



Град Ниш
Секретаријат за омладину и спорт



Институт за јавно здравље Ниш
Центар за промоцију здравља

СВЕТСКИ ДАН БЕЗ ДУВАНСКОГ ДИМА 2020.

Заштита младих од манипулације дуванске индустрије и спречавање употребе дувана и дуванских производа међу младима

Дуванска индустрија већ деценијама намерно и стратешки примењује агресивне и добро финансиране тактике како би учинила дуван и никотинске производе привлачним младима. Интерна документа дуванске индустрије откривају да иза маркетиншких кампања и дизајнирања дуванских производа који имају за циљ привлачење младих корисника, стоје дубинска истраживања и прорачунати приступи. Тиме се у милионе људи који сваке године умиру од дуванског дима регрутују и нови потрошачи – млади људи.

Као одговор на систематску, агресивну и континуирану тактику дуванске и сродних индустрија у привлачењу нових генерација младих корисника дувана, Светски дан без дувана 2020. фокусираће се на контра маркетиншку кампању и оснаживати младе да се укључе у борбу против употребе дувана.

Глобална кампања "Светски дан без дувана 2020" имаће за циљ да се:

- Раскринкају митови и тактике манипулације коришћене од стране дуванске и сродних индустрија, посебно маркетиншке тактике намењене младима, презентоване кроз увођење нових и атрактивних производа;
- Информишу и едукују млади о намерама и тактикама дуванске и сродних индустрија да их прикључе групи корисника дуванских и никотинских производа, као и да
- Оснаже и мотивишу утицајне људе за одбрану и заштиту младих од дуванских индустрија као и да подстичу жељене промене укључујући младе у борбу против дувана.

Како дуванска и сродне индустрије манипулишу младима?

- **Употреба укуса који су привлачни младима** у дуванским и никотинским производима, попут укуса воћа, жвакаћих гума и бомбона, што подстиче младе људе да потцене здравствене ризике и почну да користе дуванске производе.
- **Елегантно дизајнирани и атрактивни дувански производи** који се могу лако носити и који могу заварати привлачним обликом (облик USB меморија или посланица).
- **Промоција нових производа као оних који „смањују штету“ или су „здравија“ алтернатива** конвенционалним цигаретама и ако наука такве тврдње до сада није доказала.
- **Спонзорисање славних и утицајних личности и брендирање догађаја** којим се промовишу дуван и дувански производи (нпр. инфлуенсери на Инстаграму)
- **Маркетинг на продајним местима која посећују деца и млади**, позиционирањем дуванских производа у близини слаткиша, грицкалица или газираних сокова. Оваква доступност дуванских производа постиже се давањем премија продавцима како би осигурали да се дувански производи налазе у близини места у продајним објектима где се деца и млади крећу. Истовремено то подразумева да маркетиншки материјал буде видљив и лако доступан.
- **Продаја дуванских производа, првенствено цигарета, на комад** и то у близини школа, што ове производе деци и младима чини јефтиним и лако доступним.
- **Индиректно (скривено) рекламирање дуванских производа** у филмовима, ТВ емисијама и онлајн садржајима.
- **Постојање аутомата за продају дуванских производа на местима која посећују млади**, праћених атрактивним локацијама и маркетингом, чиме се нарушавају прописи о забрани продаје дуванских производа малолетницима.
- **Судски спорови који имају за циљ релативизацију свих врста прописа о контроли дувана**, укључујући сликовна упозорења на паковањима, излагање дуванских производа на продајним местима и прописе који забрањују продају и рекламирање дуванских производа у близини места где бораве деца.

Позив на акцију

Свет не може себи да приушти још једну генерацију људи преварених лажима дуванске индустрије која се истовремено претвара да промовише слободу личног избора а заправо ради у корист трајног профита - без обзира на милионе људи који то плаћају животом сваке године.

СЗО апелује на утицајне људе у свим областима живота који су атрактивни младима да учествују у разоткривању манипулативних тактика дуванске индустрије за стварање нове генерације корисника дувана.

Морамо оснажити младе да се супротставе дуванској индустрији тако што ћемо одагнати њене лажи и одбијати употребу дуванских производа.

Истраживање GYTS (GLOBAL YOUTH TOBACCO SURVEY) међу ученицима узраста 13-15 година у Србији за 2017. годину

- 16,2% ученика, 16,5% дечака и 15,9% девојчица тренутно користи неки од дуванских производа.
- 11,0% ученика, 10,9% дечака и 11,2% девојчица тренутно пуши цигарете
- 9,0% ученика, 9,2% дечака и 8,7% девојчица тренутно пуши наргиле
- 6,2% ученика, 7,6% дечака и 4,8% девојчица тренутно користи електронске цигарете
- 61,0% ученика који тренутно пуше дуван покушало је да престане да пуши у последњих 12 месеци, а њих 41,2% тренутно жели да престане да пуши
- 58,9% ученика је било изложено дуванском диму код куће, а 58,3% студената било је изложено дуванском диму на јавним местима
- 70,4% ученика који тренутно пуше, цигарете је купило у продавници, или на киоску. Њих 82,6% није било спречено да их купи због тога што су млађи од 18 година
- Скоро половина ученика (47,3%) уочила је поруке против дувана у медијима, док је нешто више од половине (54,0%) уочило рекламе или друге облике промоције дуванских производа на местима где се продају цигарете
- 61,5% ученика сматра да је пасивно пушење штетно за њихово здравље и 82,2% студената подржава забрану пушења на јавним местима