



ФОТО АЛЕКСАНДРА ДЕМЬЯНЧУКА/ТАСС

РАЗРЕШЕНИЕ ПИТЬ ПИВО НА СТАДИОНАХ ВО ВРЕМЯ ЧМ-2018 не повлияет на безопасность. Эксперты считают, что зрители будут вести себя аккуратно, так как любое нарушение фиксируется в «паспорте болельщика» и может закрыть вход на стадион для конкретного человека

Пиво разрешат продавать на футбольном чемпионате – 2018

Однако мера эта временная и содержит ряд ограничений

Продажа пива на стадионах, которая является непременным условием Международной федерации футбола (ФИФА) при проведении чемпионатов мира по футболу, не скажется на уровне обеспечения безопасности во время турнира в России в июне этого года. Кто сможет распивать слабоалкогольные напитки на матчах и поможет ли опыт ЧМ-2018 вернуть пиво на игры российского чемпионата, парламентарии и эксперты обсудили в пресс-центре «Парламентской газеты».

ПИТЬ И ПРОДАВАТЬ МОЖНО, ПРОНОСИТЬ – НЕТ

Как пояснил член Комитета Совета Федерации по Регламенту и организации парламентской деятельности Эдуард Исаков, недавно приняты поправки, которые позволят продавать и потреблять алкогольную продукцию на стадионах, но только в ходе ЧМ-2018. «Разрешение касается только продукции спонсоров и партнёров ФИФА. Вместе с тем международной федерацией утверждены правила поведения болельщиков на чемпионате мира. Согласно этим правилам, зрителям запрещено находиться на стадионе в опьянении, которое нарушает нормы общественной нравственности. Запрещено продавать алкоголь лицам, не достигшим 18 лет. Также запрещено проносить с собой любые напитки в ёмкости свыше 100 миллилитров», – рассказал законодатель.

Нарушители могут быть выведены со стадиона сотрудниками службы безопасности, которым будут помогать контролёры-распорядители (в Европе их называют «стюарды»). «Уверен, что все вопросы безопасности в ходе игр ЧМ-2018 будут решены успешно и разрешение на продажу пива на это никак не повлияет», – считает Эдуард Исаков.

FAN ID ЗАСТАВИТ ФАНАТА БЫТЬ АККУРАТНЫМ

Сегодня российский болельщик стал более аккуратным. Тем более если речь идёт о чемпионате мира – 2018. Глава Всероссийского объединения болельщиков (ВОБ) Александр Шпрыгин уверен: в России каждый футбольный зритель готов заботиться о том, чтобы поддержать благоприятное впечатление о своей стране в ходе уникального события. Поэтому

глава ВОБ считает, что даже фанаты, с объединениями которых в контексте ЧМ-2018 сегодня активно взаимодействует российская полиция, не будут лезть на рожон.

В Российской футбольной премьер-лиге также заявляют, что футбольные клубы страны выступают за «цивилизованное и ответственное потребление пива на стадионах». Об этом сказал коммерческий директор премьер-лиги Павел Суворов.

Однако Правительство поступательно ведёт работу по ограничению продажи алкогольной и слабоалкогольной продукции, в том числе из-за

ЕЩЁ В НОМЕРЕ

Пьяных граждан оставят без «дополнительного» спиртного.

стр. 4

проблемы детского алкоголизма, который возникает во многом из-за употребления пива и других слабоалкогольных напитков. «Я не сторонник полной трезвости, но считаю, что спортивные мероприятия не должны сопровождаться продажей алкоголя. Это антиреклама с точки зрения здорового образа жизни и провозглашённого нашим президентом курса на сбережение нации», – констатировал Эдуард Исаков.

Впрочем, сенатор не против вернуться к этой теме после ЧМ-2018 – одной из площадок для такого обсуждения, по его мнению, может стать «Парламентская газета».

НИКИТА ВЯТЧАНИН



видео

www.pnp.ru

С рекламы вина сняли ограничения

Правительство внесло в Госдуму законопроект, разрешающий рекламу вин и шампанского, произведённых в странах – членах Евразийского экономического союза из винограда, выращенного на территории ЕАЭС.

Соблазнительные бутылки с высокоградусным содержимым и «потехные» пивные кружки исчезли с рекламных площадей российских носителей в 2008 году, когда было запрещено не только наружное визуальное продвижение алкоголя, но и в СМИ, и в Интернете. Спустя шесть лет законодатели смягчились, позволив с рядом ограничений спиртному вернуться: с 1 января 2015 года в теле-

регулирующие сегодня рекламу алкоголя, нуждаются в корректировке, так как вступают в противоречие с Договором о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) от 29 мая 2014 года.

Правительственные поправки, внесённые в Госдуму 31 января, как раз снимают все противоречия, исключая из запретов рекламу в периодических печатных изданиях, в теле- и радиопрограммах вин и шампанского, произведённого в государствах ЕАЭС из винограда, выращенного на их территориях.

По словам члена Комитета Совета Федерации по обороне и безопасности **Ольги Ковитиди**, законопроект создаёт серьёзные преференции для винодельческой продукции



ФОТО НИКОЛАЯ МАРТЬНОВА. РЕКЛАМНЫЙ ПЛАКАТ 1952 ГОДА

детско-юношеских спортивных соревнований. По мнению наркологов, одобрительно отозвавшихся тогда о нововведении, возвращение рекламы вина способствовало отказу части пьющих граждан от крепкого алкоголя и положило начало постепенному изменению культуры винопития в России. Эксперты в то же время ссылались на бессмысленность запретов, которые не влияют на потребление алкоголя. По их мнению, самым эффективным средством в борьбе с алкоголизмом могло бы стать повышение уровня жизни российских граждан.

Экономисты при этом подчёркивали сугубо прагматический интерес государства, говоря о необходимости подъёма виноградно-винодельческой отрасли страны, которая, судя по многочисленным международным наградам, добилась определённого качественного роста.

Как повлияли разрешительные меры на желание российских граждан отказаться от крепких спиртных напитков, пока точных данных нет. Зато есть вопросы к законодательству. Их задаёт Федеральная антимонопольная служба, которая пришла к выводу, что нормы,

стран ЕАЭС в сравнении с крепким алкоголем, что, «несомненно, повысит культуру потребления благородных вин и уровень продаж благородных напитков».

«Создаются реальные предпосылки, чтобы реклама стала не только двигателем торговли, но и фактором, влияющим на выбор покупателей. Учитывая то обстоятельство, что Договор о ЕАЭС предусматривает принятие «зеркальных» мер по продвижению товаров и услуг, соответствию вина российских производителей, в том числе российский бренд «Вина Крыма», займут достойное место в странах ЕАЭС», – подчёркнула сенатор.

Ранее «Парламентская газета» сообщила, что Министерство сельского хозяйства намерено простимулировать отрасль, определив минимальную стоимость бутылки вина в 180–190 рублей. В текущем году предложение будет направлено в Минфин. До этого в Правительстве обсуждали возможность установления минимальной розничной цены на бутылку вина 250 рублей. Однако Минэкономразвития предложения не поддержало.

ВАЛЕРИЙ ФИЛОНЕНКО

Из Правил ФИФА поведения болельщиков на стадионе во время чемпионата мира – 2018 по футболу

6.1. Зрителям в течение всего периода проведения мероприятий запрещается:

...
6.1.38. находиться в состоянии опьянения, оскорбляющем человеческое достоинство и общественную нравственность.

- Употребление спиртных напитков возможно только в соответствии с законодательством Российской Федерации при выполнении условий ограничений по возрасту и иным видам ограничений.

- Распространение алкогольных напитков физическим лицам, не имеющим право употребления спиртных напитков ввиду возрастных ограничений, запрещено.

- В случае если зритель употребляет спиртные напитки, он должен делать это в умеренных количествах.