



TOBAKSFAKTA
OBEROENDE TANKESMEDIA

KORTFAKTA
OKTOBER 2015

Myter och fakta om exponeringsförbud

Cigarettpaketen och snusdosorna som påträngande exponeras i butiker och på andra säljställen är tobaksindustrins effektivaste marknadsföring. Det är med den reklamen de lockar nya konsumenter bland barn och ungdomar. 90 procent av kostnaderna för tobaksbolagens marknadsföring satsas på åtgärder på säljställen, visar en USA-studie.

Industrin påstår att exponeringen är till för att vuxna rökare ska kunna välja mellan olika märken. Forskning visar att det i stället är barn och ungdomar som är målgruppen. För att skydda sina barn från att bli rökare har allt fler länder med stöd av WHO:s tobakskonvention infört, eller beslutat införa, exponeringsförbud. Dit hör Australien, Kanada, Island, Irland, Kosovo, Kroatien, Norge, Nya Zeeland, Finland, Ryssland, Storbritannien och Thailand. Det skrämmer tobaksindustrin som satsar stora resurser på att överklaga de nya lagarna och sprida myter om alla möjliga negativa effekter av exponeringsförbud för att kunna fortsätta rekrytera ungdomar till livslångt tobaksbruk och behålla de redan beroende.

En del av de myter som sprids har tidigare använts som argument mot rökfria serveringar och mot förbudet för tobaksreklam i Sverige. Myten om att många restauranger skulle kollapsa av ett rökförbud spreds i flera år och gjorde stora delar av restaurangbranschen till aktiva motståndare mot rökfria serveringar. Med rökfria serveringsmiljöer från 2005 har restaurangägarna kunnat konstatera att rökförbudet är bra för dem och att tobaksbolagen bara lade ut dimridåer av myter.



Så klaras Islands exponeringsförbud.

Tobaksfakta har gjort en sammanställning av rapporter om exponeringsförbud från Australiens ASH (Action on Smoking and Health), Cancer Research UK, tre studier från Kanada och tre från Nottinghams universitet om exponeringsförbudets resultat i Irland och Kanada, om bl a minskad rökning bland ungdomar.

Här följer tobaksindustrins vanligaste argument mot exponeringsförbud som bemöts med fakta.

Argument 1

”Det kostar handlarna stora summor att bygga om butiksinredningarna för att dölja tobaksvarorna.”

Fakta

Påståendena om höga kostnader för ändrad inredning är felaktiga enligt undersökningar i Storbritannien, Kanada och Irland. I Kanada har kostnaden i mindre butiker begränsats till motsvarande mellan 2 000 och 3 000 kronor. Tillverkare av andra varor är villiga att betala för de platser för exponering som tobaksbolagen hittills haft monopol på.

Att underhålla butiksinredningar är en kontinuerlig kostnad. Det är allmänt känt att tobaksbolagen frikostigt subventionerar dem. Inget hindrar att de bekostar även den inredning som behövs för ett exponeringsförbud.

Argument 2

”Minskad omsättning tvingar butiker att slå igen och anställda förlorar sina jobb.”

Fakta

Det finns inga tillförlitliga rapporter om att butiker tvingats slå igen på grund av att exponeringsförbud på säljställen införts i Irland, på Island och i Kanada. Den engelska servicehandelns tidning Convenience Store Magazine konstaterade i ett reportage från Kanada den 20 januari 2012 att butikerna inte skadats av förbudet, men att det lett till att färre ungdomar börjar röka. De nikotinberoende dagligrökarna fortsätter att köpa sina märken.

Argument 3

”Det är onödigt att förbjuda exponering av tobaksvaror eftersom det inte finns några bevis för att tobaksbruket minskat bland ungdomar i länder med exponeringsförbud.”

Fakta

Statistik från Kanada publicerad i mars 2011 visade redan då att industrins argument inte håller. Bland såväl vuxna som unga rökare har exponeringsförbudet lett till minskad dagskonsumtion av cigaretter i sju av de tio provinserna. Andelen unga rökare hade minskat mest i de provinser som haft exponeringsförbud längst. I Manitoba och Saskatchewan där exponeringsförbudet trädde i kraft 2004 hade andelarna minskat med 6,7 respektive 7,3 procent. Ungdomsrökarna hade minskat i ytterligare fem provinser, med 7,2 procent i Alberta, som hade haft exponeringsförbud i endast 18 månader när undersökningen gjordes. Mindre ökning förkom

i tre av provinserna efter kortare tid med exponeringsförbud. (Tabell över andelen unga rökare i Kanada i slutet av dokumentet.)

Argument 4

”Exponeringsförbud ger ökad illegal handel och smuggling.”

Fakta

Det finns inga bevis för att kunder skulle föredra att köpa illegal tobak någon annanstans bara för att de inte kan se tobaksvarorna i sin vanliga butik, eller för att fler handlare skulle lockas att sälja illegala, billiga cigaretter bara för att sortimentet är dolt för kunderna. Att sälja tobak illegalt är en kriminell verksamhet som måste stoppas med polisiära åtgärder och internationellt samarbete mot den storskaliga smugglingen. Det är 180 länder som fram till oktober 2015 ratificerat WHO:s tobakskonvention som innehåller skärpta åtgärder mot olaglig handel.

Argument 5

”Exponering är inte detsamma som reklam.”

Fakta

Tobaksbolagen medger att exponeringen av deras varor i butikerna är till för att öka intresset och mottagligheten hos kunderna och stimulera till provköp och återkommande köp. Återförsäljarna får lära sig strategier för att maximera tobaksförsäljningen. Såväl handlarna som tobaksbolagen tar initiativ för att öka försäljningen

genom effektiv varuexponering. 90 procent av kostnaderna för tobaksbolagens globala marknadsföring satsas på åtgärder på säljställen. Det finns ingen anledning att ifrågasätta att samma proportioner inte gäller också i Sverige.

Argument 6

”Ett exponeringsförbud påverkar kundernas val av tobaksmärke.”

Fakta

80 procent av rökarna har ett favoritmärke och påverkas inte av exponeringen. Det är ovanligt att personer som rökt länge byter cigarettmärke, mindre än tio procent gör det under en längre period. Exponeringen är därför riktad till barn och ungdomar som lockas att pröva olika cigarettmärken.

Argument 7

”Tobaksbruket lönar sig för världens stater. 2015 beräknas tobaksskatterna bara i Sverige ge drygt 12 miljarder kronor.”

Fakta

Tobaksbruket kostar årligen, enligt Centrum för hälsoekonomi vid Lunds universitet, det svenska samhället i dagens penningvärde lågt räknat 30 miljarder kronor för produktionsbortfall och sjukdom. Det motsvarar vad hela det svenska rättsväsendet kostar under ett år. Tobaksskatten är ingen reell inkomst för samhället utan bara en överflyttning av pengar från den privata till den offentliga sektorn.

Tobakens skadestnader orsakar däremot reella förluster för samhälls-ekonomin.

Argument 8

”Om tobaken göms blir varningsmärkena på paketen också osynliga.”

Fakta

Exponeringsförbud och varningsmärken är två skilda aspekter – båda behövs för att minska efterfrågan och bruket av tobaksprodukter. Varningsmärkningen syns ändå för dem som behöver se dem, det vill säga de som köper tobak, i synnerhet ungdomar.

Argument 9

”Tobaken är en laglig produkt och handlarna har rätt att sälja legala varor till vuxna.”

Fakta

Många andra legala produkter, som flertalet läkemedel, förvaras utom synhåll för kunderna och i neutrala förpackningar. Receptbelagda läkemedel säljs dessutom enbart över disk av professionella farmaceuter. Det är bekymmersamt att barn uppfattar tobak som något normalt därför att varorna exponeras så påträngande i affärerna.

Den här tabellen visar skillnaderna i andelen ungdomsрrökare (prevalensen) innan exponeringsförbud infördes i Kanadas provinser och efter olika lång tid med exponeringsförbud – från 12 till 60 månader.

| Provins | Förbudsperiod (månader) | Prevalens före | Prevalens efter | Skillnad |
|----------------------|-------------------------|----------------|-----------------|----------|
| Manitoba | 60 | 18,1 | 11,4 | - 6,7 |
| Saskatchewan | 60 | 19,2 | 11,9 | - 7,3 |
| Prince Edward Island | 43 | 11,0 | 8,0 | - 3,0 |
| Nova Scotia | 33 | 9,2 | 8,2 | - 1,0 |
| British Columbia | 21 | 6,1 | 7,7 | + 1,6 |
| Ontario | 19 | 7,4 | 6,5 | - 0,9 |
| Québec | 19 | 10,2 | 10,7 | + 0,5 |
| Alberta | 18 | 13,3 | 6,1 | - 7,2 |
| New Brunswick | 12 | 10,8 | 12,4 | + 1,6 |

Om källorna:

Cancer research UK är världens största cancerfond som satsar på forskning, information och opinionsbildning.

The Saskatchewan Coalition for Tobacco Reduction är ett nätverk för tobaksprevention bestående av organisationer, hälsovård och myndigheter.