

FAKTA OM NEUTRALE CIGARETPAKKER

Cigaretpakker er ved hjælp af farve, skrift og design udviklet til at tiltrække bestemte målgrupper, bl.a. børn og unge. Den form for markedsføring kan fjernes ved at indføre standardiseret, neutral indpakning af alle tobaksprodukter. Neutrale pakker gør cigaretter og andre tobaksprodukter mindre attraktive, især for børn og unge. Fra 1. april 2022 må der kun sælges neutrale cigaretpakker i butikkerne i Danmark.

ANBEFALING

Indfør standardiserede, neutrale tobakspakker, som anbefalet af WHO¹. Det vil gøre cigaretter og andre tobaksprodukter mindre attraktive for børn og unge og mindske pakkernes reklameeffekt. Neutrale pakker forstærker effekten af sundhedsadvarslerne og fjerner indtrykket af, at nogle varianter er mindre skadelige end andre^{1,2,3,4}.

Neutrale tobakspakker skal være i standardiserede, neutrale farver og uden logo eller andre designelementer på tobakspakkerne. Selve cigaretterne bør også udformes neutralt, så de heller ikke fås med logo og farver¹.

Indfør neutrale tobakspakker for alle tobaksprodukter som del af en bred strategi imod markedsføring af tobak¹.

Neutrale pakker i Danmark

I Danmark skal alle cigaretpakker og andre tobaksprodukter fremstilles i neutral, standardiseret indpakning fra 1. juli 2021. Fra 1. april 2022 må der kun sælges neutrale pakker i butikkerne. Loven gælder cigaretter, rulletobak, tyggetobak, opvarmet tobak, vandpibetobak og e-cigaretter. Den gælder ikke cigarer, cigarillos, pibetobak og nikotinposer. Selve cigaretterne er ikke omfattet af loven⁵.

Farvestrålende cigaretpakker med logoer tiltrækker børn og unge

Cigaretpakker og anden tobaksemballage er designet til at gøre selve produktet tiltalende og tiltrække bl.a. børn og unge med farver, hologrammer, logoer mv.⁶ Det er en del af en

brandingstrategi, hvor bestemte cigaretmærker knyttes til værdier som frihed, oprør og en cool identitet, som forbrugeren får del i, og som er nøje målrettet unge⁷. Cigaretpakken promoverer ikke kun produktet, når det bliver solgt, men også efter købet som en såkaldt "silent salesman", når pakken tages frem og lægges på caféborde og i andre sociale sammenhænge⁸.

Neutrale cigaretpakker gør rygning mindre attraktivt for børn og unge

Reklamefri tobakspakker kaldes også standardiserede tobakspakker, reklamefri tobakspakker eller plain packs. Pakkerne har ingen logoer eller andre former for brandingelementer og reklamer på pakken, men typisk kun mærkenavn, produkt navn, producentnavn og sundhedsadvarsler. Alle pakkerne har samme brungrønne farve og samme standardskrifttype⁴.

Neutrale pakker gør cigaretter mindre attraktive og mindre fristende. De gør sundhedsadvarslerne på pakken mere effektive og fjerner indtrykket af, at visse brands er mindre skadelige end andre⁴.

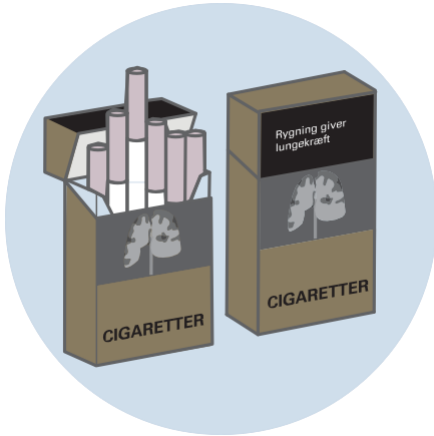
I Australien blev neutrale pakker indført som en del af en række tobaksforebyggende indsatser og har medvirket til et signifikant fald i andelen af rygere⁹.

Neutrale tobakspakker vil have størst effekt, hvis de indgår som én blandt mange indsatser, da børn og unges rygning afhænger af mange faktorer, bl.a. pris, tilgængelighed, andre former for markedsføring og røgfri miljøer^{2,3}.

FAKTA OM NEUTRALE CIGARETPAKKER

Danskerne bakker op om neutrale tobakspakker

55 pct. af befolkningen synes godt eller meget godt om, at cigaretpakkerne skal være neutrale. 11 pct. er imod¹⁰.



International lovgivning om neutrale tobakspakker

Neutrale pakker er indført i bl.a. Australien, Norge, Irland, Storbritannien, Frankrig, Belgien, Holland, Ungarn, Slovenien, Canada, New Zealand, Singapore, Tyrkiet, Thailand, Uruguay og Israel¹¹.

I Irland, Australien og New Zealand er alle tobaksprodukter omfattet af loven om neutrale pakker, også f.eks. cigarillos. Flere lande regulerer også selve cigaretten, så den heller ikke må have logo og reklameelementer¹².

¹ WHO. Guidelines for implementation of Article 13 of the WHO FCTC on "Tobacco advertising, promotion and sponsorship" (decision FCTC/ COP3(12))
² WHO Europe, TrygFonden, Kræftens Bekæmpelse, Røgfri Fremtid og Det Europæiske Netværk for Tobaksforebyggelse. Capacity assessment on the implementation of effective tobacco control policies in Denmark, January 2018
³ Vidensråd for Forebyggelse. Forebyggelse af rygning blandt børn og unge: Hvad virker? April, 2018
⁴ WHO. Plain packaging of Tobacco Products. Evidence, design and implementation. WHO 2016
⁵ Bekendtgørelse om standardisering af tobakspakker og urtebaserede rygeprodukter (BEK nr 572 af 22/03/2021)
⁶ Wakefield M et al. The cigarette pack as image: new evidence from tobacco industry documents, Tobacco Control 2002;11:i73-i80.

⁷ Hafez N, Ling PM. How Philip Morris built Marlboro into a global brand for young adults: implications for international tobacco control, Tobacco Control 2005;14:262-271
⁸ Wakefield M et al. The silent salesman: an observational study of personal tobacco pack display at outdoor café strips in Australia, Tobacco Control 2014;23:339-344
⁹ Chipty T. Study of the Impact of the Tobacco Plain Packaging Measure on Smoking Prevalence in Australia, 2016
¹⁰ Danskernes holdning til tobak 2020. Kantar Gallup for TrygFonden, Kræftens Bekæmpelse og Hjerteforeningen
¹¹ Cancer Council Victoria. International developments in plain packaging.
¹² WHO. Tobacco Plain Packaging. Global Status Update. 2018.