

Motion till riksdagen

1986/87:L717

Margareta Andrén och Iris Mårtensson (fp, s)

Tobaksreklamen

Tobaksbruket är ett av våra största hälsoproblem. Rökningen är – enligt den statliga cancerkommittén – den största säkerställda, enskilda orsaken till cancer i vårt land. Med hänsyn till de stora hälsoriskerna gäller särskilda lagregler för tobaksreklamen. Reglerna innebär totalförbud mot vissa former av reklam, t. ex. bioreklam, utomhusreklam och direktreklam. Vissa andra reklamformer är dock fortfarande tillåtna, främst annonsering. Ett av de viktigaste skälen för att tillåta annonsering har varit antagandet att tobaksbranschens benägenhet att finna vägar för smygreklam skulle minska om vissa legala reklammetoder fortfarande stod till buds.

Detta tycks dock inte ha blivit fallet. Sverige har i dag ett mer omfattande problem med smygreklam för tobak än t. ex. Norge och Finland (som har totalt reklamförbud). Smygreklamen sker bl. a. genom varumärkessamarbete, som nedanstående aktuella exempel belyser.

Ett internationellt cigarettmärke har byggt upp sin "image" kring en äventyrare och naturmänniska i vildmarken. Utomlands avbildas han i cigarrettannonserna på kanotfärd i djungeln och i andra liknande situationer. Bilder av det slaget är förbjudna enligt de svenska reglerna för tobaksreklam. Men – tobaksproducenten i fråga har inlett samarbete med en researrangör, som säljer "äventyrsresor". Dessa researrangemang säljs även i Sverige, och i reklamen för dessa resor kan man visa just den här sortens bilder. Resorna marknadsförs också via reklamfilm på bio – ett medium som i dag till största delen når just barn och ungdom. Äventyrsresorna har exakt samma namn och exakt samma logotype som cigarettens i fråga.

Detta slags varumärkessamarbete blir förmodligen ännu mer lockande genom att varumärkena i legal, om än "måttfull", annonsering kan kopplas till tobaksvaran. Men det finns även andra möjligheter att kringgå tobaksreklamlagen, t. ex. s. k. sponsring. Internationella tobaksbolag ägnar stora resurser till att stödja bl. a. viss motorsport.

Utomlands, bl. a. i Storbritannien, görs just nu stora ansträngningar att få stopp på sådan smygreklam. BBC har beslutat att minska TV-bevakningen av sportevenemang som sponsras av tobaksbolag och att instruera reportrar och kameramän att se till att tobaksbolagens reklamskyltar kommer med i programmen så litet som möjligt. Det finns flera exempel på att en sådan ökad vaksamhet skulle behövas även från svenska massmedias sida.

Hemställan

Mot. 1986/87

L717

Med anledning av vad ovan anförts hemställs

att riksdagen hos regeringen begär att konsumentverket får i uppdrag att i samarbete med socialstyrelsen kartlägga omfattning, metoder m. m. när det gäller olika slags smygreklam för tobak samt föreslå åtgärder för att motverka sådan smygreklam.

Stockholm den 27 januari 1987

Margareta Andrén (fp)

Iris Mårtensson (s)