

NEPAKLIŪK Į TABAKO PRAMONĖS PINKLES!

**SULAUŽYK
TABAKO
MARKETINGO
TINKLĄ!**

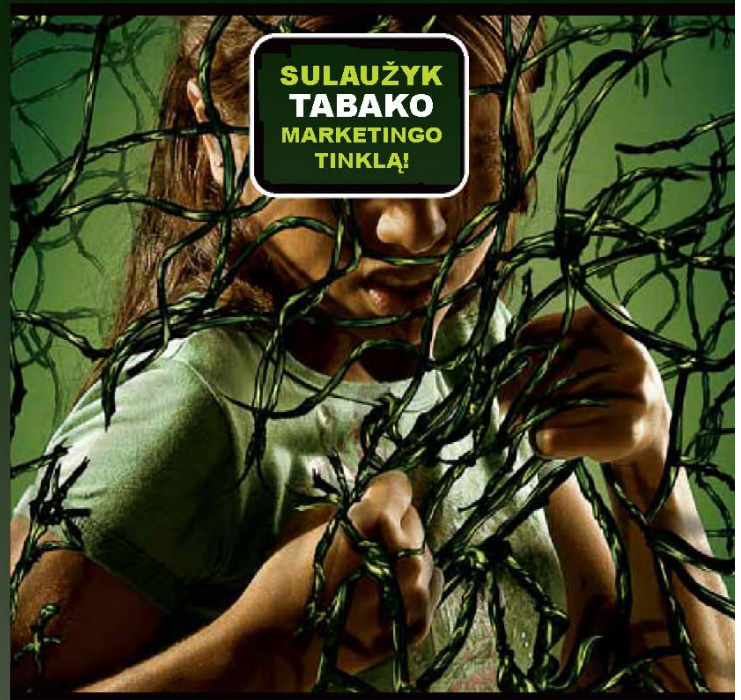
**JAUNIMAS
BE TABAKO**

PASAULIO DIENA BE TABAKO,
GEGUŽĖS 31-OJI



World Health
Organization

Medžiaga ruošta pagal PSO pateiktą medžiagą
www.who.int/tobacco/wntd



**SULAUŽYK
TABAKO
MARKETINGO
TINKLĄ!**

**UŽDRAUSTI TABAKO
REKLAMĄ, RĖMIMĄ IR
FINANSAVIMĄ**



**SULAUŽYK
TABAKO
MARKETINGO
TINKLĄ!**

KODĖL TABAKO PRAMONEI REIKIA PAAUGLIŲ IR JAUNIMO?

- Kad tabako pramonė išliktų, reikia vis naujų pirkėjų, pakeičiančių tuos, kurie jau mirė ar metė šį žalingą įprotį.
- Daugelis žmonių pradeda rūkyti jaunesni nei 18 metų ir beveik ketvirtadalis iš jų pradeda vartoti tabaką, būdami jaunesni nei 10 metų.
- Kuo jaunesni žmonės pabando pirmąkart užsirūkyti, tuo didesnė tikimybė, kad jie taps pastoviais tabako vartotojais ir mažiau bus metančiųjų.

KODĖL TABAKO REKLAMA, RĖMIMAS IR FINANSAVIMAS KELIA GRĖSMĘ JAUNIMUI?

- Kuo daugiau yra neapsaugoto nuo tabako reklamos jaunimo, tuo daugiau vartojančiųjų tabaką. Tabako pramonė mėgsta sieti savo produktų vartojimą su žavesiu, energija, seksualiniu patrauklumu, įdomiais, jaudinančiais nuotykiais ar kt. veikla.
- Nedraudžiama tabako reklama siekia sukelti įspūdį, kad tabakas nesiskiria nuo kitų produktų ir jos veikiamas jaunimas nepakankamai įvertina riziką tapti priklausomiems nuo nikotino ir patirti tragiškų pasekmių sveikatai.

KODĖL REIKIA VISIŠKAI UŽDRAUSTI TABAKO GAMINIŲ REKLAMĄ, RĖMIMĄ IR FINANSAVIMĄ?

- Tabako pramonė išleidžia milijardus dolerių per metus plėsdama rinkodaros tinklą ir siekdama pritraukti kuo daugiau jaunų vartotojų, stengdamasi pasiekti besilaisvintį šeimos aplinkoje ir pramogaujantį – žiūrintį filmus, naršantį internete, skaitantį madingus žurnalus, lankantį koncertus ar sporto varžybas jaunimą.

- Tabako pramonė naudoja vis daugiau patrauklių taktikų, skatindama žmones pirkti vis daugiau jų produktų.
- Tik visiškai reklamos draudimas gali sulaužyti tabako rinkodaros tinklą. Pramonė turi daug būdų patraukti jaunuolius ir iš dalies draudžiama reklama tikrai leistų kompanijoms nukreipti savo gausius išteklius iš vienos reklaminės taktikos į kitą.

AR BESIVYSTANČIŲ ŠALIŲ JAUNIMAS PATIRIA YPATINGĄ PAVOJŲ? KĄ GALIMA PASAKYTI APIE JAUNAS MERGINAS IR MOTERIS?

- Daugiau nei 80 proc. 10-24 metų jaunimo – 1,8 milijardo gyvena besivystančiose šalyse, į kurias agresyviai nusitaikiusi tabako pramonė. Keturi iš penkių paauglių gyvenančių besivystančiose šalyse teigia, kad jie yra neseniai matę paslėptą tabako reklamą.
- Tabako pramonė reklamos, rėmimo ir finansavimo dalį skiria jaunoms moterims ir merginoms. Kruopščiai išnagrinėtos rinkodaros strategijos skatina merginas ir jaunas moteris vartoti tabako produktus, ir stengiasi susilpninti kultūrinį pasipriešinimą šalyse, kuriose moterys tradiciškai nevartoja tabako.
- Didėjantis merginų ir jaunų moterų tabako gaminių vartojimas yra vienas iš nerimą keliančių pasaulinės tabako epidemijos požymių.

AR VISIŠKAS REKLAMOS DRAUDIMAS YRA VIENINTELIS BŪDAS APSAUGOTI JAUNIMĄ NUO TABAKO VARTOJIMO?

- Tabako reklamos, rėmimo ir finansavimo draudimas yra galinga priemonė siekiant apsaugoti tabako pramonę naudojančius daugiausia patrauklių taktikų, skatindama žmones pirkti vis daugiau jų produktų. Į jaunimą ir viena iš šešių Pasaulio sveikatos organizacijos strategijų, kovojant su tabako vartojimu – viena iš svarbiausių mirties priežasčių šiandienos pasaulyje, kurios galima išvengti.
- PSO strategijos suteikia šalims galimybių apsaugoti jaunimą nuo tabako epidemijos, kuri šiame šimtmečiuje gali nuzudyti 1