

Światowy Dzień Bez Tytoniu

31 maja 2020 r.

„Ochrona młodzieży przed manipulacjami w branży oraz zapobieganie używaniu tytoniu i nikotyny”

Przemysł tytoniowy celowo stosuje strategiczne, agresywne i bogate w zasoby taktyki, aby przyciągnąć młodzież do wyrobów tytoniowych i nikotyny.

Kampanie marketingowe mają na celu zastąpienie milionów ludzi, którzy umierają każdego roku z powodu chorób związanych z tytoniem, nowymi konsumentami - młodzieżą.

Problem palenia papierosów wśród młodych ludzi jest ciągle aktualny, niestety zaczynają oni eksperymentować już w bardzo młodym wieku, dlatego niezmiernie ważne jest aby w Światowym Dniu Bez Tytoniu głośno powiedzieć jak bezwzględnie branża tytoniowa manipulują młodymi ludźmi.

W jaki sposób tytoń i powiązane branże manipulują młodzieżą ?

- **Stosowanie smaków atrakcyjnych dla młodzieży**
w wyrobach tytoniowych i nikotynowych, takich jak wiśnia, guma balonowa i wata cukrowa, które zachęcają młodych ludzi do ich używania
- **Eleganckie wzory i atrakcyjne produkty,**
które mogą być również łatwe do noszenia i są zwodnicze
(np. Produkty w kształcie pamięci USB lub cukierków)
- **Promowanie produktów jako „zmniejszonych szkód” lub „czystszych” alternatyw**
dla tradycyjnych papierosów przy braku obiektywnej wiedzy naukowej potwierdzającej te twierdzenia
- **Sponsoring gwiazd / influencerów i konkursy sponsorowane przez markę** w celu promocji wyrobów tytoniowych i nikotyny (np. Influencerów na Instagramie)

· **Marketing w punktach sprzedaży w punktach sprzedaży uczęszczanych przez dzieci,**

w tym ustawianie w pobliżu słodczy, przekąsek lub napojów gazowanych i zapewnianie premii dla sprzedawców, aby zapewnić, że ich produkty będą eksponowane w miejscach odwiedzanych przez młodych ludzi
(w tym dostarczanie materiałów marketingowych i gablot sprzedawcom detalicznym)

· **Sprzedaż papierosów oraz innych wyrobów tytoniowych i nikotyny w pobliżu szkół,**

co sprawia, że dzieci w wieku szkolnym mają łatwy i tani dostęp do tytoniu i produktów nikotynowych

· **Pośredni marketing wyrobów tytoniowych**

w filmach, programach telewizyjnych i programach streamingowych on-line,

· **Automaty do sprzedaży tytoniu**

w miejscach odwiedzanych przez młodych ludzi, pokryte atrakcyjnymi reklamami i ekspozycjami opakowań oraz podważające przepisy dotyczące sprzedaży nieletnim

· **Spory sądowe mające na celu osłabienie wszelkiego rodzaju przepisów ograniczających palenie tytoniu, w**

tym etykiet ostrzegawczych, ekspozycji w punkcie sprzedaży oraz przepisów ograniczających dostęp i marketing dla dzieci (w szczególności przepisy zakazujące



WHO wzywa wszystkich młodych ludzi do przyłączenia się do walki o pokolenie wolne od tytoniu. Jest to szczególnie ważne teraz, ponieważ badania pokazują, że palacze mają większe ryzyko ciężkiego przypadku koronawirusa.