

Motion till riksdagen

1985/86:L226

Kersti Johansson och Martin Olsson (c)

Annonsförbud för tobaksvaror

Vad avser såväl alkohol som tobaksvaror skall enligt gällande bestämmelser reklamåtgärder och andra marknadsföringsåtgärder inte vara påträngande eller uppsökande, och de får inte uppmana till bruk av varorna. För spritdrycker, vin och starköl är tidningsannonsering förbjuden, utom i fråga om skrifter som tillhandahålls enbart på försäljnings- och utskänkningsställen. Däremot finns inte något motsvarande annonsförbud för tobaksvaror.

För att begränsa tobaksbruket måste samhället tillgripa olika åtgärder. Vi har en skatt på tobaksvaror, så att priset skall verka dämpande på konsumtionen. Vi stödjer upplysning och information, som syftar till att skapa ökad kännedom om tobakens skadeverkningar.

Men informationen och upplysningen motverkas av den reklam för tobaken som görs. På tobaksreklam nedläggs årligen i vårt land ca 30 mil. kr., och syftet med reklamen är självfallet att hålla uppe tobakskonsumtionen. Reklamen syftar till dels att de som röker skall fortsätta att röka, dels att få nya rökare, främst bland den unga generationen. Att det senare lyckas visas av att mer än 20 000 nya rökare årligen tillkommer.

Insikten om att tobaksannonseringen har betydande effekter på tobakskonsumtionen har ökat under senare år. Inbegripet Norge, Finland och Island har 21 nationer helt och hållet förbjudit annonsering medan ytterligare 25 länder infört mer eller mindre långt gående begränsningar i rätten att annonsera. Internationella organisationer som WHO (Världshälsoorganisationen), Internationella cancerunionen och Konsumentorganisationernas internationella förbund har ansett att alla former av marknadsföring av tobak bör förbjudas. Det brittiska läkarsällskapet har gett ut en faktasammanställning om cigarettreklamen och dess inverkan på tobaksrökningen och inledde 1984 en kampanj för att få stopp på tobaksreklamen i Storbritannien.

Svenska folkets uppfattning om tobaksreklamen är klart negativ. Vid en av Stiftelsen för opinionsanalyser år 1983 gjord undersökning om tobaksreklamen visade det sig att på frågan "Instämmer Ni eller instämmer Ni inte i att man bör förbjuda tobaksreklam så, som man förbjudit spritreklamen?" svarade en klar majoritet av sympatisörer hos samtliga riksdagspartier "instämmer". Vid en indelning av de svarande i grupper med olika tobaksvaror framkom att även en majoritet av dem, som uppgav sig använda tobak mer än genomsnittet, svarade "instämmer".

Socialstyrelsen, som har högsta ansvaret för hälsovårdsfrågor i vårt land, har klart tagit ställning för annonsförbud. Det har gjorts mot bakgrund av att tobaksbruket medför en rad allvarliga medicinska skadeverkningar.

Beaktar man sedan att tobakskonsumtionen innebär betydande hälsorisker, inte bara för dem som själva röker utan också för andra personer, de s. k. passiva rökarna, talar ytterligare skäl för att ett annonsförbud i fråga om tobaksvaror införs. Enligt vår mening bör förslag till ändring av lagen om marknadsföring av tobak snarast framläggas.

En fortsatt tobaksannonsering urholkar, enligt vår uppfattning, trovärdigheten i de informationsinsatser som görs mot rökningen. Ett annonsförbud för tobaksvaror är därför angeläget, så att reklam i form av annonser inte längre får motverka samhällets strävanden att minska tobaksbruket.

Eftersom annonser dels kan locka nya ungdomsgrupper att bli rökare, dels kan stimulera rökare att fortsätta tobaksbruket är det angeläget att denna form av reklam stoppas.

Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

att riksdagen hos regeringen begär förslag till sådan ändring av lagen med vissa bestämmelser om marknadsföring av tobaksvaror att förbud mot tobaksannonsering införs.

Stockholm den 22 januari 1986

Kersti Johansson (c)

Martin Olsson (c)