждающий совершеннолетние при продаже табачной и никотинсодержащей продукции,
- стикеров с информацией о запрете на покупку и передачу несовершеннолетним табачной и никотинсодержащей продукции, а также штрафных санкций за это нарушение;
- специальных журналов для подписи продавцов о том, что они обязуются не продавать табачную и никотинсодержащую продукцию несовершеннолетним,
- памяток и плакатов для продавцов с информацией о штрафах, фразами корректного отказа при сомнении в совершеннолетии покупателя и призывом соблюдать закон.

Данная часть кампании призвана оказать помощь предприятиям торговли в эффективном соблюдении закона.

- **проведение кампании социальной рекламы** – выпуск и продвижение в социальных сетях и размещение на наружных рекламных носителях и в транспорте серии социальных плакатов/баннеров, призывающих сообщать о местах продажи несовершеннолетним табачных и электронных курительных изделий, продавцов не продавать эту продукцию подросткам, а взрослых покупателей не помогать детям в приобретении табачной и никотинсодержащей продукции.
- **проведение информационной кампании в СМИ**, популяризирующей действующие запреты и штрафные санкции, в том числе за покупку и передачу несовершеннолетним табачных и электронных курительных изделий.
- **инициирование контрольных мероприятий** – передача в МВД и Роспотребнадзор информации о местах продажи табачной и никотинсодержащей продукции, а также электронных курительных изделий несовершеннолетним.

4. Партнеры по реализации социальной кампании

Полиграфическая продукция, социальная реклама, пресс-релизы и другие материалы выпускаются МОО «Общественный Совет по проблеме подросткового курения» (далее – Общественный Совет). Общественным Советом осуществляется общая координация проектом.

В 2022-2024 годах социальная кампания запущена в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирской, Ленинградской, Ярославской, Новгородской, Псковской, Смоленской, Калужской, Вологодской, Тульской, Рязанской, Нижегородской, Калининградской, Свердловской, Тверской, Воронежской, Пензенской областях и Алтайском крае. В 2025 году в географию программы включены: Омская, Пермская, Оренбургская, Владимирская, Волгоградская, Кемеровская, Челябинская, Ростовская области, Республика Карелия и Ставропольский край.

Отдельно в каждом регионе, входящем в географию программы, формируется организационный комитет социальной кампании.

В организационный комитет (или рабочую группу) социальной кампании в Волгоградской области приглашаются представители профильных министерств и управлений Правительства Волгоградской области:

– **Комитета промышленной политики, торговли и топливно-энергетического комплекса Волгоградской области** – для оказания содействия в распространении полиграфических материалов среди предприятий торговли Волгоградской области;

– **Управления пресс-службы аппарата губернатора Волгоградской области** – для оказания информационной поддержки кампании: освещения в СМИ старта, итогов кампании и совместной работы, а также для оказания содействия в предоставлении мест для наружной социальной рекламы.

– **Комитета образования и науки Волгоградской области** – для оказания помощи в распространении среди родительской аудитории социальной рекламы с призывом сообщать о местах продажи электронных курительных изделий и табачной продукции несовершеннолетним;

– **Комитета молодежной политики Волгоградской области** – для распространения социальной рекламы в социальных сетях и привлечения волонтеров для распространения материалов кампании в торговых точках.

Также к реализации кампании приглашаются региональные волонтерские и общественные организации, торговые- и бизнес-ассоциации.