

«За мир без табачного дыма» существенные факты

Чтобы выжить, табачные компании должны привлекать новое поколение потребителей табака. Табачная промышленность постоянно теряет клиентов, потому что многие нынешние курильщики бросают курить или умирают от заболеваний, связанных с потреблением табака. В результате табачные компании разрабатывают массивные маркетинговые кампании, чтобы привлечь молодежь к курению и сделать из них продолжительных курильщиков.



Всесторонний запрет на рекламу табака, стимуляцию продаж и спонсорство является одним из самых эффективных мер, направленных на понижение потребления табака среди молодежи.

Потребление табака среди молодежи:

- Употребление табака среди молодежи – это важнейший вопрос здравоохранения во всем мире. Каждый день около 80 000-100 000 молодых людей во всем мире приручаются к табаку.
- Если такая тенденция будет продолжаться, 250 миллионов живущих сегодня детей умрут от заболеваний, связанных с употреблением табака.
- Многие люди начинают курить до того, как им исполняется 18 лет, и практически четверть таких курильщиков начинает курить до того, как они достигают 10-летнего возраста.

Стратегии, используемые табачной промышленностью в отношении молодежи:

Табачные компании применяют тщательно продуманные маркетинговые стратегии, чтобы оказать воздействие на уязвимые несовершеннолетние слои населения. Маркетинговые тактики, используемые табачными компаниями, включают в себя:

- Интенсивное рекламирование в торговых точках, находящихся около школ и детских площадок, с применением крупных рекламных плакатов и надписей, легко различаемых извне таких торговых точек.
- Размещение реклам сигарет на уровне глаз детей.
- Рекламирование в популярных магазинах для молодежи.
- Спонсорство видов спорта с обширным контингентом любителей, как например, футбол и крикет.
- Рекламирование около школ с применением больших рекламных щитов, изображающих гламурные имиджи потребления табака.
- Размещение табачных продуктов в популярных кинофильмах для молодой публики.

Необходимость всестороннего запрета табака!

- Табачная реклама, стимуляция продаж и спонсорство стимулируют потребление табака среди молодых людей, поощряет дальнейшее курение среди курильщиков и негативно влияет на желание курильщиков избавиться от этой привычки.
- Добровольные нормы не являются эффективными, поскольку табачная промышленность часто их не выполняет.
- Частичные запреты только в малой степени воздействуют на потребление табака, а порой не оказывают никакого воздействия.
- Только всесторонний запрет на рекламу табака, стимуляцию продаж и спонсорство способствует понижению потребления табака, особенно среди молодежи.

«Сегодняшний подросток – завтрашний потенциальный постоянный клиент, и подавляющее большинство курильщиков начинают курить в подростковом возрасте... Именно в этом возрасте делается первоначальный выбор бренда»



Особые маркетинговые тактики:

- Уровень глаз – это уровень продажи, потому что вероятнее всего, что скорее будут куплены товары, размещенные на уровне глаз, нежели те, которые размещены на более высоких или низких полках.
- В торговых точках все покупатели, независимо от их возраста или того, курят они или нет, подвергаются воздействию слоганов и образов, стимулирующих курение.
- Реклама сигарет в торговых точках способствует тому, что молодежь начинает курить.
- «Растягивание бренда» – использование наименований бренда, логотипов или изобразительных особенностей бренда на нетабачных продуктах во время мероприятий или событий, не имеющих отношения к табаку.
- Нетабачные продукты, как например, одежда или игрушки, сопровождаемые наименованиями табачных брендов, стимулируют продажу табачного продукта и повышают уровень узнаваемости бренда, что позволяет табачным компаниям обойти традиционные запреты, связанные с маркетингом табачных изделий.

Вред, наносимый молодежи табаком

Каждый день около 80 000 - 100 000 молодых людей во всем мире приручаются к табаку. Если такая тенденция будет продолжаться, 250 миллионов живущих сегодня детей умрут от заболеваний, связанных с употреблением табака. На сегодняшний день табак – это единственная причина смерти в мире, которую можно предотвратить. Если не будут предприняты срочные меры, направленные на предотвращение формирования нового поколения курильщиков, к 2030 году более 8 миллионов людей будут умирать каждый год.

Глобальное потребление табака среди молодежи:

- Более 17% молодых людей в возрасте 13-15 лет употребляют те или иные виды табачных продуктов.
- В настоящее время 9,5% студентов курят сигареты, и один из 10 студентов употребляет табачные продукты, не являющиеся сигаретами (например, курительные трубки, бездымный табак, бидис).
- Употребление сигарет среди студентов в Европейском регионе является самым распространенным (19,2%), в то время как в Восточном районе Средиземного моря самым распространенным является употребление других форм табачных продуктов (12%).

Глобальное воздействие пассивного курения на молодежь:

- 42,5 % студентов (13-15 лет) подвергаются воздействию пассивного курения в домашних условиях.
- Более половины (55,1%) студентов подвергаются воздействию пассивного курения в общественных местах.
- 78,3% студентов во всех регионах думают, что запрет на курение должен быть установлен для всех общественных мест.

Вред, наносимый во время беременности или при рождении ребенка:

- Курение среди беременных женщин и воздействие на них пассивного курения приводит к случаям самопроизвольного аборта, внематочным беременностям, мертворожденным младенцам, маловесным младенцам и другим осложнениям при беременности и родах, требующим вмешательства отделения реанимации новорожденных.
- После рождения такое воздействие продолжает оставаться действующим, повышая вероятность случаев синдрома внезапной смерти внешне здорового ребенка, расстройства деятельности органов дыхания, заболеваний ушей и глаз, отсталости в развитии и умственной отсталости, синдрома нарушения внимания и других проблем, связанных с познанием и развитием.

Вред, наносимый молодежи курением среди членов семьи:

Если родители или другие члены семьи продолжают курить после рождения ребенка, это также повышает вероятность того, что дети, подверженные воздействию пассивного курения, будут страдать связанными с курением кашлем и свистящим дыханием, бронхитом, астмой, пневмонией, потенциально смертельными заболеваниями низких дыхательных путей, заболеваниями ушей и глаз или травмами или смертельными случаями, связанными с пожарами, вызванными курением сигарет.

Кратковременные последствия:

Многие люди сосредотачиваются на долгосрочных рисках, думая, что вред, наносимый курением, не проявляется себя годами. Однако многие последствия для здоровья могут проявить себя незамедлительно.

- Курение становится причиной обструкции дыхательных путей средней степени, пониженного функционирования легких и замедленного развития функции легких среди подростков.
- Частота сердечных сокращений в покое курящих молодых людей до двух-трех биений в минуту быстрее, чем у некурящих людей; исследования показывают, что у курящих молодых людей наблюдаются ранние симптомы заболевания сердца и инсульта.

Продолжительные последствия:

Привязанность к табаку, продолжающаяся в течение всей жизни, как правило, начинается до 18 лет.²¹ Продолжительное употребление табака приводит к различным видам раковых заболеваний и хронических болезней, включая рак легких, рак желудка, инсульт и коронарную недостаточность сердца. Половина всех долговременных курильщиков умрет от заболеваний, связанных с употреблением табака.

Действия, направленные на снижение смертельного влияния табака на молодежь:

- Мониторинг употребления табака и оценка воздействия политик по профилактике табачной зависимости. v Защита людей от пассивного курения.
- Предоставление помощи каждому потребителю табака, желающему бросить курить.
- Предупреждение и эффективное обучение каждого человека в отношении рисков, связанных с употреблением табака посредством графических изобразительных предупредительных надписей о вреде здоровью и энергичные продолжительные информационные кампании, направленные на обучение общественности.
- Внедрение и введение в силу всесторонних запретов на рекламирование табачных продуктов, стимуляцию продаж и спонсорство, а также использование вводящих в заблуждение понятий, таких как «легкие» или «с пониженным содержанием смол».