

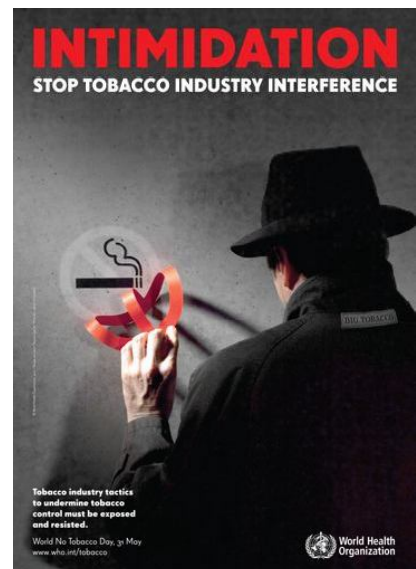
Światowy Dzień bez Tytoniu

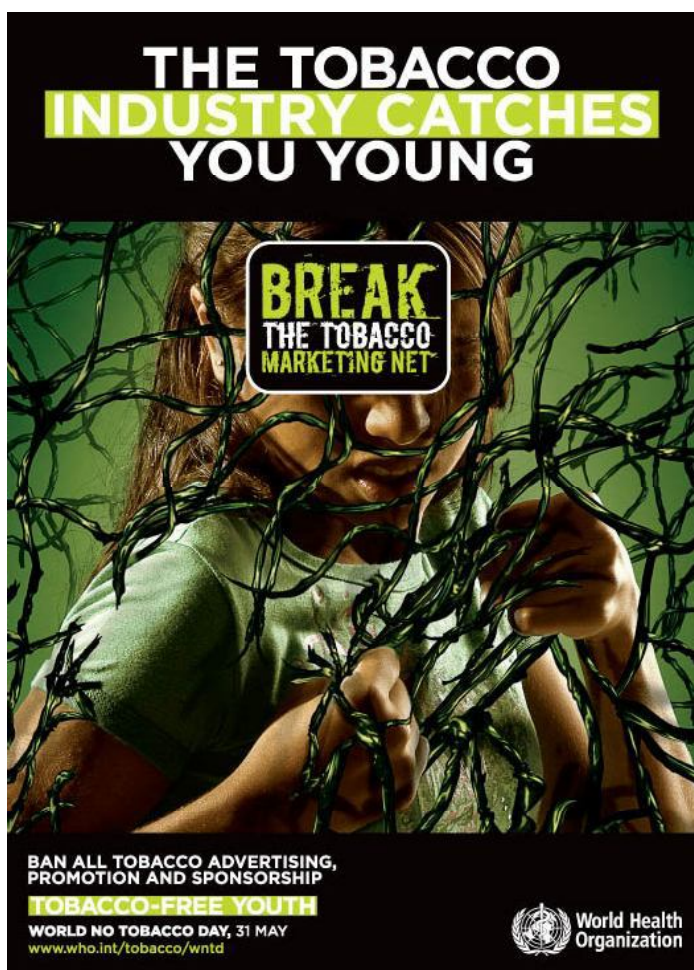
31 maj 2013



Historia:

- Światowy Dzień bez Tytoniu został ustanowiony na konferencji Światowej Organizacji Zdrowia w 1988 roku w Madrycie
- Początkowo miał być obchodzony 7 kwietnia, jednak po roku zmieniono datę na 31 maja
- Każdego roku skupia się na innym aspekcie:
 - 2007: „Żyjmy w świecie wolnym od dymu tytoniowego”
 - 2008: „Młodość bez papierosa”
 - 2009: „Tytoniowe ostrzeżenia zdrowotne”
 - 2010: „Płeć a tytoń”
 - 2011: „Ramowa Konwencja Światowej Organizacji Zdrowia o Ograniczeniu Użycia Tytoniu”
 - 2012: „Działania marketingowe przemysłu tytoniowego”





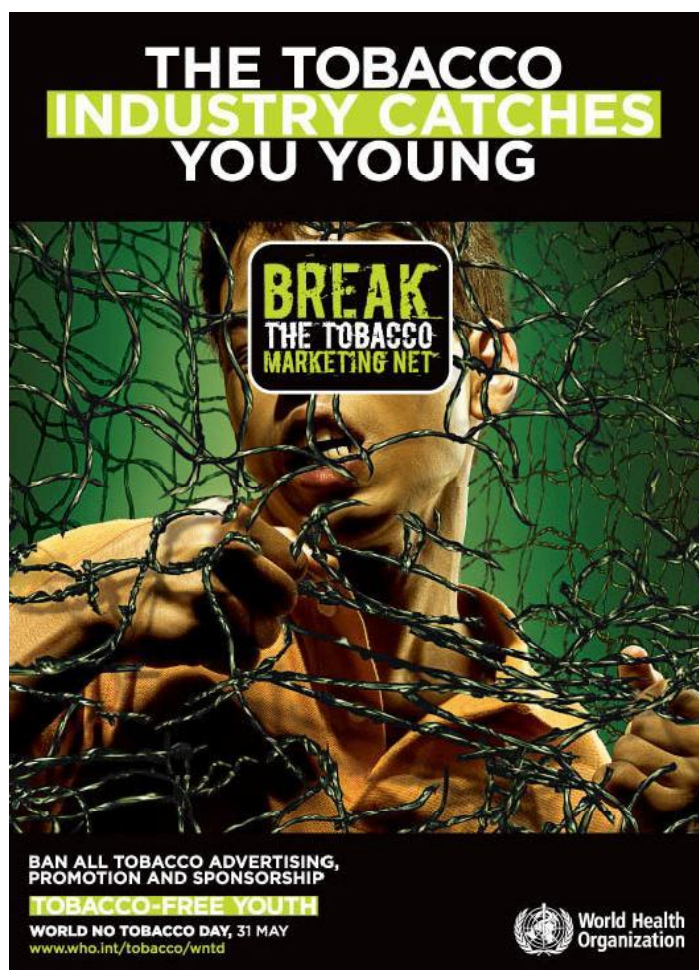
Światowy Dzień bez Tytoniu 2013

*" Zakaz reklamy
i promocji tytoniu
oraz sponsoringu przez
firmy tytoniowe"*

- Według raportu WHO nt. epidemii tytoniowej z 2011 roku, jedynie 6% światowej populacji jest w pełni chroniona przed reklamami i innymi środkami marketingowymi dotyczącymi tytoniu
- Badania pokazują, że kompleksowy zakaz reklam, znacząco obniża ilość osób palących oraz zaczynających palić

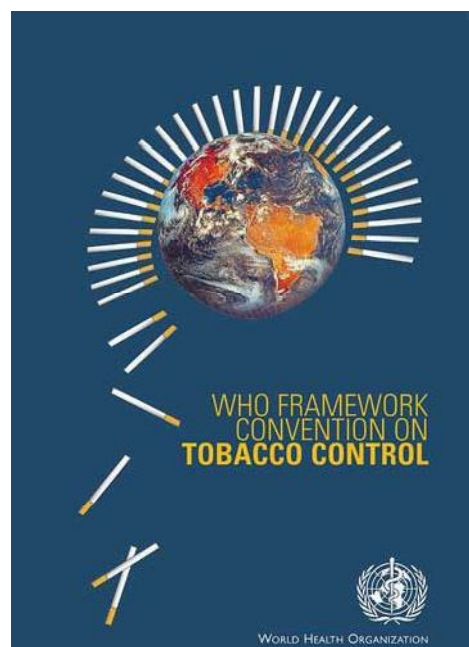
Główne cele kampanii 2013:

- Pobudzić kraje do realizacji **WHO FCTC art 13:** kompleksowy zakaz reklamy tytoniu, promocji i sponsorowania,
- Skierować wysiłki lokalne, krajowe i międzynarodowe na działania przeciwdziałające przemysłowi tytoniowemu, przede wszystkim w zakresie zakazu reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania.



Ramowa Konwencja WHO o ograniczaniu użycia tytoniu

- Pierwszy międzynarodowy traktat zdrowotny
- Ratyfikowana przez 162 państwa w tym przez 26 państw członkowskich Unii Europejskiej
- Sporządzona w Genewie w maju 2003, weszła w życie w lutym 2005 roku
- Podkreśla szkodliwość wyrobów tytoniowych, a także określa cele i zasady prawne, których muszą przestrzegać ratyfikujące go państwa



- **Artykuł 13:** Reklama, promocja i sponsorowanie wyrobów tytoniowych
 - Strona jest zobowiązana do wprowadzenia, zgodnie ze swoją konstytucją lub zasadami konstytucyjnymi, powszechnego zakazu wszelkiego reklamowania i promowania wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez przemysł tytoniowy
 - Określa co powinien obejmować kompleksowy zakaz reklamy i promocji wyrobów tytoniowych oraz sponsorowania przez branżę tytoniową (np. **jakiegokolwiek wsparcie dla jakiegokolwiek imprezy, działania lub osoby**)
 - Strony powinny wprowadzić całkowity **zakaz prezentowania** i umieszczania w widocznych miejscach w punktach sprzedaży wyrobów tytoniowych. Zezwala się wyłącznie na prezentowanie tekstowej listy wyrobów i ich cen

Wdrażanie zakazów reklamowania, promocji i sponsoringu

- Szeroko rozpowszechnione reklamy mylnie łączą tytoń z konkretnymi wyobrażeniami
- Badania wykazują, iż zakaz reklamy może obniżyć konsumpcję tytoniu
- Tylko 6% populacji świata żyje w państwach gdzie obowiązuje zakaz reklamy wyrobów tytoniowych, promocji i sponsoringu
- Około połowy dzieci na świecie żyje w państwach gdzie nie ma zakazu reklamy tytoniu

**Art. 13 REKLAMA I PROMOCJA WYROBÓW TYTONIOWYCH
ORAZ FORMY SPONSOROWANIA PRZEZ BRANŻĘ TYTONIOWĄ**

- Reklama to :„jakakolwiek forma przekazów handlowych, zaleceń lub działań w celu, z zamiarem lub prawdopodobnym zamiarem bezpośredniego lub pośredniego promowania wyrobu tytoniowego bądź używania tytoniu.

Reklama to także:

- włączenie wyrobów tytoniowych lub używania tytoniu do treści pojawiających się w mediach;
- kojarzenie w różny sposób wyrobów tytoniowych z jakimikolwiek imprezami lub innymi produktami;
- promocyjny charakter opakowań i projektu wyrobów;
- produkcja i dystrybucja przedmiotów, takich jak słodczyce i zabawki lub inne produkty, które przypominają papierosy lub inne wyroby tytoniowe

ART. 11 i 13 FCTC



Dlaczego jest to tak ważne?



- Ten sam produkt
- Ta sama firma go produkująca
- To samo zastosowanie
- Inne opakowanie
- Inna grupa docelowa
- Inna cena



Art. 11 OPAKOWANIE I OZNAKOWANIE WYROBÓW TYTONIOWYCH

Dlaczego opakowanie wyrobów tytoniowych
jest tak ważne?

http://www.youtube.com/watch?v=c_z-4S8iicc

Reklama to także

- Prezentowanie wyrobów tytoniowych w punktach sprzedaży
- Rozwiązanie?

Strony powinny wprowadzić całkowity zakaz ich prezentowania i umieszczania w widocznych miejscach w punktach sprzedaży, łącznie z punktami sprzedaży detalicznej oraz sprzedawcami ulicznymi. Zezwala się wyłącznie na prezentowanie tekstowej listy wyrobów i ich cen, bez jakichkolwiek elementów promocyjnych.



- Most cost

Peru
2008

Jest ...

