

7. oktober 2020

Strandboulevarden 49
2100 København Ø

Tlf +45 35 25 75 00

Sundheds- og Ældreministeriet
sum@sum.dk
cc: msb@sum.dk

www.cancer.dk

UNDER PROTEKTION AF
HENDES MAJESTÆT DRONNINGEN

Hørings svar over bekendtgørelser - forslag til lov om ændring af lov om forbud mod tobaksreklame m.v., lov om tobaksvarer m.v., lov om elektroniske cigaretter m.v. og forskellige andre love (Udmøntning af national handleplan mod børn og unges rygning)

Kræftens Bekæmpelse takker for muligheden for at kommentere på forslagene til de tre bekendtgørelser vedr. standardiserede pakker for tobak og e-cigaretter samt kontrol med e-cigaretter. Rygning er årsag til lungekræft og mindst 15 andre kræftformer. Andelen af børn og unge der ryger har i de senere år været i stigning, og hver dag begynder 40 børn og unge at ryge.

I dag er cigaret pakken en af industriens vigtigste muligheder for at promovere og brande deres produkt. Både når pakken bliver solgt, men især efter købet, som en såkaldt "silent salesman" når cigaret pakken med farver, logoer og genkendeligt design tages frem og lægges på cafébordet, når unge deles om cigaretterne og i andre sociale sammenhænge. Derfor mener Kræftens Bekæmpelse, at det er et stort og vigtigt skridt i den rigtige retning, at regeringen sammen med et bredt politisk flertal vil indføre standardiserede tobakspakker for at mindske reklameeffekten.

Vi er dog bekymrede for, at man i denne bekendtgørelse ikke i tilstrækkelig grad fjerner muligheden for promovering af cigaretter og anden tobak. Det er afgørende, at alle tobaksprodukter standardiseres, også f.eks. cigarillos, så de ikke appellerer til børn og unge. Derudover bør selve cigaretterne standardiseres, så de er uden farvestrålende grafik og logoer, og det bør sikres, at pakkerne er fri for alle former for reklameelementer.

Alle tobaksprodukter bør standardiseres, også cigarillos

I Irland, Australien og en række andre lande har man valgt at indføre standardiserede pakker for alle former for tobak, også cigarillos. I Danmark sælges cigarillos allerede i 10-styckspakker, der ligner cigaret pakker, de fås med filter og har samme størrelse som cigaretter. Cigarillos fås med design og elementer, der kan virke tiltrækkende på børn og unge, som f.eks. klikfunktion og smag af vanilje eller mentol (bilag, A). I forslaget er cigarillos, pibetobak m.v. ikke omfattet af kravet om standardiserede pakker. Kræftens Bekæmpelse er bekymrede for, at cigarillos fremover vil blive markedsført til børn og unge. Vi mener, at det er særdeles vigtigt, at Danmark følger WHO's anbefalinger og inkluderer cigarillos og andre former for tobak i loven om standardiserede pakker.

Fjern muligheden for reklame på selve cigaretten

I dag findes der cigaret mærker med iøjnefaldende design af selve cigaretten, f.eks. Camels 'Hejsa'-cigaretter eller 'slim' cigaretter fra Prince (bilag, B). Men ifølge forslaget er det kun den ydre emballage på pakkerne, der standardiseres. Dermed risikerer man, at markedsføringen flyttes fra pakken til selve cigaretterne. Fra udlandet er der mange eksempler på, hvordan cigaretter udformes med farver, grafik og logoer (bilag, B), der kan virke tiltalende for børn og unge. I mange lande omfatter "standardiserede pakker" derfor også selve tobaksprodukterne, som det anbefales af WHO. Det gælder f.eks. Norge, Irland, Frankrig, Storbritannien, Slovenien, Ungarn, Australien og New Zealand. Kræftens Bekæmpelse mener, at det er afgørende, at kravet om neutral udformning også omfatter selve cigaretterne.



Alle elementer på pakken skal standardiseres

Erfaringer fra andre lande har vist, at det er nødvendigt, at regulere pakkernes design meget nøje, så man fjerner alle de elementer, der kan virke som reklame. Cigaretpakkerne har i dag en række designelementer, som har til formål at brande produkterne og adskille dem fra andre mærker, f.eks. ved hjælp af særlige åbningsmekanismer, rundede hjørner og reklamekort i pakken (bilag, C). Det fremgår ikke klart af bekendtgørelsen, at standardiseringen også omfatter disse former for promovning. Det bør sikres, at kun de elementer, der nævnes i lovgivningen er tilladt (§2, stk. 2) og at pakkerne reguleres med hensyn til både åbningsmekanisme, form, størrelse og materiale. Det bør ikke være tilladt at inkludere reklamekort eller lignende i pakkerne, og det bør sikres, at pakken ikke indeholder elementer, der udsender duft eller lyd, eller som først bliver synlige efter købet. Det vil betyde, at reklameeffekten reelt fjernes, så pakkerne ikke længere virker tiltrækkende på børn og unge. Det har man gjort i bl.a. Norge, Irland, Storbritannien, Australien, New Zealand og Canada.

Husk at standardisere indpakningen af opvarmet tobak - også den elektroniske del

Opvarmet tobak består af tobakspinde, der opvarmes i en elektronisk enhed. Det markedsføres i Danmark gennem kampagner og events, der henvender sig til unge. I forslaget til bekendtgørelsen er det kun tobakspindene, der er omfattet af kravet om standardiseret indpakning og ikke den elektroniske enhed. Det giver mulighed for, at indpakningen af den elektroniske del fortsat kan fungere som reklame. Kræftens Bekæmpelse mener, at det bør præciseres, at også denne del skal være i standardiseret indpakning, ligesom det er tilfældet for e-cigaretter.

Overgangsperioden bør være så kort som muligt

Kræftens Bekæmpelse anbefaler, at de standardiserede pakker indføres hurtigst muligt med en kort overgangsperiode på højst tre måneder. Tobaksindustriens respons på de aktuelle afgiftsstigninger har vist, at det er vigtigt at sikre, at industrien ikke fremstiller og sender et stort lager af de gamle pakker på markedet for bevidst at forsinke implementeringen af de standardiserede pakker.

Opbakning til bekendtgørelserne om standardisering og kontrol af e-cigaretter

Kræftens Bekæmpelse bakker op om forslaget til standardisering og øget alderskontrol ift. e-cigaretter. Vi mener, at det er vigtigt, at der i forbindelse med alderskontrol af både e-cigaretter og tobak er afsat tilstrækkeligt med ressourcer til kontrolindsatsen i butikkerne og den efterfølgende juridiske sagsbehandling.

Med venlig hilsen



Mette Lolk Hanak
Forebyggelseschef



7. oktober 2020

Bilag til høringsvar over bekendtgørelser - forslag til lov om ændring af lov om forbud mod tobaksreklame m.v., lov om tobaksvarer m.v., lov om elektroniske cigaretter m.v. og forskellige andre love (Udmøntning af national handleplan mod børn og unges rygning)

A. Cigarillos

Små cigarillos med filter og smag.



Cigarillos med mentolkapsel i filteret.



Cigarillos i 10-styks-pakke.



Cigarillos med filter og smag af vanilje.



Cigarillos med logo.



B. Cigaretter med iøjnefaldende design

Danske cigaretter

Med teksten "Hola, Ciao, Jambo", brandnavn eller farve.



Ekstra tynde 'slim' cigaretter



Udenlandske cigaretter

Eksempler på farver og design på cigaretter og filtre.



C. Elementer på cigaretpakken

Pakkens form

Cigaretpakker med runde og kantede hjørner.



Reklamekort

Reklameindstik i pakken, f.eks. med teksten "Nu uden mentol" og "Et røgfrit alternativ til cigaretter".



Åbningsmekanismer

F.eks. 'quality seal', hvor pakken lukkes med et klik, der giver fornemmelse af kvalitet.



Cigaretter og cigarillos i dette bilag er indkøbt i danske butikker og webshops i 2020.

Udenlandske cigaretter er fra C Smith K, et al: Cigarette stick as valuable communicative real estate: a content analysis of cigarettes from 14 low-income and middle-income countries, Tobacco Control 2017;26:604-607.