



FCTC

РАМОЧНАЯ КОНВЕНЦИЯ ВОЗ
ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА

**КОНФЕРЕНЦИЯ СТОРОН РАМОЧНОЙ КОНВЕНЦИИ ВОЗ
ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА**

**(Draft) FCTC/COP/10/B/R/5
10 февраля 2024 г.**

**Десятая сессия (возобновленная)
Панама-Сити, Панама, 5–10 февраля 2024 г.**

Пятый доклад Комитета В

(Проект)

Комитет В провел свое девятое заседание 10 февраля 2024 г. под председательством д-ра Мансура Зафера Алькалтани (Саудовская Аравия).

Комитет В рекомендует Конференции Сторон принять прилагаемые решения, касающиеся следующих пунктов повестки дня:

6. Договорные документы и технические вопросы

6.2 Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий: изображение табака в развлекательной продукции средств массовой информации: доклад рабочей группы

Одно решение, озаглавленное:

- Специальные руководящие принципы противодействия трансграничной рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табачных изделий и изображению табака в развлекательной продукции средств массовой информации для осуществления статьи 13 (Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий) РКБТ ВОЗ

8. Бюджетные и институциональные вопросы

8.6 Возможные поправки к Правилам процедуры Конференции Сторон

Одно решение с поправками, озаглавленное:

- Поправки к Правилам процедуры Конференции Сторон

8.2 Предлагаемые план работы и бюджет на финансовый период 2024–2025 гг.

Одно решение с поправками, озаглавленное:

- План работы и бюджет на финансовый период 2024–2025 гг.

Пункт 6.2 повестки дня

Специальные руководящие принципы противодействия трансграничной рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табачных изделий и изображению табака в развлекательной продукции средств массовой информации для осуществления статьи 13 (Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий) РКБТ ВОЗ

Конференция Сторон (КС),

ссылаясь на статью 13 (Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий) Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака (РКБТ ВОЗ);

ссылаясь также на *Руководящие принципы осуществления статьи 13* РКБТ ВОЗ, принятые третьей сессией КС в решении FCTC/COP3(12);

ссылаясь далее на статью 12 РКБТ ВОЗ (Просвещение, передача информации, подготовка и информирование населения) и на Руководящие принципы ее осуществления, принятые четвертой сессией КС (FCTC/COP4(7));

вновь подтверждая одиннадцатый пункт преамбулы РКБТ ВОЗ, в котором проявляется серьезная обеспокоенность по поводу воздействия всех форм рекламы, стимулирования продажи и спонсорства в целях поощрения употребления табачных изделий;

вновь подтверждая также решение FCTC/COP8(18) о защите политики общественного здравоохранения по борьбе против табака от воздействия коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности в соответствии со статьей 5.3 РКБТ ВОЗ;

признавая, что табачные компании и те, кто действует в их интересах, все шире используют цифровые коммуникационные платформы для рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табачных изделий и для вмешательства в разработку и осуществление мер по борьбе против табака;

вновь подтверждая решение FCTC/COP8(22), в котором Сторонам напоминает о необходимости применять меры в отношении рекламы, стимулирования продажи и спонсорства новых и появляющихся табачных изделий в соответствии со статьей 13 РКБТ ВОЗ;

вновь подтверждая также решение FCTC/COP7(9), в котором Сторонам предлагается рассмотреть возможность применения мер регулирования, например таких, которые упомянуты в документе FCTC/COP/7/11, для запрета или ограничения производства, ввоза, распространения, рекламирования, продажи и использования электронных систем доставки никотина (ЭСДН) и электронных систем доставки продуктов, не являющихся никотином (ЭСДПН), в соответствии с их национальным законодательством и целями в области общественного здравоохранения;

ссылаясь на решение FCTC/COP7(5) «Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий: изображение табака в развлекательной продукции средств массовой информации», в котором КС РКБТ ВОЗ предложила Секретариату Конвенции учредить группу экспертов, представившую доклад по этому вопросу;

рассмотрев рекомендации, сформулированные Группой экспертов в ее докладе «Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий: изображение табака в развлекательной продукции средств массовой информации», изданном в качестве документа FCTC/COP/8/7;

признавая, что за период после принятия *Руководящих принципов осуществления статьи 13* ассортимент развлекательной продукции СМИ существенно изменился;

признавая также, что при доступе к развлекательной продукции СМИ все шире используются цифровые технологии и Интернет, а процессы ее создания, производства, предоставления и потребления все активнее выходят за национальные границы;

признавая далее, что изменения в медийном ландшафте сопровождаются изменениями в маркетинговых стратегиях, при которых потребители, включая молодежь, используют новые способы взаимодействия с компаниями, вследствие чего воздействие маркетинга на эту аудиторию и активность его проведения могут возрасти;

отмечая, что в этом контексте деятельность по рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табака в настоящее время предусматривает уделение особого внимания цифровым маркетинговым каналам, таким как социальные сети, что увеличивает воздействие маркетинга табачных изделий на подростков и молодежь;

отмечая также, что, как показала практика, все виды развлекательного медийного контента – например, фильмы, музыкальные клипы, онлайн-видеоматериалы, телевизионные программы, потоковые сервисы, сообщения в социальных сетях, видеоигры и приложения для мобильных телефонов – изображают и популяризируют употребление табака и табачных изделий таким образом, что это может способствовать приобщению молодежи к курению;

признавая, что в этом контексте коммерческие сообщения, включая коммерческие изображения табачных изделий потребителями и другими лицами, могут обманчиво выдаваться за случаи законного выражения мнений по смыслу *Руководящих принципов осуществления статьи 13*, и что расхождение между этими понятиями существенно затрудняет обеспечение соблюдения запретов и/или ограничений в отношении РСПСТ;

признавая также, что в некоторых случаях традиционные подходы к запрету или ограничению рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табачных изделий должны усиливаться путем принятия новых национальных законов или более эффективного применения существующих законов;

признавая далее, что обеспечение соблюдения полных трансграничных запретов или ограничений на РСПСТ лучше всего может быть достигнуто путем международного сотрудничества;

ссылаясь на решение FCTC/COP8(17) «Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий: изображение табака в развлекательной продукции средств массовой информации», в котором КС постановила создать межсессионную Рабочую группу для разработки специальных руководящих принципов без рассмотрения существующих *Руководящих принципов осуществления статьи 13*;

ссылаясь также на тот факт, что в решении FCTC/COP8(17) КС указала, что существующие *Руководящие принципы осуществления статьи 13* в полной мере сохраняют свою актуальность и не подлежат рассмотрению,

1. ПОСТАНОВЛЯЕТ принять Специальные руководящие принципы противодействия трансграничной рекламе, стимулированию продажи и спонсорству табачных изделий и изображению табака в развлекательной продукции средств массовой информации для осуществления статьи 13 (Реклама, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий), содержащиеся в приложении к настоящему решению;

2. ПРИЗЫВАЕТ Стороны:

(a) полностью осуществлять статью 13 Конвенции в соответствии со статьями 13.2 и 13.3;

(b) принимать меры к тому, чтобы процесс осуществления и обеспечения соблюдения статьи 13 на национальном уровне проводился с учетом изменений в медийном ландшафте и методах маркетинга благодаря мониторингу и оценке эффективности осуществления и обеспечения соблюдения;

(c) обмениваться информацией для оказания помощи другим Сторонам в трансграничном правоприменении, когда это необходимо, в том числе в отношении цифровых каналов, в частности путем сотрудничества в целях:

- (i) расширения масштабов и охвата мониторинга трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табачных изделий для сбора данных по конкретной стране/региону в соответствии с конституционными принципами и национальным законодательством;
- (ii) взаимодействия в сфере разработки технологий и других средств, необходимых для содействия устранению или ограничению трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства;
- (iii) разработки механизмов регулярного уведомления между Сторонами для содействия устранению трансграничных форм РСПСТ, особенно в случаях, когда Стороны являются соседними странами, имеют общий язык или иным образом совместно используют медийный контент;
- (iv) обмена подробной информацией о компетентном независимом органе для мониторинга и применения законов о противодействии РСПСТ и предоставления ему необходимых полномочий и ресурсов, как это рекомендовано в существующих Руководящих принципах осуществления статьи 13; и
- (v) мониторинга достижений и изменений в коммуникационных технологиях, потреблении развлекательной продукции СМИ и маркетинговых стратегиях в отношении всех табачных изделий (включая новые и появляющиеся табачные изделия), ЭСДН/ЭСДПН и никотиновых изделий, не являющихся утвержденными медицинскими препаратами.

3. ПОСТАНОВЛЯЕТ ДАЛЕЕ, что Специальные руководящие принципы применяются в дополнение к *Руководящим принципам осуществления статьи 13*, не заменяя и не изменяя их;

4. ПОРУЧАЕТ Секретариату Конвенции продолжать свои усилия по предоставлению технической помощи и материалов для содействия Сторонам в осуществлении статьи 13.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
ТРАНСГРАНИЧНОЙ РЕКЛАМЕ, СТИМУЛИРОВАНИЮ ПРОДАЖИ И
СПОНСОРСТВУ ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ИЗОБРАЖЕНИЮ ТАБАКА
В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 13 РКБТ ВОЗ¹**

НАЗВАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ЦЕЛЬ

Цель Специальных руководящих принципов

ИЗЛОЖЕНИЕ ПРИНЦИПОВ И ИХ СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Принципы

Применение

РЕКОМЕНДАЦИИ

МОНИТОРИНГ И ПРАВОПРИМЕНЕНИЕ

ДОПОЛНЕНИЕ

Ориентировочный (неисчерпывающий) перечень форм трансграничной рекламы, стимулирования продаж и спонсорства табачных изделий на коммуникационных платформах цифровых СМИ и изображения табака в развлекательной продукции СМИ.

¹ Согласно решению FCTC/COP8(17), *Руководящие принципы осуществления статьи 13 РКБТ ВОЗ* в полной мере сохраняют свою актуальность.

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ РУКОВОДЯЩИЕ ПРИНЦИПЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
ТРАНСГРАНИЧНОЙ РЕКЛАМЕ, СТИМУЛИРОВАНИЮ ПРОДАЖИ
И СПОНСОРСТВУ ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ИЗОБРАЖЕНИЮ ТАБАКА
В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТАТЬИ 13 РКБТ ВОЗ¹**

ВВЕДЕНИЕ

1. Статья 13 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака (РКБТ ВОЗ) обязывает Стороны ввести полный запрет на всю рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табачных изделий (РСПСТ) (статья 13.2) или применить ограничения, если Страна не может ввести полный запрет в силу своей конституции или конституционных принципов (статья 13.3).

2. Определения основных терминов, употребляемых в статье 13, содержатся в статье 1 Конвенции. Согласно статье 1(с) «реклама и стимулирование продажи табака» означает «любой вид передачи коммерческой информации, рекомендации или действия с целью, результатом или вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно». Статья 1(g) определяет «спонсорство табака» как «любой вид вклада в любое событие, мероприятие или отдельное лицо с целью, результатом или вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно».

3. В 2008 г. на третьей сессии Конференции Сторон были приняты *Руководящие принципы осуществления статьи 13*, цель которых состояла в оказании помощи Странам в выполнении их обязательств по статье 13. В *Руководящих принципах осуществления статьи 13* определены формы РСПСТ, на которые следует ввести полный запрет.

4. *Руководящие принципы осуществления статьи 13* касаются трансграничных форм РСПСТ. В *Руководящих принципах* рекомендуется запретить продажи табака через интернет, так как им внутренне присущи реклама и стимулирование продажи табака (пункт 21). В более широком плане в *Руководящих принципах* рекомендуется следующее (пункт 52).

«Стороны, которые ввели полный запрет или ограничения на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака, должны обеспечить, чтобы любая реклама, стимулирование продажи и спонсорство, исходящие с их территории, были запрещены или ограничены таким же образом, как и внутренняя реклама, стимулирование продажи и спонсорство табака. Странам следует использовать свое суверенное право принимать эффективные меры для ограничения или предотвращения любой трансграничной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства, поступающих на их территорию, будь то из Стран, установивших ограничения, или из несторон, признавая тот факт, что в некоторых случаях эффективные меры, возможно, необходимо будет рассматривать в Протоколе».

¹ Согласно решению FCTC/COP8(17), *Руководящие принципы осуществления статьи 13* РКБТ ВОЗ в полной мере сохраняют свою актуальность.

5. Относительно изображения табака в развлекательной продукции СМИ *Руководящие принципы осуществления статьи 13* содержат следующую рекомендацию (пункт 31).

«Сторонам следует принять особые меры, касающиеся изображения табака в развлекательной продукции средств массовой информации, включая требование удостоверить отсутствие получения выгод за любые изображения табака, запрещающие использование поддающихся идентификации табачных марок или их изображений, требующие антитабачную рекламу и создание системы категорий или классификационной системы, учитывающей изображение табака».

6. Хотя Сторонами РКБТ ВОЗ уже введен запрет на многие формы РСПСТ, в том числе через телевидение, радиовещание, печатную продукцию и внешние СМИ, усилия по РСПСТ перешли в русло альтернативных каналов и методов. Правовое регулирование этих каналов и методов может быть не столь эффективным, например из-за того, что положения законов о борьбе против табака сформулированы или интерпретируются недостаточно широко, чтобы обеспечивать охват коммуникационных платформ цифровых СМИ и связанных с ними методов, или из-за предполагаемых или фактических трудностей с мониторингом или обеспечением соблюдения требований на коммуникационных платформах цифровых СМИ.

7. В период после принятия *Руководящих принципов осуществления статьи 13* наблюдалось расширение трансграничного распространения развлекательной продукции СМИ, в частности благодаря массовому доступу к сети интернет, социальным сетям, смартфонам и доступности цифровых видеоматериалов, фильмов и игр. Эти формы цифровых СМИ и используются для РСПСТ. Процесс осуществления РСПСТ в цифровых СМИ имеет потенциал для обеспечения широкого охвата, особенно молодежной аудитории. Расширению возможностей для РСПСТ также способствуют коммуникационные платформы цифровых СМИ, поскольку их пользователи могут создавать контент, взаимодействовать с ним и публично одобрять его.

8. Кроме того, с момента принятия *Руководящих принципов осуществления статьи 13* расширились рынки новых и появляющихся табачных изделий. Признавая, что некоторые Стороны решили запретить такие изделия, они создают особые трудности для применения запретов и ограничений РСПСТ. Во многих юрисдикциях материалы по рекламированию и стимулированию продажи устройств, предназначенных главным образом (а в большинстве случаев исключительно) для обеспечения употребления таких табачных изделий, широко распространены и часто размещаются на трансграничных коммуникационных платформах цифровых СМИ. Любая реклама или стимулирование продажи устройства, функция которого заключается в обеспечении употребления какого-либо табачного изделия, будет иметь целью либо прямым или косвенным следствием рекламирование этого табачного изделия или стимулирование его продажи.

ЦЕЛЬ

Цель Специальных руководящих принципов

9. Цель настоящих Специальных руководящих принципов состоит в том, чтобы дополнить *Руководящие принципы осуществления статьи 13* и оказать дальнейшую помощь Сторонам в выполнении их обязательств по статье 13 РКБТ ВОЗ. Они основаны на наилучших имеющихся данных и опыте Сторон, успешно применивших эффективные меры противодействия РСПСТ. Они дают Сторонам руководство для внедрения и соблюдения полного запрета РСПСТ, а тем Сторонам, которые не могут ввести полный запрет в силу своей конституции или

конституционных принципов, – руководство для как можно более широкого и всестороннего применения ограничений на РСПСТ. С этой целью в Специальных руководящих принципах содержатся рекомендации о том, как эффективно ввести полный запрет или ограничения на РСПСТ в свете растущего использования трансграничных каналов и цифровых СМИ.

10. Ничто в настоящих Специальных руководящих принципах не умаляет и не изменяет *Руководящие принципы осуществления статьи 13*. Настоящие Специальные руководящие принципы применяются в дополнение к *Руководящим принципам осуществления статьи 13* и никоим образом не заменяют их и не служат в качестве замещающего их документа.

ИЗЛОЖЕНИЕ ПРИНЦИПОВ И СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Принципы

11. Эффективность усилий по ликвидации трансграничных форм РСПСТ зависит прежде всего от полноты запретов и/или ограничений в отношении РСПСТ и их осуществления на территории каждой Стороны в соответствии со статьей 13 РКБТ ВОЗ.

12. Правоприменению в рамках юрисдикции каждой Стороны может способствовать международное сотрудничество, поскольку согласованные правоприменительные действия могут быть эффективнее и позволяют избежать дублирования в работе, особенно в сфере правового регулирования развлекательной продукции цифровых СМИ, которая в целом носит трансграничный характер. Решительные правоприменительные меры, принимаемые в стране происхождения РСПСТ, являются наиболее эффективным способом ликвидации трансграничных форм РСПСТ.

13. Важнейшую роль в обеспечении надлежащего внедрения, поддержания и соблюдения мер противодействия РСПСТ играет гражданское общество, в частности в рамках своих функций по мониторингу и выявлению изображений табака в развлекательной продукции и на коммуникационных платформах цифровых СМИ, а также по информированию о них. Следует избегать конфликтов интересов, особенно с табачной промышленностью или ее представителями.

Применение

14. Коммуникационные платформы цифровых СМИ – это доступные в интернете онлайн-пространства, где пользователи могут публиковать, приобретать, просматривать, делиться, создавать, загружать, транслировать или взаимодействовать с контентом, который включает в себя любую форму электронных носителей, таких как цифровые видео- и аудиоматериалы, изображения, социальные сети, приложения, игры, веб-страницы и интерактивные медийные средства.

15. На коммуникационных платформах цифровых СМИ могут размещаться различные виды изображений табака, которые в правовом контексте каждой Стороны могут представлять собой РСПСТ, в том числе в форме:

- (а) контента, который прямо или косвенно финансируется табачной промышленностью или теми, кто действует в ее интересах;

- (b) лиц, которые прямо или косвенно финансируются табачной промышленностью или теми, кто действует в ее интересах, в целях стимулирования продажи или с вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия и/или употребления табака;
- (c) изображений табачных изделий и/или употребления табака, которые в той или иной степени представляют собой РСПСТ в контенте платформы цифрового СМИ (независимо от того, относятся ли они к табачной промышленности); и
- (d) онлайн-рекламы или стимулирования продажи табачных изделий или употребления табака на коммуникационных платформах цифровых СМИ.

РЕКОМЕНДАЦИИ

16. В соответствии с *Руководящими принципами осуществления статьи 13*, любая Сторона, конституция или конституционные положения которой налагают ограничения на осуществление полного запрета, согласно статье 13.3 Конвенции применяет как можно более широкие ограничения с учетом этих препятствий.
17. Введение полного запрета* на РСПСТ следует применять ко всем типам СМИ, в том числе к коммуникационным платформам цифровых СМИ с учетом национального законодательства.
18. Эффективное соблюдение запретов на РСПСТ* можно усилить, если Стороны будут совместно и систематически работать над мониторингом, выявлением, устранением и/или предупреждением появления исходящих и входящих трансграничных форм РСПСТ и РСПСТ на коммуникационных платформах цифровых СМИ. Эта деятельность должна включать сотрудничество между Сторонами в целях усиления запретов* и обеспечения их соблюдения.
19. Сторонам следует разработать или продолжать осуществлять законодательство, нормативные акты или административные меры по сокращению распространения в развлекательных СМИ изображений табака.
20. Стороны могут принять решение не предоставлять или отозвать существующие налоговые льготы, производственные стимулы или субсидии для любого вида развлекательной продукции или услуги, которые нарушают национальное законодательство о противодействии РСПСТ.
21. Сторонам рекомендуется консультироваться или сотрудничать с индустрией СМИ, чтобы сокращать число изображений табака в развлекательной продукции СМИ, особенно в информационных материалах, потребляемых подростками и молодежью. Привлечение заинтересованных сторон, не относящихся к сектору здравоохранения, будет способствовать более глубокому пониманию влияния изображений табака на масштабы распространения курения.
22. Сторонам следует требовать от коммуникационных платформ цифровых СМИ применять и соблюдать существующие запреты на РСПСТ и принимать в соответствии со своим национальным законодательством меры по предотвращению публикации контента, представляющего собой РСПСТ, через различные учетные записи и каналы. Эти положения должны действовать в отношении всех коммуникационных платформ цифровых СМИ.

* Или ограничений, если какая-либо Сторона не может ввести полный запрет в силу своей конституции или конституционных положений в соответствии со статьей 13.3 РКБТ ВОЗ.

23. Введение полного запрета** на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство новых и появляющихся табачных изделий должно включать с учетом национального законодательства используемые вместе с ними устройства, функция которых заключается в обеспечении употребления таких изделий.

24. Сторонам следует принять меры к тому, чтобы полный запрет на РСПСТ и его соблюдение являлись неотъемлемой частью мер по онлайн-защите молодежи и повышению безопасности в Интернете.

МОНИТОРИНГ И ПРАВОПРИМЕНЕНИЕ

25. В соответствии с *Руководящими принципами осуществления статьи 13* Сторонам следует ввести и применять эффективные, пропорциональные и сдерживающие меры наказания. Сторонам также следует назначить компетентный независимый орган для мониторинга и правоприменения и предоставить ему необходимые полномочия и ресурсы, если такой орган еще не назначен. Гражданское общество должно принимать участие в мониторинге и правоприменении и иметь доступ к отправлению правосудия. Кроме того, в процессе мониторинга следует уделять особое внимание достижениям в области коммуникационных технологий и изменениям в структуре потребления развлекательной продукции СМИ.

26. С учетом того, что в *Руководящих принципах осуществления статьи 13* хост-системы информационного содержания отнесены к числу ответственных субъектов, и без ущерба для общеправовых обязательств, которые должны возлагаться на хост-системы информационного содержания согласно *Руководящим принципам осуществления статьи 13*, в соответствии с национальным законодательством на хост-системы информационного содержания следует возложить отдельные обязательства по выявлению РСПСТ и удалению материалов РСПСТ, по крайней мере после того, когда о них станет известно.

27. *Новые трансграничные стратегии.* При выявлении в ходе мониторинга новых коммуникационных технологий и широкомасштабных изменений в развлекательной продукции СМИ Сторонам следует рассмотреть вопрос о принятии дополнительных регулирующих мер в целях введения запрета** на трансграничные формы РСПСТ. Стороны должны изучить возможность регулирования новых стратегий/инициатив без ущерба для применения положений статьи 13, а также *Руководящих принципов осуществления статьи 13* и Специальных руководящих принципов. Сторонам необходимо поощрять и облегчать проведение исследований по вопросу о воздействии новых трансграничных стратегий РСПСТ на нормализацию потребления табачных изделий, а также о влиянии таких стратегий на приобщение к табачным изделиям и их потребление, уделяя особое внимание молодежи и меньшинствам.

** Или ограничений, если какая-либо Сторона не может ввести полный запрет в силу своей конституции или конституционных положений в соответствии со статьей 13.3 РКБТ ВОЗ.

ДОПОЛНЕНИЕ

Ниже приводится ориентировочный (неисчерпывающий) перечень, иллюстрирующий трансграничные формы РСПСТ на коммуникационных платформах цифровых СМИ и изображения табака в развлекательной продукции СМИ, которые могут варьироваться в зависимости от Сторон и классифицироваться по-разному в различных юрисдикциях.

Примеры РСПСТ для разных типов СМИ

1. Цифровые медиаплатформы предоставляют табачной промышленности дополнительное пространство для стимулирования продажи своей продукции и подрыва стратегий борьбы против табака. К формам РСПСТ на таких сайтах относятся:

(a) *Прямое стимулирование продажи продукта с помощью платной рекламы.* На прямое стимулирование продажи часто указывают включаемые обозначения «Платное спонсорство», «Платное партнерство» или #ad.

(b) *Стимулирование продажи через инфлюенсеров.* Субъекты табачной промышленности или те, кто действует в их интересах, стимулируют или спонсируют отдельных лиц для размещения в интернете контента с указанием брендов продукции. Инфлюенсеры в социальных сетях нередко изучают вопросы о том, какие бренды следует продвигать, когда публиковать контент для максимального охвата аудитории и как избежать публикации контента, похожего на постановочную рекламу. Субъекты табачной промышленности или те, кто действует в их интересах, организуют вечеринки и конкурсы со спонсорской поддержкой брендов и побуждают участников публиковать сообщения на своих аккаунтах в социальных сетях. Инфлюенсерам и отдельным лицам зачастую поручают при стимулировании продажи продукции в социальных сетях включать в свои сообщения определенные хэштеги.

(c) *Коммерческое распространение сообщений потребителей об их личном опыте употребления табака.* Потребители табачных изделий могут делиться контентом, изображающим употребление табака, а также непосредственно комментировать контент, в котором пропагандируется употребление табака или рекомендуются определенные бренды или изделия. В зависимости от контекста такие сообщения могут представлять собой законное выражение мнений. Затем другие субъекты, действующие в интересах табачной промышленности, могут принять решение о расширении охвата этого контента, заплатив коммуникационным платформам цифровых СМИ за его трансляцию на другие аудитории, вследствие чего эти личные сообщения с законным выражением мнений будут использоваться в коммерческих целях для стимулирования продажи.

(d) *Популяризация мероприятий.* Участники или команды в рамках какого-либо мероприятия спонсируются табачными компаниями и социальными сетями, а платформы для обмена аудиовизуальными материалами транслируют это мероприятие и/или изображения о его проведении. В случае крупных спортивных мероприятий, таких как автогонки, охват может быть глобальным, поскольку эти события широко транслируются, в том числе в традиционных СМИ.

(e) *Популяризация корпораций и кампаний.* Табачные компании или те, кто действует в их интересах, продвигают корпоративный бренд или бренд кампании вместо бренда какого-либо табачного изделия, популяризируя корпоративный бренд или бренд кампании через социальные сети. Корпоративные рекламные кампании и акции, в ходе которых

табачные компании изображаются как новаторы и социально ответственные субъекты, зачастую направлены на продвижение новых табачных изделий в качестве менее вредных альтернатив традиционным сигаретам, причем нередко в отсутствие независимых научных данных в поддержку таких утверждений.

(f) *Изображения употребления табака, включенные в коммерческий контент, в котором эти изображения не являются законным выражением мнений.* Хотя основная часть контента в социальных сетях не носит коммерческого характера, коммерческий контент привлекает большое число пользователей (например, музыкальные клипы, короткометражные фильмы, веб-сериалы и т. д.) или связан с создателем контента, который получает доход от пользовательского трафика и от приобретения пользователями представленных/просматриваемых видов продукции. Так, повышенный спрос и широкое распространение характерны для музыкальных клипов, которые представляют собой популярный контент на сайтах обмена аудиовизуальными материалами; они также являются основным глобальным источником воздействия изображений табака.

(g) *Интеграция продукции.* Табачные компании или те, кто действует в их интересах, сотрудничают с продюсерами, продюсерскими компаниями и сценаристами, чтобы выстраивать сюжетные линии с привлечением своей продукции и органично интегрировать ее в производимый контент.

(h) *Спонсируемые новости или информационно-развлекательный контент.* Табачная промышленность или те, кто действует в ее интересах, предлагают журналистам или редакторам новостных/информационных программ посещать объекты, предлагать идеи для историй или спонсировать новостные сюжеты по смежным или отвлеченным темам.

(i) *Реклама, стимулирование продаж и спонсорство устройств.* Реклама или стимулирование продажи устройства или устройств, обеспечивающих употребление табачных изделий, может прямо или косвенно рекламировать или стимулировать продажу самих табачных изделий.

2. Табачные компании и те, кто действует в их интересах, являются операторами учетных записей в социальных сетях и веб-сайтов с контентом, который транслируется через границы. Эти сайты часто используются не только для законного выражения мнений, но и для продвижения корпоративных брендов той или иной компании, для стимулирования продажи конкретных видов продукции или распространения сообщений о бренде под видом предоставления информации потребителям или в качестве проявления корпоративной социальной ответственности. Табачная промышленность использует сайты социальных сетей и корпоративные веб-сайты, чтобы представить себя в качестве современной, социально ответственной и устойчивой отрасли и отмежеваться от вреда, причиняемого ее продукцией.

3. Предприятия табачной промышленности и связанные с ними третьи стороны могут оказывать помощь в разработке, распространении и спонсировании видеоигр, компьютерных игр и приложений для смарт-устройств.

Примеры изображений табака в развлекательной продукции и на коммуникационных платформах цифровых СМИ

4. *Видеофильмы, кино, телевидение и потоковое вещание* являются важными источниками изображений табака. Было обнаружено, что привлекательный для молодежи контент, например телевизионные реалити-шоу, содержит большое количество изображений табака.

5. *Программы потокового телевидения.* Вследствие сокращения зрительской аудитории традиционного телевидения и растущего распространения онлайн-трансляций и платной подписки потоковый контент становится все более масштабным источником потенциальных рекламных акций табачных изделий. В общемировом масштабе лица молодого возраста (18-34 лет) намного активнее пользуются интернетом и смартфонами по сравнению с лицами в возрасте 35 лет и старше; на момент подготовки доклада такие возрастные различия прослеживались в странах с высоким и низким уровнем дохода. Распространение изображений табака в популярном потоковом контенте является более интенсивным по сравнению с программами традиционного или кабельного телевидения.

6. *Видеоигры/компьютерные игры.* В молодежной среде популярны как пакетные, так и онлайн-видеоигры, но при этом существует крайне мало механизмов контроля, обеспечивающих защиту/профилактику воздействия на пользователей изображений табака, встроенных в игры, или покупок внутри какой-либо игры/приложения. Возрастные ограничения могут не учитывать фактор употребления табака, и покупатели более молодого возраста легко их обходят.

7. *Приложения для смартфонов.* В ряде приложений для смартфонов (которые в обиходе обозначаются сокращением «apps») показываются изображения марок сигарет или изображения, похожие на существующие бренды. Приложения, пропагандирующие курение, включают мультипликационную игру и возможность имитировать процесс курения с помощью высококачественных бесплатных приложений или приложений, упрощающих продажу табачных изделий, новых и появляющихся табачных изделий, а также устройств, предназначенных для употребления таких изделий.

Пункт 8.6 повестки дня

Поправки к Правилам процедуры Конференции Сторон

Конференция Сторон (КС),

напоминая, что ее Правила процедуры были приняты в решении FCTC/COP1(8) и изменены в решениях FCTC/COP6(24), FCTC/COP7(28) и FCTC/COP8(11);

принимая к сведению доклад Секретариата Конвенции, представленный в документе FCTC/COP/10/21, в котором содержатся возможные поправки к Правилам процедуры КС, рекомендованные Президиумом;

отмечая важное значение обновления Правил процедуры КС в целях содействия эффективному функционированию КС;

отмечая также необходимость обеспечения координации между руководящими органами Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака и Протокола о ликвидации незаконной торговли табачными изделиями,

1. УТВЕРЖДАЕТ поправки к Правилам процедуры КС, содержащиеся в приложении 1 к настоящему решению;
2. ПОСТАНОВЛЯЕТ:
 - (a) незамедлительно применить поправку к правилу 60 в отношении утверждения доклада о каждой сессии КС в предварительном порядке;
 - (b) разъяснить, что под «стенограммами пленарных заседаний», о которых говорится в правиле 60 и правиле 64 Правил процедуры КС, понимаются в том числе аудиофайлы;
3. ПОРУЧАЕТ Президиуму КС периодически рассматривать вопрос о необходимости внесения поправок в Правила процедуры КС и при необходимости представлять предлагаемые поправки на рассмотрение КС, а также координировать свою деятельность с Президиумом Совещания Сторон Протокола в тех случаях, когда эти правила могут касаться совместных вопросов.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПОПРАВКИ К ПРАВИЛАМ ПРОЦЕДУРЫ КОНФЕРЕНЦИИ СТОРОН

Правило 2 (Определения)	11. «открытые» заседания или совещания означают заседания или совещания, открытые для присутствия Сторон, государств и региональных организаций экономической интеграции, которые не являются Сторонами, Секретариата, межправительственных и неправительственных организаций, которым был предоставлен статус наблюдателей на основании правил 30 и 31, соответственно, и, если Конференция Сторон не примет иного решения, аккредитованных средств массовой информации;
Правило 15 (Секретариат)	В дополнение к функциям, предусмотренным в Конвенции, в частности в статье 24, Секретариат, в соответствии с настоящими Правилами: (a) обеспечивает устный перевод на сессии; (b) организует прямую веб-трансляцию всех пунктов повестки дня, рассматриваемых на пленарных заседаниях, если Стороны не примут иного решения, в соответствии с рекомендацией Президиума и решением, принимаемым Конференцией Сторон в начале каждой сессии, при условии решения любых соответствующих технических вопросов и наличия финансовых ресурсов; (c) организует проведение сессий Конференции Сторон в виртуальном формате на основе согласованного решения Президиума Конференции Сторон и Президиума Совещания Сторон в тех случаях, когда такие исключительные меры требуются в связи с чрезвычайной ситуацией; (d) собирает, переводит, издает и распространяет документы сессии; (...)
Правило 24ter (Должностные лица)	В дополнение к функциям, которые Конференция Сторон может время от времени поручать Президиуму, и помимо функций, описанных в правилах 6, 9, 19 и 21–24, функции Президиума включают следующие: (a) предоставлять рекомендации совместно с Президиумом Совещания Сторон , Генеральному директору ВОЗ в отношении назначения руководителя Секретариата, включая, при необходимости, назначение исполняющего обязанности руководителя Секретариата
Правило 60 (Языки и протоколы)	Стенограммы пленарных заседаний Конференции Сторон и отчеты о каждой сессии Конференции Сторон и каждом заседании ее вспомогательных органов выпускаются на шести рабочих языках. Отчеты, отражающие работу заседания и включающие любые решения, должны подготавливаться Докладчиком при содействии со стороны Секретариата.
Правило 8 (Повестка дня)	Для каждой очередной сессии Секретариат не позднее чем за семьдесят пять дней до открытия сессии распространяет среди Сторон, а также наблюдателей, которые приглашены для участия в сессии в соответствии с правилами 29, 30 и 31, предварительную повестку дня на официальных языках вместе с другими документами конференции.

Пункт 8.2 повестки дня

План работы и бюджет на финансовый период 2024–2025 гг.

Конференция Сторон (КС),

вновь подтверждая решение FCTC/COP1(9) об утверждении Финансовых правил Конференции Сторон Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака (РКБТ ВОЗ),

ссылаясь на решение FCTC/COP9(7) о плане работы и бюджете на финансовый период 2022–2023 гг.,

рассмотрев план работы и бюджет на финансовый период 2024–2025 гг., представленные Секретариатом Конвенции в документе FCTC/COP/10/17,

ссылаясь на решение FCTC/COP10(3) об утверждении в предварительном порядке плана работы и бюджета на финансовый период 2024–2025 гг.,

рассмотрев также доклады об исполнении плана работы и результатах деятельности, содержащиеся в документе FCTC/COP/10/16,

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

(a) утвердить план работы и бюджет на финансовый период 2024–2025 гг., содержащиеся в приложениях 1, 2 и 3 к настоящему решению;

(b) установить совокупный размер начисленных взносов Сторон на финансовый период 2024–2025 гг. в размере 8 801 093 долл. США;

(c) финансировать путевые расходы и суточные делегаций наименее развитых стран за счет начисленных взносов до одиннадцатой сессии КС (КС11) включительно;

(d) финансировать также путевые расходы делегаций стран с низким уровнем дохода и доходом ниже среднего за счет начисленных взносов и покрывать расходы на оплату суточных этих делегаций за счет имеющихся внебюджетных средств до одиннадцатой сессии КС11 включительно;

(e) уполномочить Секретариат Конвенции запросить выплату начисленных взносов, в том числе у стран, которые могут стать одной из Сторон Конвенции в период между десятой и одиннадцатой сессиями КС, в соответствии со шкалой взносов, упомянутой в пункте (b) настоящего решения;

(f) поручить Руководителю Секретариата Конвенции выполнить план работы и бюджет, утвержденные КС, и информировать КС11 об их исполнении в рамках соответствующих докладов;

(g) уполномочить Секретариат Конвенции изыскивать и получать добровольные внебюджетные взносы на осуществление деятельности в соответствии с планом работы;

- (h) призвать Секретариат Конвенции регулярно представлять Президиуму информацию о ходе выполнения планов работы и бюджетов, утвержденных КС;
- (i) рекомендовать Сторонам предоставлять внебюджетные взносы для достижения целей плана работы;
- (j) предложить Совещанию Сторон (СС) Протокола о ликвидации незаконной торговли табачными изделиями предусмотреть в его соответствующих плане работы и бюджете финансирование доли совместных расходов на оплату труда основного персонала, в том числе Руководителя Секретариата Конвенции;
- (k) предложить СС рассмотреть вопрос об утверждении плана работы и бюджета с учетом совместных расходов на персонал, указанных в плане работы и бюджете КС на финансовый период 2024–2025 гг.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

**ПРЕДЛАГАЕМЫЕ ПЛАН РАБОТЫ И БЮДЖЕТ НА ФИНАНСОВЫЙ ПЕРИОД 2024–2025 гг.:
РАСХОДЫ НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

РАМОЧНАЯ КОНВЕНЦИЯ ВОЗ ПО БОРЬБЕ ПРОТИВ ТАБАКА (РКБТ ВОЗ)

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебю- джетные средства	Итого
1	Стратегическая цель 1. Ускорение мер					
1.1	Стратегическая задача 1.1. Приоритизация мер, способствующих ускорению осуществления РКБТ ВОЗ, включая эффективные виды технической и финансовой помощи Сторонам в определенных приоритетных областях					
1.1.1	Конкретная задача 1.1.1. Стороны разрабатывают, внедряют и регулярно актуализируют комплексные национальные стратегии по борьбе против табака с указанием объема расходов (статья 5 РКБТ ВОЗ), уделяя первоочередное внимание многосекторальным и сквозным мерам политики и наиболее важным в национальном контексте статьям, а также поддержке Сторон, признанных Организацией экономического сотрудничества и развития странами с низким или средним уровнем дохода					
1.1.1.1	Осуществление миссий по оценке потребностей по запросу, включая оказание помощи по результатам таких миссий	Число выполненных оценок потребностей	Выполнено как минимум восемь оценок потребностей	0	320 000	320 000
1.1.1.2	Оказание Сторонам технической помощи в связи со статьей 5.1 (разработка комплексных национальных стратегий по борьбе против табака с указанием сметных расходов) по их просьбе	Число Сторон, которым была оказана техническая помощь в связи со статьей 5	Помощь была оказана по меньшей мере четырем Сторонам	0	160 000	160 000
1.1.1.3	Предоставление Сторонам по их просьбе технической помощи по статьям, наиболее важным в национальном контексте	Число Сторон, которым была оказана техническая помощь по другим статьям (без учета помощи по статьям 5, 6, 8, 11 и 13) в соответствии с их национальными приоритетами	Помощь была оказана по меньшей мере восьми Сторонам	0	320 000	320 000
			Всего по 1.1.1	0	800 000	800 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
1.1.2	Конкретная задача 1.1.2. Стороны принимают ценовые и налоговые меры (статья 6)					
1.1.2.1	Оказание Сторонам по их просьбе технической помощи в связи со статьей 6 (включая координацию с заинтересованными сторонами и партнерами, которые могут предоставить Сторонам консультации по вопросу налогообложения табака)	Число Сторон, которым была оказана техническая помощь в связи со статьей 6	Помощь была оказана по меньшей мере 10 Сторонам	0	400 000	400 000
	Всего по 1.1.2			0	400 000	400 000
1.1.3	Конкретная задача 1.1.3. Стороны принимают меры, ограниченные по срокам (статьи 8, 11 и 13)					
1.1.3.1	Оказание Сторонам по их просьбе технической помощи в связи со статьями 8, 11 и 13	Число Сторон, которым была оказана техническая помощь в связи со статьями 8, 11 и/или 13	Помощь в осуществлении статей 8, 11 и 13 была оказана по меньшей мере 20 Сторонам	0	1 200 000	1 200 000
1.1.3.2	Подготовка материалов (включая средства электронного обучения, инструментарии, информационные записки по вопросам политики и руководства) для оказания помощи в осуществлении РКБТ ВОЗ и поддержка существующих средств	Число новых разработанных и опубликованных материалов	Разработаны и опубликованы для использования Сторонами по меньшей мере четыре новых материала	0	400 000	400 000
1.1.3.3	Организация семинаров по конкретным проблемам, с которыми столкнулись Стороны в процессе осуществления РКБТ ВОЗ, и по их привлечению к сотрудничеству Юг–Юг и трехстороннему сотрудничеству	Число Сторон, принявших участие в семинарах	Участие хотя бы в одном семинаре приняли как минимум 30% Сторон	0	800 000	800 000
	Всего по 1.1.3			0	2 400 000	2 400 000
	Всего по 1.1			0	3 600 000	3 600 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
1.2	Стратегическая задача 1.2. Укрепление систем для регулярного сбора и распространения информации об извлеченных уроках и фактических данных о новых, инновационных и успешных примерах реализации мер по борьбе против табака					
1.2.1	Конкретная задача 1.2.1. Совершенствование механизмов обмена знаниями и опытом в рамках сотрудничества Юг-Юг и трехстороннего сотрудничества					
1.2.1.1	Оказание помощи и содействия партнерам, заинтересованным в сотрудничестве Юг-Юг и трехстороннем сотрудничестве	Число Сторон, которые приняли участие в сотрудничестве Юг-Юг и трехстороннем сотрудничестве (в качестве доноров или получателей помощи)	В сотрудничестве Юг-Юг и трехстороннем сотрудничестве приняли участие по меньшей мере 10 Сторон	0	200 000	200 000
	Всего по 1.2.1			0	200 000	200 000
1.2.2	Конкретная задача 1.2.2. Укрепление роли центров знаний в оказании помощи Сторонам					
1.2.2.1	Координация работы Центров знаний по РКБТ ВОЗ и оказание ими помощи Сторонам в соответствии с решениями Конференции Сторон (КС) РКБТ ВОЗ	Число Сторон, которые получили помощь центров знаний РКБТ ВОЗ	Помощь была предоставлена по меньшей мере 80 Сторонам	0	200 000	200 000
	Всего по 1.2.2			0	200 000	200 000
	Всего по 1.2			0	400 000	400 000
	ВСЕГО ПО СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЦЕЛИ 1			0	4 000 000	4 000 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
2	Стратегическая цель 2. Формирование международных альянсов и партнерств с участием представителей различных секторов и гражданского общества в целях содействия осуществлению РКБТ ВОЗ					
2.1	Стратегическая задача 2.1. Стимулирование международных и межправительственных партнеров, а также партнеров в области развития к интеграции РКБТ ВОЗ в их работу и/или меры, принимаемые в связи с Целями в области устойчивого развития (ЦУР)					
2.1.1	Конкретная задача 2.1.1. Повышение согласованности действий и укрепление сотрудничества между Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), учреждениями системы Организации Объединенных Наций и другими соответствующими международными учреждениями и инициативами					
2.1.1.1	Активизация сотрудничества или совместных мероприятий с учреждениями Организации Объединенных Наций	Число совместных проектов и/или совместных мероприятий с учреждениями Организации Объединенных Наций	Учреждены или проведены как минимум два совместных проекта и/или совместных мероприятия	10 000	90 000	100 000
2.1.1.2	Подготовка информационных материалов для страновых бюро ВОЗ в целях содействия включению вопросов осуществления РКБТ ВОЗ в их стратегии странового сотрудничества (ССС)	Число Сторон, в которых страновые бюро ВОЗ включили вопросы осуществления РКБТ ВОЗ в СССР	Вопросы осуществления РКБТ ВОЗ включены в СССР по меньшей мере 12 Сторон	0	10 000	10 000
	Всего по 2.1.1			10 000	100 000	110 000
2.1.2	Конкретная задача 2.1.1. Обеспечение полной интеграции вопросов, связанных с РКБТ ВОЗ, в осуществление Повестки дня в области устойчивого развития до 2030 г. и их обсуждения на всех релевантных форумах, проводимых под эгидой Организации Объединенных Наций					
2.1.2.1	Организация параллельных мероприятий во время соответствующих совещаний учреждений Организации Объединенных Наций	Количество заявок на организацию параллельных мероприятий	Подано не менее четырех заявок на организацию параллельных мероприятий	10 000	20 000	30 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
2.1.2.2	Участие в рамках глобального мониторинга выполнения задачи 3.а в качестве одной из структур, ответственных за задачу 3.а, в работе, координируемой Статистическим отделом Организации Объединенных Наций по мониторингу ЦУР в рамках добровольных национальных обзоров	Число докладов по ЦУР, в подготовке которых Секретариату Конвенции РКБТ ВОЗ было предложено участвовать	Секретариат Конвенции принял участие в подготовке всех докладов по ЦУР, относительно которых получил запросы	0	25 000	25 000
2.1.2.3	Участие в подготовке тематических резолюций соответствующих учреждений Организации Объединенных Наций	Число случаев участия в подготовке тематических резолюций соответствующих учреждений Организации Объединенных Наций	Секретариат Конвенции принял участие в подготовке всех резолюций, о которых был осведомлен	0	0	0
			Всего по 2.1.2	10 000	45 000	55 000
2.1.3	Конкретная задача 2.1.3. Разработка взаимодополняющих подходов к осуществлению Глобального плана действий по профилактике НИЗ и борьбе с ними на 2013–2020 гг. путем сотрудничества с членами Межучрежденческой рабочей группы Организации Объединенных Наций по борьбе с НИЗ, Глобального координационного механизма для НИЗ и т. д.					
2.1.3.1	Участие в межучрежденческой деятельности Организации Объединенных Наций – в Межучрежденческой целевой группе Организации Объединенных Наций по профилактике НИЗ и борьбе с ними (UNIATF) и в Глобальном координационном механизме по НИЗ (ГКМ/НИЗ)	Число направленных на оказание межсекторальной помощи мероприятий, проведенных для Сторон в сотрудничестве с UNIATF и/или ГКМ/НИЗ	Был разработан и реализован по меньшей мере один проект	5000	20 000	25 000
	Всего по 2.1.3			5000	20 000	25 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
2.1.4	Конкретная задача 2.1.4. Формирование партнерств с правительствами и межправительственными организациями (МПО) и учреждениями					
2.1.4.1	Стимулирование МПО и других соответствующих учреждений к подаче заявок на предоставление им статуса наблюдателей	Число МПО и других соответствующих организаций, при которых Секретариат Конвенции был аккредитован в качестве наблюдателя, либо которым был предоставлен статус наблюдателя при РКБТ ВОЗ	Получено по крайней мере одно новое заявление о предоставлении МПО статуса наблюдателя	0	0	0
	Всего по 2.1.4			0	0	0
2.1.5	Конкретная задача 2.1.5. Разработка плана в области коммуникаций для Глобальной стратегии по ускорению борьбы против табака в целях повышения значимости и наглядности Конвенции					
2.1.5.1	Продолжение осуществления Корпоративной стратегии в области коммуникаций	Число новых продуктов, разработанных в рамках Корпоративной стратегии в области коммуникаций	Разработано по меньшей мере четыре новых продукта	40 000	200 000	240 000
	Всего по 2.1.5			40 000	200 000	240 000
	Всего по 2.1			65 000	365 000	430 000
2.2	Стратегическая задача 2.2. Стимулировать и эффективно использовать вклад внешних заинтересованных сторон, особенно гражданского общества, для достижения целей Конвенции					
2.2.1	Конкретная задача 2.2.1. Расширение участия гражданского общества, в том числе с учетом передовой практики других учреждений системы Организации Объединенных Наций и положений статьи 5.3 РКБТ ВОЗ					
2.2.1.1	Привлечение неправительственных организаций (НПО) в качестве наблюдателей при КС	Число новых заявок от НПО на предоставление статуса наблюдателя	От НПО получена как минимум одна новая заявка на предоставление статуса наблюдателя	0	0	0

Draft FCTC/COP10/BR/5

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
2.2.1.2	Участие в ключевых глобальных и региональных конференциях и мероприятиях, организованных гражданским обществом в целях повышения наглядности РКБТ ВОЗ и взаимодействия с партнерами из гражданского общества	Число конференций или мероприятий, в которых принял участие Секретариат Конвенции, а также число организованных им параллельных мероприятий/сессий	Секретариат Конвенции принял участие по меньшей мере в двух конференциях или мероприятиях и организовал как минимум два параллельных мероприятия/сессии	0	50 000	50 000
2.2.1.3	Организация совещаний в виртуальном формате с наблюдателями от НПО	Число организованных совещаний	Было организовано по меньшей мере четыре совещания в виртуальном формате	0	5000	5000
2.2.1.4	Организация отчетности наблюдателей от НПО раз в два года в рамках процесса их аккредитации	Число представленных докладов	Свои двухгодичные доклады по переаккредитации представили все НПО, имеющие статус наблюдателя при КС	0	0	0
2.2.1.5	Организация семинаров, учебных или просветительских мероприятий Секретариата Конвенции совместно с НПО, имеющими статус наблюдателя, либо их привлечение к участию в таких мероприятиях	Число НПО, участвовавших в организации семинаров, учебных или просветительских мероприятий либо принимавших участие в их работе	По меньшей мере 30% НПО участвовали в организации семинаров, учебных или просветительских мероприятий, либо принимали в них участие	0	10 000	10 000
			Всего по 2.2.1	0	65 000	65 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
2.2.2	Конкретная задача 2.2.2. Создание и эксплуатация координационной платформы согласно рекомендациям, предложенным Рабочей группой по устойчивым мерам (FCTC/COP/7/18)					
2.2.2.1	Эксплуатация и обслуживание координационной платформы	Число просмотров страниц координационной платформы	Число просмотров страниц возросло (по сравнению с предыдущим двухгодичным периодом)	0	150 000	150 000
	Всего по 2.2.2			0	150 000	150 000
2.2.3	Конкретная задача 2.2.3. Стимулирование исследований, имеющих отношение к осуществлению РКБТ ВОЗ и особенно к приоритетам, установленным в Глобальной стратегии, согласно статье 20					
2.2.3.1	Организация виртуальных совещаний со Сторонами и исследователями в целях выявления пробелов в исследованиях, особенно по приоритетным вопросам, указанным в Глобальной стратегии	Число подготовленных докладов по пробелам в исследованиях, включающих информацию об осуществимости и анализ расходов	Подготовлен по меньшей мере один доклад	0	0	0
	Всего по 2.2.3			0	0	0
	Всего по 2.2			0	215 000	215 000
	ВСЕГО ПО СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЦЕЛИ 2			65 000	580 000	645 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
3	Стратегическая цель 3. Поддержание авторитета и развитие достижений РКБТ ВОЗ					
3.1	Стратегическая задача 3.1. Совершенствование управленческих и административных механизмов РКБТ ВОЗ с целью обеспечить, чтобы вся деятельность, связанная с РКБТ ВОЗ, соответствовала приоритетам, была эффективной и устойчивой, а также не подвергалась влиянию со стороны табачной промышленности					
3.1.1	Конкретная задача 3.1.1. Согласование повесток дня, планов работы и бюджетов КС с Глобальной стратегией					
3.1.1.1	Согласование повесток дня, планов работы и бюджетов КС с Глобальной стратегией	Повестка дня, план работы и бюджет разработаны с учетом Глобальной стратегии	Повестка дня, план работы и бюджет, согласованные с Глобальной стратегией, были представлены КС	0	0	0
	Всего по 3.1.1			0	0	0
3.1.2	Конкретная задача 3.1.2. Создание коллегиального Механизма по обзору хода осуществления РКБТ ВОЗ, призванного оказывать содействие в устранении слабых мест и решении проблем отдельных Сторон, обеспечивать обмен опытом и вносить вклад в осуществление Глобальной стратегии					
3.1.2.1	Разработка и применение Добровольного механизма по коллегиальному обзору хода осуществления и поддержке РКБТ ВОЗ	Разработано техническое задание на реализацию Добровольного механизма по коллегиальному обзору хода осуществления и поддержке РКБТ ВОЗ, назначены эксперты	Добровольный механизм по коллегиальному обзору хода осуществления и поддержке РКБТ ВОЗ применен по меньшей мере в отношении 25 Сторон	0	200 000	200 000
	Всего по 3.1.2			0	200 000	200 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)			
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого	
3.1.3	Конкретная задача 3.1.3. Защита КС и деятельности в связи с РКБТ ВОЗ от коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности						
3.1.3.1	Сбор и обработка форм декларации интересов (ДИ), проведение надлежащей проверки	Число форм ДИ, испрошенных и обработанных Секретариатом Конвенции в соответствии с решениями КС (для совещаний Секретариата Конвенции, руководящих и вспомогательных органов)	Число форм ДИ, испрошенных на совещаниях КС и других вспомогательных органов и на совещаниях Секретариата Конвенции	0	0	0	
	Всего по 3.1.3			0	0	0	
	Всего по 3.1			0	200 000	200 000	
3.2	Стратегическая задача 3.2. Оказание Сторонам поддержки и содействие их усилиям по устранению препятствий для борьбы против табака на страновом уровне						
3.2.1	Конкретная задача 3.2.1. Усиление политической поддержки усилий по борьбе против табака						
3.2.1.1	Оказание Сторонам содействия на высоком уровне со стороны Руководителя Секретариата Конвенции для усиления политической поддержки осуществления РКБТ ВОЗ	Число визитов на высоком уровне и встреч Руководителя Секретариата Конвенции для усиления политической поддержки усилий по борьбе против табака	Проведено по меньшей мере шесть политических визитов/ организованных встреч на высоком уровне	5000	15 000	20 000	
	Всего по 3.2.1			5000	15 000	20 000	

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
3.2.2	Конкретная задача 3.2.2. Содействие межсекторальным совместным усилиям, включая активизацию взаимодействия с организациями гражданского общества					
3.2.2.1	Оказание Сторонам технической помощи в связи со статьей 5.2 (создание национального координационного механизма) по их просьбе	Число Сторон, которым была оказана техническая помощь в связи со статьей 5.2	Помощь в осуществлении статьи 5.2 была оказана по меньшей мере пяти Сторонам	0	200 000	200 000
	Всего по 3.2.2			0	200 000	200 000
3.2.3	Конкретная задача 3.2.3. Мобилизация устойчивых ресурсов для деятельности по борьбе против табака					
3.2.3.1	Оказание Сторонам поддержки в разработке инвестиционных обоснований по борьбе против табака	Число разработанных инвестиционных обоснований	Поддержка в разработке инвестиционных обоснований оказана по меньшей мере 8 Сторонам	0	400 000	400 000
	Всего по 3.2.3			0	400 000	400 000
3.2.4	Конкретная задача 3.2.4. Реализация мер по защите политики общественного здравоохранения от вмешательства табачной промышленности (статья 5.3) и постоянный мониторинг деятельности табачной промышленности на национальном и международном уровнях					
3.2.4.1	Оказание Сторонам по их просьбе технической помощи в связи со статьей 5.3	Число Сторон, которым была оказана техническая помощь в связи со статьей 5.3	Помощь в осуществлении статьи 5.3 была оказана по меньшей мере 20 Сторонам	0	800 000	800 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
3.2.4.2	Повышение осведомленности по вопросу о статье 5.3 и о тактике и вмешательстве табачной промышленности	Число кампаний и мероприятий по повышению осведомленности о вмешательстве табачной промышленности	Проведена по меньшей мере одна кампания или одно мероприятие по повышению осведомленности о вмешательстве табачной промышленности	0	50 000	50 000
3.2.4.3	Продвижение Типовой стратегии по предотвращению вмешательства со стороны табачной промышленности среди учреждений Организации Объединенных Наций и проведение последующих мероприятий после присоединения к ней	Число коммуникационных кампаний или мероприятий в связи с Типовой стратегией, организованных Секретариатом Конвенции	Проведена по меньшей мере одна кампания или одно мероприятие	0	50 000	50 000
Всего по 3.2.4				0	900 000	900 000
3.2.5	Конкретная задача 3.2.5. Отслеживание стратегического и программного прогресса по ключевым положениям РКБТ ВОЗ, включая оценочные данные о количестве спасенных жизней, объеме сэкономленных расходов и других положительных результатах с точки зрения здоровья и экономики					
3.2.5.1	Взаимодействие с организациями, которые владеют или управляют базами данных, содержащими информацию, относящуюся к РКБТ ВОЗ, в целях обмена данными и анализа данных	Количество задействованных организаций	Задействовано по меньшей мере три организации	0	20 000	20 000
3.2.5.2	Организация семинаров/ вебинаров по отчетности	Число Сторон, принявших участие в семинарах/ вебинарах	По меньшей мере 30% Сторон приняли участие в семинарах/ вебинарах	0	65 000	65 000

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ						
	Мероприятие	Показатель	Целевое значение До конца 2025 г., если не указано иное	Затраты на мероприятие (долл. США)		
				Начисленные взносы	Внебюд- жетные средства	Итого
3.2.5.3	Проведение двухгодичного цикла представления отчетности в 2025 г.	Число отчетов, которые были получены и проанализированы и по которым при необходимости были представлены отзывы	По меньшей мере 80% Сторон представили отчеты и получили на них отзывы (при необходимости)	15 000	150 000	165 000
3.2.5.4	Подготовка доклада о глобальном прогрессе по состоянию на 2025 г.	Доклад о глобальном прогрессе по состоянию на 2025 г. подготовлен	Доклад о глобальном прогрессе по состоянию на 2025 г. опубликован онлайн и распространен	35 000	0	35 000
			Всего по 3.2.5	50 000	235 000	285 000
			Всего по 3.2	55 000	1 750 000	1 805 000
			ВСЕГО ПО СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЦЕЛИ 3	55 000	1 950 000	2 005 000
			ИТОГО ПО ВСЕМ СТРАТЕГИЧЕСКИМ ЦЕЛЯМ	120 000	6 530 000	6 650 000

ОПЕРАТИВНЫЕ ЗАДАЧИ				
	Мероприятие	Затраты на мероприятие (долл. США)		
		Начисленные взносы	Внебюджетные средства	Итого
4.1	Оперативная задача 1. Устойчивое финансирование – Управление финансами Конвенции в целях обеспечения максимальной эффективности и результативности, поиск новых источников средств для финансирования деятельности по осуществлению РКБТ ВОЗ			
4.1.1	Общее руководство и административное управление инвестиционным фондом	0	50 000	50 000
4.1.2	Обновление и осуществление плана по сбору средств в соответствии с решением КС FCTC/COP7(25)	5000	15 000	20 000
4.1.3	Последующие действия по сбору начисленных взносов	5000	0	5000
	Всего по 4.1	10 000	65 000	75 000
4.2	Оперативная задача 2. Оперативная эффективность – Содействие оптимальному функционированию КС, расширение возможностей Секретариата Конвенции по оказанию поддержки КС и Сторонам в их работе по осуществлению, мониторингу и отчетности			
4.2.1	Общее руководство и управление			
4.2.1.1	Осуществление общего руководства и управления Секретариатом Конвенции	45 000	0	45 000
4.2.1.2	Проведение выездных совещаний по стратегическому планированию и групповому взаимодействию для Секретариата Конвенции	10 000	0	10 000
	Всего по 4.2.1	55 000	0	55 000
4.2.2	Организация одиннадцатой сессии Конференции Сторон (КС11)	1 072 313	600 000	1 672 313
4.2.3	Организация региональных совещаний перед проведением КС	0	240 000	240 000
4.2.4	Подготовка и поддержка работы Президиума, а также проведение его совещаний, в том числе путем видео- и телеконференций	200 000	0	200 000
4.2.5	Принятие необходимых мер по созданию межсессионных вспомогательных органов в соответствии с решением КС10 (Группа экспертов по статье 2.1, Группа экспертов по статье 19)	200 000	125 000	325 000
	Всего по 4.2	1 527 313	865 000	2 392 313
	ВСЕГО ПО ОПЕРАТИВНЫМ ЗАДАЧАМ	1 537 313	930 000	2 467 313
	Совокупные расходы по всем областям деятельности	1 657 313	7 460 000	9 117 313

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВАЛОВЫХ РАСХОДОВ НА ПЕРСОНАЛ
(долл. США)¹

Финансируются за счет начисленных взносов (НВ)				
		НВ	ВБС	Итого
1	D2 30% НВ СС / 70% НВ КС	573 300		573 300
4	P5 30% НВ СС / 70% НВ КС	1 811 040		1 811 040
2	P4 100% НВ КС	1 131 900		1 131 900
2	P3 100% НВ КС	947 100		947 100
1	P2 50% НВ СС / 50% НВ КС	170 100		170 100
1	G6 100% НВ КС	391 650		391 650
2	G5 100% НВ КС	699 300		699 300
Финансируются за счет начисленных взносов (НВ) и внебюджетных средств (ВБС)				
		НВ	ВБС	Итого
1	P3 50% НВ КС / 50% ВБС КС	236 775	236 775	473 550
1	P2 50% НВ КС / 50% ВБС СС	170 100		170 100
Финансируются за счет внебюджетных средств (ВБС)				
		НВ	ВБС	Итого
3	P3 100% ВБС КС		1 420 650	1 420 650
1	G5 100% ВБС КС		349 650	349 650
Общие расходы на персонал		6 131 265	2 007 075	8 138 340

¹ Ориентировочная сумма расходов на основной персонал Секретариата Конвенции исходя из последних данных о нормативных валовых расходах ВОЗ на оплату труда за 2022–2023 гг. с увеличением на 5%; возможные изменения в 2024–2025 гг. будут отражены после их подготовки. Выполнение кадрового плана и вероятные корректировки будут зависеть от фактического наличия ресурсов и изменений рабочей нагрузки. Кадровый план не включает возможные назначения по краткосрочным контрактам, которые будут зависеть от фактических потребностей и имеющихся ресурсов.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ОБЩИЙ ПРЕДЛАГАЕМЫЙ БЮДЖЕТ НА 2024–2025 гг. (долл. США)

	Финансируются за счет начисленных взносов	Финансируются за счет внебюджетных средств	Итого
1. Расходы на осуществление деятельности	1 657 313	7 460 000	9 117 313
2. Расходы на персонал	6 131 265	2 007 075	8 138 340
3. Общие прямые расходы	7 788 578	9 467 075	17 255 653
4. Возмещение расходов	1 012 515	1 230 720	2 243 235
5. Итого	8 801 093	10 697 795	19 498 888

Итого по начисленным взносам (включая расходы на осуществление деятельности и на выплату заработной платы, а также на возмещение расходов): **8 801 093** долл. США.

= = =