

FAKTA OM TOBAK UNDER DISKEN

Børn og unge er let påvirkelige af markedsføring af cigaretter i butikker. Tobak under disken er et forbud mod al markedsføring af tobak på salgssteder. Når tobakken er skjult, er cigaretter mindre tilgængelige, mindre synlige og mindre attraktive for børn og unge. Det kan mindske risikoen for, at børn og unge prøver at ryge, støtte op om rygestop og begrænse impuls køb af cigaretter.

ANBEFALING

Gem tobakken helt væk i butikkerne og anbring den under disken. Tobak under disken på salgssteder vil gøre cigaretter mindre synlige og attraktive i børn og unges hverdag^{1,2,3}. WHO's rammekonvention om tobak, som Danmark har tilsluttet sig, anbefaler forbud mod synlig markedsføring af tobak på salgssteder, både i fysiske butikker og internetbutikker, og forbud mod opstilling af tobaksautomater^{4,5}.

Effekten er størst for børn og unge, men også voksne ryger mindre, når de ikke udsættes for synlig markedsføring af tobak i butikkerne¹⁰. Tobak under disken er et tiltag, som på sigt medvirker til at gøre rygning mindre synligt, mindre tilgængeligt og mindre attraktivt for børn og unge⁵. Når tobakken lægges under disken, er det et signal til børn og unge om, at cigaretter ikke er et produkt på linje med slik, mælk og andre dagligvarer.

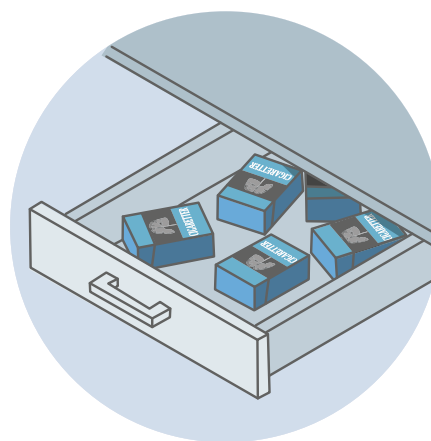
Et forbud mod synlig markedsføring vil have størst effekt, hvis det indgår som én blandt mange indsatser, da børn og unges rygning afhænger af mange faktorer, bl.a. pris, tilgængelighed, andre former for markedsføring og røgfrie miljøer^{1,3}.

Synlig tobak i butikkerne øger risikoen for, at børn og unge prøver at ryge

Børn og unge er særligt påvirkelige af markedsføring af farvestrålende cigaretpakker i butikker. Det får dem ikke alene til at vælge bestemte cigaretmærker, men gør dem også mere modtagelige for at begynde at ryge⁶. Risikoen for at børn og unge prøver at ryge øges med 60 pct., hvis de ofte møder markedsføring af tobak i butikker⁷. Synlig tobak i butikker øger også risikoen for tilbagefald for rygere, der ellers er holdt op med at ryge, eller som forsøger at blive røgfri⁸.

Tobak under disken gør cigaretter mindre attraktive for børn og unge

Når børn og unge ikke bliver udsat for synlig markedsføring af tobak i butikker, er de mindre tilbøjelige til at eksperimentere med rygning⁹.



Danskerne bakker op om tobak under disken

69 pct. af befolkningen bakker op om, at tobakken skal være ude af syne i butikkerne, dvs. tobak under disken. 23 pct. har ikke taget stilling, og 8 pct. er imod¹¹.

Tobak under disken i danske supermarkeder

Supermarkeds kæderne Salling Group, Rema 1000 og COOP har meldt ud, at de på eget initiativ vil indføre tobak under disken. Netto rapporterer et fald i salget af cigaretter på mellem 12 og 39 pct. i butikker nær ungdomsuddannelser, siden butikkerne har gemt tobakken væk¹². Erhvervsministeriet estimerer, at knap 5.400 danske butikker og kiosker fortsat vil have cigaretter og anden tobak stående fremme, når supermarkederne har skjult tobakken¹³. Siden har Dagrofa og Aldi annonceret at de også indfører tobak under disken^{14,15}.

Tobak under disken medvirker på sigt til at gøre rygning mindre synligt, mindre tilgængeligt og mindre attraktivt for børn og unge.

International lovgivning om tobak under disken

En række lande tillader ikke længere synlig markedsføring af tobak i butikkerne. Det gælder bl.a. Norge, Island, Finland, Kroatien, Storbritannien, Irland, Skotland, Ungarn, Rusland, Canada, Australien og New Zealand¹⁰. Andelen af unge, der eksperimenterer med rygning, er reduceret markant efter tobak under disken blev indført i New Zealand¹⁶. Og i Storbritannien er det dokumenteret, at færre børn bliver eksponeret for tobak og køber cigaretter i butikkerne, efter tobakken blev gemt væk¹⁷.

¹ 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. Januar, 2018

² WHO. Guidelines for implementation of Article 13 of the WHO FCTC on "Tobacco advertising, promotion and sponsorship" (decision FCTC/COP3(12))

³ Vidensråd for Forebyggelse. Forebyggelse af rygning blandt børn og unge: Hvad virker? April, 2018

⁴ WHO. Guidelines for implementation of Article 13 of the WHO FCTC on "Tobacco advertising, promotion and sponsorship" (decision FCTC/COP3(12))

⁵ WHO FCTC Secretariat. Best practices on implementation of the tobacco advertising and display ban at point of sale (Article 13 of the WHO FCTC) A four-country study: Ireland, Norway, Finland and the United Kingdom

⁶ Lovato et al. Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviours. Cochrane Database Syst Rev. 2011 Oct

⁷ Robertson L et al Point-of-sale tobacco promotion and youth smoking: a meta-analysis, Tobacco Control 2016;25:e83-e89

⁸ Siapush M et al. The Association of Exposure to Point-of-Sale Tobacco Marketing with Quit Attempt and Quit Success: Results from a Prospective Study of Smokers in the United States. Int J Environ Res Public Health. 2016 Feb 6;13(2):203

⁹ Shang C et al. The Association between Point-of-Sale Advertising Bans and Youth Experimental Smoking: Findings from the Global Youth Tobacco Survey (GYTS). AIMS Public Health. 2015;2(4):832-844

¹⁰ HeY et al. Global evidence on the effect of point-of-sale display bans on smoking prevalence, Tobacco Control 2018 Jan 13

¹¹ Danskernes holdning til tobak 2017. Kantar Gallup for Kræftens Bekæmpelse og Hjerteforeningen

¹² Salling Group. Dramatisk fald i salg af cigaretter til unge efter Netto skjulte tobakken <https://sallinggroup.com/kontakt/presse/pressemeddelelser/dramatisk-fald-i-salg-af-cigaretter-til-unge-efter-netto-skjul-te-tobakken/>

¹³ Erhvervsministeriet 2017-18 SUU Alm.del endeligt svar på spørgsmål 1173

¹⁴ Aldi. ALDI indfører ny rygepolitik. 26.10.2018. <https://www.aldi.dk/om-aldi/presse/pressemeddelelser/aldi-indfoerer-ny-rygepolitik.html>

¹⁵ Policy Watch. Coop følger efter Salling Group: Skjuler tobakken i alle butikker og opfordrer til forbud. 25. oktober 2018.

¹⁶ <https://policywatch.dk/nyheder/virksomheder/article10963702.ece>

¹⁷ Edwards et al. Impact of removing point-of-sale tobacco displays: data from a New Zealand youth survey. Tob Control 2017 Jul;26(4):392-398

Laverty AA, Vamos EP, Millett C, et al. Child awareness of and access to cigarettes: impacts of the point-of-sale display ban in England. Tob Control. Published Online First: 20 September 2018