

Helse- og omsorgsdepartementet
Postboks 8011 Dep
0030 OSLO

Saksbehandler:
Kaja Lund-Iversen
Epost:

Vår dato:
09.06.2015

Vår referanse:
15/1800 - 2

Deres dato:

Deres referanse:

Høring av forslag til innføring av standardiserte tobakkspakninger

Vi viser til brev fra Helse- og omsorgsdepartementet av 17. mars vedrørende forslag om innføring av standardiserte tobakkspakninger og gjennomføring av tobakkskonvensjonen artikkel 5.3 i Norge. Forbrukerrådet vil med denne uttalelsen gi støtte til forslagene og utdyper våre synspunkter nedenfor.

Forbrukerrådet arbeider for økt forbrukerinnflytelse i samfunnet og ønsker å bidra til en forbrukervennlig utvikling og fremme tiltak som kan bedre forbrukernes stilling. Forbrukerrådet bygger sitt arbeid på blant annet FNs forbrukerrettigheter, vedtatt ved konsensusvedtak i FNs generalforsamling 9. april 1985¹. FNs retningslinjer for forbrukerbeskyttelse er en erklæring om beste praksis for lov- og politikktutforming med henblikk på blant annet forbrukervern. Retningslinjene gir et sett med grunnleggende mål for forbrukerområdet som regjeringer har sagt seg enige i, og fungerer dermed som et utgangspunkt for politikktutforming på forbrukerområdet på nasjonalt nivå.

I denne sammenheng er retten til beskyttelse mot helseskadelige produkter og retten til informasjon av særlig relevans. Forbrukerrådet ønsker i dette høringssvaret å fokusere på behovet for å beskytte barn og unge mot helseskadelige produkter. Å hindre at barn og unge begynner å bruke tobakk er i følge høeringsnotatet hovedfokus i departementets arbeid med tobakksforebygging. Dette er en tilnærming som Forbrukerrådet støtter.

I høeringsnotatet vises det til Folkehelseinstituttets rapport fra 2014, Helserisiko ved bruk av snus, som viser at økningen i snusbruk i Norge er størst blant de yngste. Snusbruken blant menn har økt mer enn 5 ganger i løpet av de siste 10-14 årene. Blant menn 16-24 år brukte 27 % snus daglig og 6 % av og til. For kvinner i samme aldersgruppe (16-24 år) startet økningen senere, fra noen få prosent i 2005 til 14 % som brukte snus daglig og 9 % av og til i 2013. Den kraftige økningen i snusbruk blant unge kan karakteriseres som en epidemi og at det ikke er noe som tyder på at økningen vil stanse.

Tobakksvarer er lovlige varer, men skiller seg vesentlig fra andre forbruksvarer fordi de er sterkt helsefarlige, uansett bruk. De aller fleste som begynner med tobakk er mindreårige, og forskning viser at de undervurderer risikoen for å bli avhengige. Helseskadene av tobakksbruk gjør at det er tungtveiende legitimitetsgrunner for myndighetenes rett til ytterligere regulering av utformingen av tobakkspakkene og -varene for å gjøre tobakksvarer mindre tiltrekkende på unge. Det støttes blant annet av FNs forbrukerrettigheter.

Tobakkspakningen er en av de siste formene for tobakksreklame i Norge. Tobakksindustrien har investert betydelige ressurser i utvikling av pakkesdesign rettet mot spesifikke grupper, herunder kvinner og unge, og på få år har snus blitt et nytt trendprodukt for ungdomsgenerasjonen.

Forbrukerrådet har merket seg den systematiske studien fra 2013 *Is Consumer Response to Plain/Standardised Tobacco Packaging Consistent with Framework Convention on Tobacco Control Guidelines? A Systematic Review of Quantitative Studies*ⁱⁱ.

Denne gjennomgangen, bestående av 25 kvantitative studier, viser at standardisert emballasje vil bidra til å redusere paknings-, produkt- og brukerappell for tobakksvarer. Det vil bidra til å redusere forbrukernes misoppfatninger vedrørende produktets helseskader basert på pakningsdesign, og vil bidra til å gjøre de lovpålagte helseadvarslene mer framtreddende.



Investering i emballasje av forbrukerprodukter blir generelt sett på som viktig. Når forbrukere skal vurdere et produkt, er pakningen en sentral del av det som evalueres ved produktet. For å være vellykket skal emballasjen appellere visuelt og skape et positivt inntrykk. Funn fra gjennomgangen er i flere henseender konsekvent med bredere markedsføringslitteratur, som slår fast at emballasje, inkludert logoer og branding er veletablerte markedsføringsverktøy.

Funnene i studien tyder også på at mange forbrukere likestiller pakkens farge med produktets styrke og mengde av stoffer som innebærer helserisiko og skade. Denne misforståelsen har viktige implikasjoner for forbrukervern.

Selv om det var et begrenset antall studier og design i denne systematiske gjennomgangen, var resultatene i stor grad konsistente på tvers av design, land, befolkningsgrupper, og røykere vs. ikke-røykere. Konklusjonen vi kan trekke fra denne studien er at standardisert innpakning av tobakkssvarer med meget stor sannsynlighet vil ha de tilsktede effektene, særlig blant de yngre aldersgruppene. Det finnes også studier fra Norge som viser at standardiserte tobakkspakker vil være et effektivt hjelpemiddel for å redusere røykestart hos ungdom, bl.a. ved å gi røyking et mindre positivt imageⁱⁱⁱ.

Siden Australia innførte standardiserte tobakkspakninger er det også der studier som bekrefter at tobakkspakningene har fått mindre appell, at effekten av helseadvarslene har økt og at standardiserte reklamefrie tobakkspakker hindrer at det gis et feilaktig inntrykk av helserisikoen som er forbundet med tobakksbruk. Spesielt har kombinasjonen av debranding, det å fjerne merkevarenavnet, og større grafiske helseadvarsler gjort tobakk mindre attraktivt blant unge^{iv}. Samtidig vil vi presisere at dette tiltaket må støttes opp av andre effektive virkemidler i det tobakksforebyggende arbeidet, slik som både informasjonstiltak og andre regulerende tiltak.

På denne bakgrunn mener Forbrukerrådet det er grunn til å hevde at standardiserte og reklamefrie tobakkspakninger vil gjøre tobakk mindre attraktivt for unge. Tiltaket har et klart potensial i å redusere oppstart av tobakksbruk blant unge også i Norge. Forbrukerrådet gir derfor full tilslutning til forslaget om å innføre standardiserte og reklamefrie tobakkspakninger, og presiserer at det må gjelde både sigarettpakker og snusbokser.

Vi støtter for øvrig også forslaget om å ta inn tobakkskonvensjonens artikkel 5.3 i tobakkskadeloven for å blant annet øke bevisstheten om tobakksindustriens innblanding og metodene som brukes, da denne aktiviteten i all hovedsak har til hensikt å svekke utformingen og implementeringen av strengere regulering på tobakksområdet.

Vennlig hilsen
FORBRUKERRÅDET

Gunstein Instefjord
fagdirektør

Kaja Lund-Iversen
seniorrådgiver

Dette dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ikke signatur.

ⁱ http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_en.pdf

ⁱⁱ Is Consumer Response to Plain/Standardised Tobacco Packaging Consistent with Framework Convention on Tobacco Control Guidelines? A Systematic Review of Quantitative Studies; Martine Stead et al. PLoS One. 2013; 8(10): e75919.

ⁱⁱⁱ Young smokers and non-smokers perceptions of typical users of plain vs. branded cigarette packs: a between-subjects experimental survey; Lund I, Scheffels J. BMC Public Health. 2013 Oct 24;13:1005.

^{iv} Do larger graphic health warnings on standardised cigarette packs increase adolescents' cognitive processing of consumer health information and beliefs about smoking-related harms? White V et al. 2015 April; 24(Suppl 2): ii50–ii57.

^v Has the introduction of plain packaging with larger graphic health warnings changed adolescents' perceptions of cigarette packs and brands? White V et al. Tob Control. 2015 April; 24(Suppl 2): ii42–ii49.