

Вебинар Европейского офиса ВОЗ по профилактике неинфекционных заболеваний «Маркировка спиртных напитков в Европейском регионе ВОЗ»

Колгашкин А.Ю. научный сотрудник

ГБУЗ «Московский научно-практический центр наркологии» Департамента здравоохранения Москвы
Москва, Россия

Для цитирования: Колгашкин А.Ю. Вебинар Европейского офиса ВОЗ по профилактике неинфекционных заболеваний «Маркировка спиртных напитков в Европейском регионе ВОЗ». *Наркология* 2020; 19(7): 72-76.

DOI: 10.25557/1682-8313.2020.07.72-76

Автор для корреспонденции: Колгашкин Алексей Юрьевич; **e-mail:** krambol15@mail.ru

Финансирование. Исследование не имело спонсорской поддержки.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Поступила: 04.06.2020.

Webinar for the WHO European Office for the Prevention of Noncommunicable Diseases «Labeling of alcoholic beverages in the WHO European Region»

Kolgashkin A.Y.

Moscow Scientific and Practical Center for Addictology
Moscow, Russia

For citation: Kolgashkin A.Y. Webinar for the WHO European Office for the Prevention of Noncommunicable Diseases «Labeling of alcoholic beverages in the WHO European Region». *Narkologia [Narcology]* 2020; 19(7): 72-76. (In Russ.).

DOI: 10.25557/1682-8313.2020.07.72-76

Corresponding author: Kolgashkin Alexey; **e-mail:** krambol15@mail.ru

Funding. The study had no sponsorship.

Conflict of interests. The authors declare no conflict of interest.

Accepted: 04.06.2020.

8 июня 2020 года Европейский офис ВОЗ по профилактике неинфекционных заболеваний провел вебинар «Что содержится в бутылке: маркировка спиртных напитков в Европейском регионе ВОЗ», в ходе которого был представлен доклад Сети фактических данных по вопросам здоровья ВОЗ (WHO Europe's Health Evidence Network) о текущем положении с разработкой и применением предупреждающих этикеток на спиртных напитках. В вебинаре приняло участие свыше 100 экспертов из различных стран Европы, представлявших государственные, общественные и коммерческие организации.

Актуальность вопроса подчеркивается тем фактом, что 10% смертей в Европейском регионе ВОЗ в той или иной степени связано с потреблением алкоголя. В то же время спиртные напитки зачастую не содержат на своих этикетках указаний на опасность их потребления.

Открывая вебинар, глава Европейского офиса ВОЗ по профилактике неинфекционных заболеваний

Жоао Бреда (Joao Breda) отметил большой вклад Российской Федерации в обеспечение успешной работы ВОЗ и его регионального представительства, а также успехи страны в сокращении потребления алкоголя. Основное внимание в реализации профилактических антиалкогольных мероприятий Европейское бюро ВОЗ уделяет странам Восточной Европы. Работа в первую очередь нацелена на снижение потребления алкоголя, и она уже приносит положительные результаты, правда, не столь быстро, как это хотелось бы ее организаторам. В профилактике важную роль играет информация, содержащаяся на этикетках товаров, представляющих вред для здоровья. В качестве успешного примера можно назвать табачные продукты, в то же время в области алкоголя дела обстоят не столь благополучно. Необходимость указывать на этикетках состав продуктов, по мнению Бреды, мотивирует производителей на улучшение качества своих товаров.

Общую характеристику роли эффективной маркировки спиртных напитков в политике контроля

за алкоголем дала представитель ВОЗ **Карина Феррейра-Боргес (Carina Ferreira-Borges)**. Она отметила, что в Европейском регионе ВОЗ употребление алкоголя ежегодно приводит к смерти 1 миллиона человек, 75% из которых составляют мужчины, а 25% — женщины. Ведущая причина смертности — сердечно-сосудистые заболевания (45,3%), затем следуют онкологические заболевания (14%) и цирроз печени (11,7%). От общего числа смертей, связанных с потреблением алкоголя, смертность от происшествий (падения, утопления, ДТП), составляет 12%, а смертность в результате насилия и самоубийств 7,2%. 4% летальных исходов наступает в результате инфекционных заболеваний, вызванных алкоголем. Нарушения здоровья, связанные с потреблением спиртных напитков, также являются фактором риска для развития различных видов деменции.

Для снижения потребления алкоголя ВОЗ рекомендует следующие основные профилактические интервенции: регулирование продаж; ограничения или запрет рекламы; повышение цен на алкоголь. Также рассматриваются и такие методы, как профилактика и лечение пьянства; повышение информированности населения о связанных с алкоголем рисках для здоровья; размещение на упаковке важной для потребителя информации; поддержка профилактических акций общественности; регулирование производства некоммерческого алкоголя; недопущение нетрезвых лиц к управлению транспортными средствами; разработка систем мониторинга алкогольной политики, потребления алкоголя, его воздействия на здоровье.

По мнению Феррейра-Боргес, Европейский регион ВОЗ находится на переднем крае борьбы с вредом, приносимым употреблением алкоголя. Этому способствует и принятый ВОЗ тематический «Европейский план действий», реализуемый в 2012-2020 годах. Отдельным пунктом этого плана предусмотрено введение в как можно более широком масштабе маркировки алкогольных продуктов. Ее цель — предоставить потребителю возможность сделать осознанный выбор продукта в наименьшей степени причиняющий вред его здоровью.

Представляют интерес результаты так называемого «Юконского эксперимента по маркировке алкогольных продуктов», проведенного в Канаде. После размещения на этикетках профилактической информации, потребители практически в 3 раза чаще, чем ранее были осведомлены о национальных рекомендациях по снижению рискованного потребления алкоголя, и в 1,5 раза чаще знали предельную ежедневную дозу спиртного, рекомендованную им в соответствии с гендером.

В то же время эффективная маркировка алкоголя отсутствует в большинстве стран Европейского региона ВОЗ. Необходимо обеспечить доступность простой для понимания потребителя информации на упаковке. Имеющиеся на сегодня научные данные показывают, что хорошо заметные предупреждения, размещенные на спиртных напитках, не только сообщают важные сведения, но и способны предотвратить покупку алкоголя.

Доклад «Современные практики представления данных на алкогольных этикетках в Европейском регионе ВОЗ — что способствует и что мешает развитию и применению политики маркировки алкоголя?» был представлен одним из его авторов — **Эвой Жане-Лопис (Eva Jane-Lopis)**, Школа бизнеса ESADE, Барселона.

Важность маркировки алкоголя вызвана тем, что этот продукт вызывает преждевременную инвалидизацию и смерть, является канцерогенным и токсичным. Потребители алкоголя имеют право на получение информации о содержащихся в напитке ингредиентах, его пищевой ценности и воздействии на здоровье. В настоящее время растет число свидетельств об эффективности политики маркировки, в частности, основывающихся на успехах аналогичных практик в отношении табачных продуктов.

По мнению авторов доклада, успеху маркировки способствуют крупные размеры информационной этикетки, которая должна размещаться на лицевой стороне товара, быть предпочтительно графической и периодически менять дизайн. Информационные сообщения должны быть краткими и понятными, при этом, чтобы понять информацию, потребитель не должен проводить каких-либо дополнительных вычислений — например переводить объемные доли алкоголя в стандартные порции. Эффективная маркировка помогает улучшить знания покупателей о влиянии продукта на здоровье, а также воздействовать на изменения поведения, направленные на ведение более здорового образа жизни.

ВОЗ были подготовлены специальные рекомендации по маркировке, которые предполагают, что этикетка:

- должна размещаться в стандартном месте на упаковке;
- размер должен составлять определенный процент от упаковки;
- информационные сообщения должны периодически меняться;
- текст профилактической информации должен быть очевидно отделен от иных текстов на упаковке;
- текст должен выполняться прописными буквами, жирным шрифтом и на контрастном фоне;

• текст должен быть выполнен на официальном языке страны, где продается продукт; Текст должен включать информацию о текущих профилактических кампаниях;

Содержание сообщений должно основываться на рекомендациях органов здравоохранения.

Целью доклада является выяснение действующих практик по маркировке алкогольной продукции в Европейском регионе ВОЗ, а также позитивном опыте и препятствиях в этой сфере. Доклад структурирован по следующим разделам: «Законодательство», «Добровольные обязательства производителей», «Применение/мониторинг».

В ходе подготовки доклада был проведен систематический обзор рецензируемой и «серой» литературы, опубликованной в 53 странах. Под «серыми» изданиями в данном случае понимается техническая документация правительственных агентств или научных исследовательских групп, рабочие документы научных групп и комитетов, препринты. Из 6988 документов для включения в доклад было отобрано 124.

60% стран, входящих в Европейский регион ВОЗ не имеют специального законодательства, регулирующего информацию о составе, пищевой ценности и влиянии продукта на здоровье. В 21% стран необходимо указание состава продуктов, а в 19% и его пищевой ценности. 72% стран не регулируют законодательно размещение предупредительной информации о воздействии продукта на здоровье.

В качестве примера предупредительных надписей можно привести следующие:

- алкоголь противопоказан детям и подросткам до 18 лет, беременным и кормящим женщинам, лицам с заболеваниями центральной нервной системы, почек, печени и других органов пищеварения (Российская Федерация);

- алкогольные напитки вредят вашему здоровью! (Туркменистан);

- чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью (Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Российская Федерация);

- чрезмерное потребление алкогольных напитков приводит к тяжелым заболеваниям нервной системы и внутренних органов (Узбекистан);

- предупреждаем: чрезмерное потребление алкоголя угрожает жизни и вредит здоровью (Израиль).

В ряде случаев предупреждающие надписи сопровождаются соответствующими пиктограммами — это практикуется во Франции, Молдове, Турции и Литве.

Обобщая ситуацию с законодательством, можно отметить, что только в 9 странах, входящих в Европейский регион ВОЗ регулируется маркировка всех па-

раметров — состава продукта, его пищевой ценности и вреда для здоровья. Большинство этих стран не входят в состав ЕС. В ряде случаев законодательство принято недавно и еще не вступило в силу. Существующие предупредительные надписи не полностью соответствуют рекомендациям ВОЗ, в соответствующем законодательстве также не регламентируется их тип и формат.

Говоря о добровольных обязательствах производителей спиртного, авторы доклада отмечают, что подобная практика характерна в основном для стран-членов ЕС. Эти обязательства были предприняты с целью избежать введения обязательных предписаний со стороны руководящих структур ЕС относительно маркировки продукции. В результате к 2022 году 100% упаковок пива и 66% упаковок спиртных напитков должны будут содержать информацию о пищевой ценности продукта. В то же время информация о негативном влиянии на здоровье ограничивается пиктограммами, посвященными употреблению алкоголя беременными, несовершеннолетними и управлению транспортными средствами в нетрезвом состоянии. В то же время отсутствуют нормативы представления подобной информации и методология мониторинга исполнения этих обязательств. При этом представители производителей алкоголя неоднократно заявляли, что успешно проводят работу по информированию потребителей как о пищевой ценности, так и об опасностях, связанных с потреблением алкоголя.

Более подробно остановившись на проблемах мониторинга, авторы доклада отметили отсутствие независимой литературы по его проведению и вновь подчеркнули неясность применяемой методологии. Независимые исследования, проведенные в Великобритании и 15 странах ЕС в 2013 году, показали, что даже наличие соответствующего законодательства не гарантирует его 100% исполнения, а там, где речь идет о добровольных обязательствах, процент их выполнения не достигает даже средних значений.

Среди факторов, способствующих разработке и применению регуляторных инструментов для маркировки алкоголя, в докладе выделяются следующие моменты:

- маркировка должна быть элементом более широких и комплексных мер по контролю за алкоголем;
- маркировка должна иметь сильную политическую поддержку;
- маркировка должна вводиться по настоянию потребителей;
- процесс внедрения маркировки должен носить поэтапный характер.

Затрудняют применение маркировки следующие факторы:

- противодействие международных организаций (например, ВТО);
- противодействие производителей алкоголя;
- законодательная деятельность в стране замедляется соглашениями на международном уровне;
- отсутствуют нормы представления сообщений на этикетке;
- отсутствует мониторинг и законодательное приращение к исполнению требований.

Делая выводы о том, что должна включать в себя надлежащая маркировка алкогольных продуктов, авторы доклада отмечают необходимость указывать пищевую ценность продукта, его состав и воздействие на здоровье. Также следует сформулировать специальные указания о том, как именно размещать всю вышеуказанную информацию в соответствии с рекомендациями ВОЗ. При этом аспекты негативного влияния на здоровье следует структурировать: все население (онкологические заболевания); специфические группы (беременные, несовершеннолетние); управление транспортными средствами в нетрезвом состоянии. Также рекомендуется указывать количество содержащихся в напитке стандартных доз. В целом законодательное регулирование маркировки представляется более предпочтительным, нежели добровольные обязательства производителей. Кроме того, необходимо обеспечить правоприменение соответствующего законодательства, мониторинг и оценку его результатов, а также продолжать исследования эффективности маркировки алкогольных продуктов.

Во второй части семинара под руководством представителя ВОЗ **Владимира Позняка (Vladimir Poznyak)** прошло панельное обсуждение опыта отдельных стран по маркировке алкоголя. Ситуацию в Италии охарактеризовал **Эмануэле Скафато (Emanuele Scafato)**, директор Национальной обсерватории потребления алкоголя. Он отметил, что в настоящее время требования по маркировке пищевой ценности и состава алкогольной продукции выполняются производителями пива, в то же время ситуация с вином складывается сложнее, хотя объективные причины для затруднений отсутствуют. Одним из основных аргументов, выдвигаемых производителями вина против маркировки, является нестабильность состава продукта в зависимости от года урожая и срока хранения. Значительная часть экспертов настаивает на том, что маркировка должна наноситься именно на бумажные этикетки, а не размещаться на онлайн-сервисах, так как это делает информацию о продукте доступнее для пользователя. Скафато также отметил, что предупредительная информация по-разному воспринимается в разных странах. Исследования показали, что о содержании таких надписей

не помнят 66% опрошенных итальянцев и 50% французов, родившихся в 1981–1996 годах («Поколение Y»). Специалисты стараются оказать необходимое воздействие на политиков и парламент, так как конечные потребители заинтересованы в корректной маркировке товара.

В выступлении **Эуна Маккинни (Eunan McKinney)** из ирландской организации «Действия против алкоголя» была кратко охарактеризована история введения маркировки алкогольных напитков в Ирландии, начавшаяся в 2010 году с принятием «Европейского плана действий» ВОЗ. В этой деятельности общественности пришлось столкнуться с противодействием производителей алкоголя, создать коалицию активистов, выступающих за маркировку, а также убедительно опровергать все аргументы ее противников. Важным подспорьем в работе, как считает Маккинни, послужит принятие плана ВОЗ по борьбе с онкологическими заболеваниями, в рамках которого возможно будет проведение и антиалкогольной деятельности.

Представитель Центрального научно-исследовательского института организации и информатизации здравоохранения Минздрава России **Дарья Халтурина** рассказала о ситуации с регулированием маркировки алкогольных напитков в рамках ЕАЭС. Кратко проинформировав о положениях Технического регламента ТР ЕАЭС 047/2018, докладчица отметила, что в Казахстане, в отличие от других стран экономического объединения, употребление алкоголя запрещено лицам моложе 21 года. Она также обратила внимание на то, что, хотя формально в странах ЕАЭС, и, в частности, в России, соблюдаются требования о размещении предупредительных надписей на упаковках алкогольных напитков, сами эти сообщения исполняются мелким шрифтом и не выделяются визуально. Это затрудняет восприятие содержащейся в них значимой для потребителя информации.

Майк Райнер (Mike Rayner) из Оксфордского университета в своем кратком сообщении сравнил эффективность воздействия различных видов кратких маркировок пищевых продуктов. Он отметил, что наибольшее воздействие на поведение покупателя оказывают предупреждения о вредном воздействии продукта на здоровье. В то же время эта область еще недостаточно изучена, эффективность маркировки должна лучше отслеживаться с тем, чтобы получить больше свидетельств о том, какие именно решения являются наиболее эффективными.

Далее слово было предоставлено генеральному секретарю неправительственной организации Европейский альянс алкогольной политики (Eurocare) **Марианн Скар (Mariann Skar)**. Подчеркнув важность

маркировки алкогольных продуктов, она выразила недоумение, по какой причине эта товарная позиция была исключена из соответствующего законодательства ЕС. Скар считает подобное решение в первую очередь политически мотивированным. По мнению Скар, для повышения эффективности профилактической работы необходимо создать общедоступную библиотеку образцов информационных сообщений, как это уже было сделано с табачными продуктами. Она также считает, что в области маркировки необходимо проведение дополнительных исследований

для определения наиболее эффективных приемов и подходов. Такая работа позволит изменить отношение потребителей к продуктам, представляющим вред для здоровья.

Завершая программу вебинара, Жоао Бреда отметил, что прозвучавшие доклады подтверждают, что в области профилактики движение происходит в правильном направлении, а такие документы, как представленный доклад, являются важным составным элементом проводящейся работы по снижению вредных последствий от употребления алкоголя.