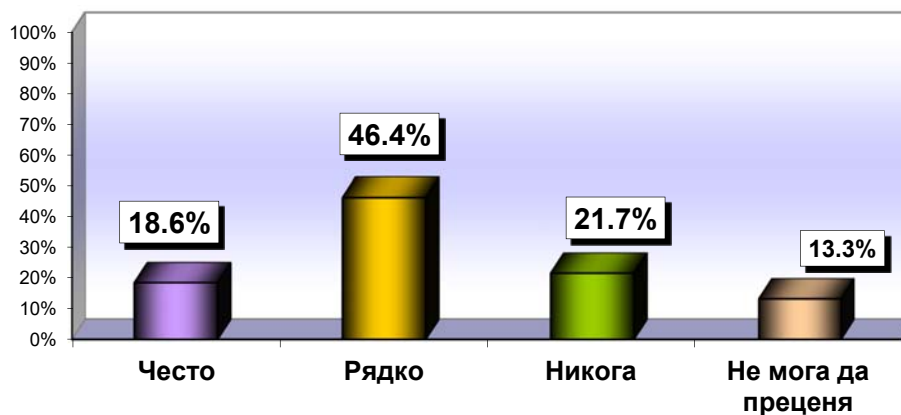


ЗАЩО ТРЯБВА ДА СЕ ОСВОБОДИМ ОТ РЕКЛАМАТА, ПРОМОЦИЯТА И СПОНСОРСТВОТО НА ТЮТЮНЕВИ ИЗДЕЛИЯ В БЪЛГАРИЯ

МНЕНИЕТО НА БЪЛГАРИТЕ

По поръчка на Коалицията за живот без тютюнев дим „Екзакта рисърч груп“ проведе в периода 6-12 октомври 2017 г. национално представително изследване на общественото мнение за тютюнопушенето и рекламата на тютюневи изделия в България. Реализирани са 1000 интервюта сред пълнолетното население на страната.

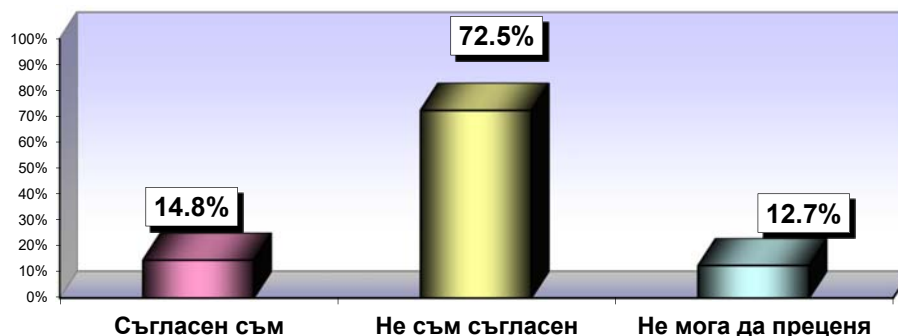
Данните от настоящото изследване показват, че хората по-често забелязват реклами на тютюневи изделия в търговските обекти, където те се продават, отколкото на открито. Тези данни се потвърждават косвено и от това, че 22% от българите твърдят, че не са виждали реклами на тютюневи изделия на открито през последните 12 месеца.



Младите хора (на възраст до 40 години) и жителите на градовете-областни центрове по-често от останалите са склонни да забелязват рекламите на тютюневи изделия както на открито, така и в търговските обекти. Допуска се, че в столицата по-често рекламите за тютюневи изделия „потъват“ сред морето от атрактивни други реклами.

Пушачите по-често от останалите имат сетива за рекламите на тютюневи изделия – както на открито, така и в търговските обекти. Това показва по недвусмислен начин, че определящ фактор за интереса към подобни реклами е самият навик на пушенето. 25% от пушачите посочват, че често забелязват рекламите на тютюневи изделия на открито, а 40% от пушачите често забелязват рекламите на цигари в търговските обекти.

В отговорите на въпроса „Да виждат или не децата както досега реклами на тютюневи изделия?“ прозира яснота и категоричност. 73% не са съгласни децата и подрастващите да виждат външни реклами на тютюневи изделия (на билбордове, на транспаранти, на плакати и др.). 71% от българите не приемат децата им да виждат както досега реклами на тютюневи изделия в търговските обекти, където се продават.



66% от пушачите и 79% от хората, които не пушат, се обявяват твърдо против това децата да могат да виждат реклами на тютюневи изделия на билбордове, транспаранти, плакати по улици и шосета.

64% от пушачите и 79% от хората, които никога не са пушили, са против рекламите в търговските обекти, където се продават тютюневи изделия.

Малко по-толерантни са изследваните лица, когато става дума за излагане на тютюневи изделия по стелажи, рафтове и витрини на търговски обекти, но въпреки това 60% от всички интервюирани се обявяват против тази практика, когато става дума за деца.

Несъгласните с това децата да виждат изложени тютюневи изделия по рафтове, стелажи и витрини сред пушачите са 47%, а сред хората, които никога не са пушили – 70%.

Близо две трети от българите (65%) се обявяват за забрана на външната реклама на тютюневи изделия – билбордове, плакати и др.

Сред 20-те процента, които се обявяват против забрана на външната реклама преобладават млади хора на възраст до 30 години, високообразовани и заможни респонденти, както и жители на големите градове на страната и на столицата. Това са хора с по-свободни и либерални възгледи, докато младите по принцип са сред най-активната аудитория на пушачите и за възрастта им е по-присъщо да отхвърлят пълните забрани.

Отношението на пушачите и на непушачите е твърде различно що се отнася до подобна забрана. 76% от хората, които никога не са пушили приемат подобна забрана като нормална, докато доста по-малко от пушачите я подкрепят – 53%.

Още по-малка е готовността на пушачите да се разделят с рекламата на тютюневи изделия в местата за продажба. 47% от пушачите се обявяват срещу подобна забрана, докато сред непушачите привържениците на забраната са 77%.

Като цяло, 61% от всички интервюирани се обявяват в подкрепа на пълната забрана на реклама на тютюневи изделия в местата за продажба. Против забраната са 24% от българите като сред тях преобладават млади, високообразовани и заможни хора, както и жители на големите градове.

Доста по-уклончиви са масовите настроения, когато става дума за забраната да се излагат тютюневи изделия на местата, където се продават. Пълна забрана е приемлива за 47% и неприемлива за 36% от интервюираните. Най-много противници подобна забрана би имала сред хората на възраст до 50 години, сред жителите на големите градове и сред турците.

Това е прекалено крайна мярка според близо 60% от пушачите и е съвсем в реда на нещата според 62% от хората, които никога не са пушили.

53% от българите се обявяват за забрана на всякаква форма на промоция на тютюневи изделия с цел прякото им или косвено популяризиране. Против забраната за промоции на тютюневи изделия са 27%, сред които преобладават млади хора на възраст до 30 години, мъже и жители на столицата.

Една трета от пушачите приемат забраната за всякаква форма на промоция на тютюневи изделия. Сред непушачите хората с подобна позиция са 69%.

41% от българите искат да се забрани на тютюневата индустрия да спонсорира мероприятия в страната, а 36% са противници на подобна възможност. По обясними причини тук общественото мнение е разделено на две съизмерими части, изразяващи полюсни позиции.

Очаквано, по-консервативно настроените към тютюнопушенето – жени и възрастни хора, застават по-често зад забраната за спонсорство, а младите и мъжете се противопоставят най-често на евентуално подобно ограничение.

25% от пушачите одобряват забраната тютюневата индустрия да спонсорира мероприятия. Сред непушачите този дял е значително по-висок – 56%.

Посочените по-горе данни говорят за положителни нагласи сред населението по отношение въвеждането на пълна забрана на рекламата, промоцията и спонсорството на тютюневите изделия в България.

В много страни такава забрана е факт с положителни резултати, особено сред младите хора и непропушилите.

В мнение, изказано от Световната здравна организация се посочва: „Тютюнът е единственият законен потребителски продукт, който убива, когато се използва точно, както е предвидено от производителя“. Дори само това е основание да се забрани рекламата под каквато и да е форма на продукт, който убива или води до тежки заболявания.



За повече информация:

Коалиция за живот без тютюнев дим: coalition.bezdim.org, coalition.bezdim@gmail.com

Сдружение „България без дим“: bezdim.org, bgbezdim@gmail.com

Кампания „Да освободим децата от тютюневата реклама“: reklama.bezdim.org