



Общественный
Совет по Проблеме
Подросткового
Курения

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1
к письму № 1405/02 от 27.02.2025 г.

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

1. Актуальность

В последние годы в России наблюдается значительный рост популярности электронных систем доставки никотина (далее – ЭСДН), которые привлекают всё больше внимания со стороны подростков и молодёжи, благодаря своей ценовой и ассортиментной доступности.

С 2020 года продажа данной продукции несовершеннолетним запрещена, а штрафы за несоблюдение этого требования значительно увеличены.

Несмотря на действующий запрет и ужесточение штрафных санкций за его нарушение, табачная и никотинсодержащая продукция, а также ЭСДН продолжают оставаться доступными для несовершеннолетних, особенно в точках мелкорозничной торговли. Этот вывод подтверждается результатами социологических исследований. Так, согласно опросу, проведённому социологическим холдингом «Ромир», большинство подростков, покупающих ЭСДН, сообщили, что продавцы редко отказывают им в продаже данной продукции: лишь 20% респондентов указали, что иногда сталкиваются с отказами, тогда как 72% заявили об отсутствии подобных случаев. Кроме того, доля подростков в возрасте 11–17 лет, употребляющих ЭСДН, составляет 26%, а среди возрастной группы 16–17 лет этот показатель достигает 44,7%.

Ещё одним каналом приобретения табачной и никотинсодержащей продукции несовершеннолетними является покупка через взрослых знакомых или случайных прохожих, что нарушает статью 20 пункт 1 Федерального закона № 15-ФЗ. Опросы холдинга «Ромир» показывают, что около 40% курящих подростков прибегают к помощи совершеннолетних для покупки сигарет.

2. Цели и задачи социальной кампании

Для решения обозначенных проблем в регионах Российской Федерации реализуется социальная кампания, направленная на ограничение доступа 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;

- памяток и плакатов для продавцов с информацией о штрафах, фразами корректного отказа при сомнении в совершеннолетию покупателя и призывом соблюдать закон.

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

- **проведение кампании социальной рекламы** – создание и продвижение в социальных сетях и размещение на наружных рекламных носителях и в транспорте серии социальных плакатов и баннеров, призывающих сообщать о местах продажи несовершеннолетним табачной и никотинсодержащей продукции, продавцов не продавать эту продукцию подросткам, а взрослых покупателей не помогать детям в ее приобретении;

- **проведение информационной кампании в СМИ**, популяризирующей действующие запреты и штрафные санкции, в том числе за покупку и передачу несовершеннолетним табачной продукции и ЭСДН;

- **инициирование контрольных мероприятий** – передача в Управления Роспотребнадзора и МВД информации о местах продажи табачной и никотинсодержащей продукции несовершеннолетним, включая случаи ее реализации через сеть Интернет.

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, Владимирская, Оренбургская, Пермская, 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 Владимирской области приглашаются представители профильных министерств и управлений Правительства Владимирской области:

- **Министерства предпринимательства и туризма Владимирской области** – для оказания содействия в распространении полиграфических материалов среди предприятий торговли регионов РФ;

– **Управления массовых коммуникаций Администрации Губернатора Владимирской 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.

– **Министерства образования и молодежной политики Владимирской области** – для оказания помощи в распространении среди родительской аудитории социальной рекламы с призывом сообщать о местах продажи электронных курительных изделий и табачной продукции несовершеннолетним

- **Управления реализации молодежной политики Министерства образования и молодежной политики Владимирской 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.