

## 31 maja - Światowy Dzień Bez Tytoniu

Głównym celem kampanii realizowanej przez Światową Organizację Zdrowia jest ochrona młodzieży przed manipulacjami branży tytoniowej oraz zapobieganie używaniu tytoniu i nikotyny. Obecnie systematycznemu spadkowi liczby osób palących tradycyjne papierosy towarzyszy wzrost popularności e-papierosów, szczególnie wśród młodych ludzi, którzy sięgają po nie coraz częściej.

---

Według badania CBOS dla Biura do Spraw Substancji Chemicznych pt.: „Konsumpcja nikotyny, raport z badań ilościowych” przeprowadzonego w 2019 roku, od 2011 roku 6-krotnie wzrosła liczba polskich nastolatków, którzy próbowali e-papierosa. 30% uczniów w wieku od 15 do 19 lat regularnie inhaluje elektroniczne papierosy, a 60% co najmniej raz ich próbowało. Ponad połowa badanych (54,8%) uważała, że e-papierosy są dużo bezpieczniejsze niż zwykłe papierosy. Używanie e-papierosów jest traktowane przez młodzież jako mniej ryzykowne. Młodzież nie zdaje sobie sprawy, że e-papierosy tak samo uzależniają i tak samo negatywnie wpływają na zdrowie, co papierosy tradycyjne. Niski koszt, smak liquidów oraz przekonanie, że e-palenie pozwala na ograniczenie tradycyjnego palenia i jest od niego mniej szkodliwe – to główne motywy wskazywane przez użytkowników e-papierosów jako skłaniające do wyboru tej formy konsumpcji nikotyny.

Światowa Organizacja Zdrowia wskazuje metody, po jakie sięgają branże tytoniowe manipulując młodzieżą:

- w wyrobach tytoniowych i nikotynowych stosują smaki atrakcyjne dla młodzieży, takich jak wiśnia, guma balonowa i wata cukrowa,
- stosują atrakcyjne wzory produktów, np. w kształcie pendrive lub cukierków, które są również łatwe do noszenia,
- promują produkty jako „zmniejszające szkody” lub „czystsze” alternatywy dla tradycyjnych papierosów przy braku obiektywnej wiedzy naukowej potwierdzającej te twierdzenia,
- sponsorują gwiazdy / influencerów i konkursy w celu promocji wyrobów tytoniowych i nikotyny (np. influencerów na Instagramie),
- w punktach sprzedaży uczęszczanych przez dzieci stosują marketing produktów np. eksponują je w pobliżu słodyczy, przekąsek lub napojów,
- wynagradzają sprzedawców za eksponowanie produktów w miejscach odwiedzanych przez młodych ludzi, a także dostarczają materiały marketingowe i gabloty sprzedawcom detalicznym,
- kierują sprzedaż papierosów i innych wyrobów tytoniowych do punktów w pobliżu szkół,
- stosują pośredni marketing wyrobów tytoniowych w filmach, programach telewizyjnych i programach streamingowych online.

Warto pamiętać, że od dnia 20 maja 2020 roku wycofano ze sprzedaży w Polsce papierosy mentolowe, smakowe oraz „klikane”. Nowe przepisy są skutkiem implementacji przepisów Parlamentu Europejskiego z 19 maja 2020 roku (dokument 2014/40/UE), który stoi na stanowisku, że papierosy powinny mieć smak tylko i wyłącznie tytoniu. Ponadto zmiany te mają na celu zniechęcać do sięgania po papierosy wszystkich palaczy, a szczególnie młodych ludzi. Papierosy mentolowe sprawiały wrażenie, że są mniej szkodliwe dla zdrowia, tymczasem najnowsze badania wskazują, że szybciej uzależniają, a sam mentol ułatwia wnikanie substancji rakotwórczych do organizmu człowieka. Zakaz sprzedaży papierosów mentolowych nie obejmuje e-papierosów, a także podgrzewaczy tytoniu.

---