Marknadsföring av tobak och nikotinprodukter

Vägledning för försäljare

Varför finns ett regelverk kring tobak och nikotinprodukter?

- Det är för att skydda folkhälsan – att verka för att människor ska få ett långt och friskt liv
- Genom lagar och regler arbetar Sverige för att minska bruket, särskilt bland barn och unga
- Förutom att tobak är farligt så är nikotin mycket beroendeframkallande och lagstiftningen syftar till att färre barn och ungdomar ska bli beroende

Regelverket

- Marknadsföring av tobaksvaror och tobaksfria nikotinprodukter är i de flesta fall inte tillåten
- De undantag som finns behöver tillämpas med stor försiktighet
- Den som inte själv söker produkten ska inte behöva exponeras för den

Sveriges arbete med att minska synligheten av cigaretter har bidragit till att landet idag är ett av världens mest rökfria länder

Vad är marknadsföring?

Marknadsföring är allt som gör en produkt synlig eller väcker intresse för den. Det kan till exempel vara hur produkter exponeras i butik, vilka ord som används eller hur miljön runt produkten är utformad.

Exempel på marknadsföring

- Logotyper och varumärken
- Belysning och placering
- Förpackningar och färger
- Skyltar, texter och ord som “tobak” eller produktnamn

Varför är begränsad synlighet viktigt?

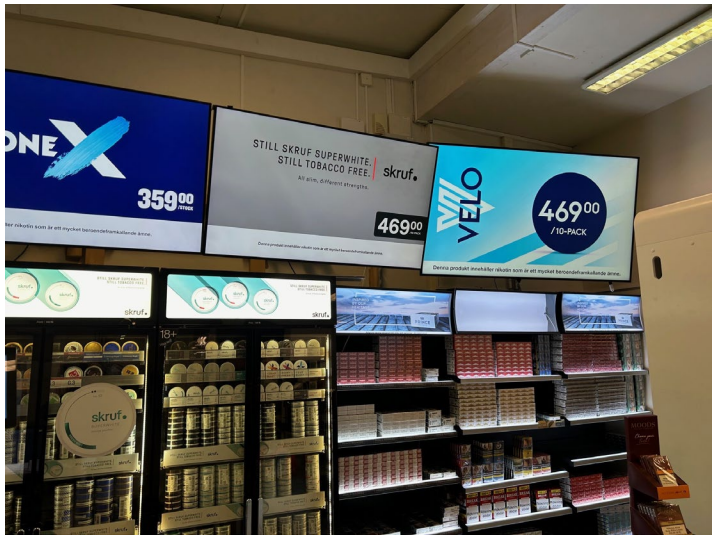
Det påverkar barn och unga

» När marknadsföring av cigaretter och snus tar stor plats i samhället normaliseras produkterna
» Det påverkar särskilt barn och unga som får intrycket att produkterna är en naturlig del av vardagen

Viktiga principer:

- Marknadsföring ska bara rikta sig till dem som aktivt söker produkten
- Informationen ska vara saklig, relevant och utformad på ett neutralt sätt
- Enkelt budskap på lugn bakgrund fungerar bäst

Ovan är ett exempel på marknadsföring som är måttfull



Exempel på marknadsföring som inte är måttfull

Att tänka på

Marknadsföring får inte öka bruket, ge en positiv bild eller dra till sig uppmärksamhet

- Undvik marknadsföring som kan vara påträngande eller uppsökande.
  Det kan till exempel vara diskvaror eller belysning vars syfte är att dra till sig uppmärksamhet. Skärmar är som regel också problematiskt.
- Prislistor på en diskret bakgrund är bra
- Detta innebär att platsen där produkterna säljs bör vara lågmäld och inte dra till sig uppmärksamhet

Detta är ett exempel på en förbutik som uppfyller kraven på måttfullhet

Vad är tillåtet?

I vissa fall kan mindre, enstaka inslag vara tillåtna

» Det förutsätter att de är diskreta, inte drar till sig uppmärksamhet och inte gör att helheten upplevs som framträdande.

Exempel:

- Mindre budskap som smälter in i omgivningen
- En diskret logotyp i ovankant på en snuskyl

Det är alltid helhetsintrycket som avgör

Detta är ett exempel på en förbutik som uppfyller kraven på måttfullhet

Vad är inte tillåtet?

Marknadsföring som upprepas eller drar uppmärksamhet till sig är inte tillåten

- Det är bara den som har tänkt att köpa produkten som ska nås av budskapet

Exempel:

- Samma budskap på flera platser i butiken
- Skärmar med stark belysning, rörligt innehåll, stor storlek eller bred synlighet i lokalen
- Snuskylar med lysdioder eller digitala ytor som framhäver varumärken
- Evenemang eller tillfälliga exponeringar för tobak eller nikotinprodukter
- Rabatter, gåvor, gratisprover, tävlingar eller reklamartiklar

En bra tumregel är att undvika allt som riskerar att förstärka eller lyfta fram produkterna.

Dessa skärmar bedömde förvaltningsrätten inte uppfyllde kraven på måttfullhet

Stark belysning gör produkterna mer synliga

Varför är det problematiskt?

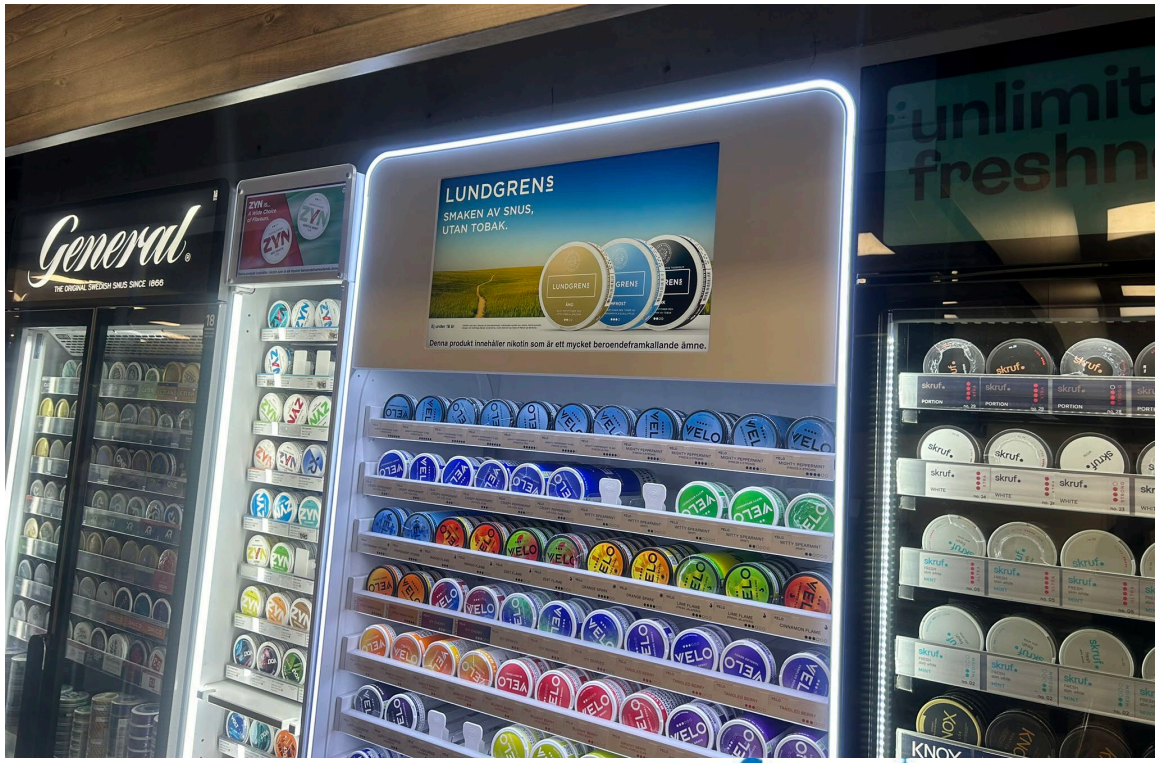
Det bidrar till att barn och unga uppfattar snus som en naturlig del av vardagen

- Utformningen kan göra att produkterna drar till sig uppmärksamhet
- Det kan handla om ljusstyrka, placering, storlek eller rörliga inslag
- Det kan gå utöver kravet på måttfullhet

Snuskylar med belysning

- Beslysningen bör vara mild och endast hjälpa kunden att se produkterna
- Stark eller riktad belysning kan dra onödig uppmärksamhet
- En klassisk svart kyl uppfyller ofta kravet på måttfullhet

Kylar med en skärm i ovankant samt vit skarp belysning drar ofta onödig uppmärksamhet till sig och uppfyller därför inte kraven på måttfullhet



Vad är en specialbutik?

Specialbutiker kallas de butiker som enbart säljer tobak, nikotinprodukter och tillbehör

Här kan marknadsföringen vara mer synlig då kunderna aktivt sökt sig dit och de vänder sig till personer över 18 år

Viktigt att tänka på:

- Kravet på särskild måttfullhet gäller alltid
- Här finns en större möjlighet att visa upp varumärken och särskilja produkterna från varandra
- Marknadsföringen får inte bli överdriven
- Produkter får inte framställas som positiva, lockande eller uppmuntra till ökad konsumtion

I specialbutiker bedöms dessa stativ vara av måttfull karaktär

Vanlig butik vs. specialbutik

Vanlig butik

- Butiken har kunder som inte söker efter tobak, snus eller e-cigaretter
- Barn är också en kundgrupp
- Marknadsföring ska inte dra blickarna till produkterna
- Produkter ska inte exponeras i onödan
- Möjlighet för marknadsföring är mycket begränsad

Specialbutik

- Kunder söker aktivt produkterna
- Barn är inte välkomna
- Högre synlighet kan accepteras
- Marknadsföring kan förekomma i större utsträckning
- Marknadsföring ska fortfarande vara måttfull - alltså inte påträngande belysning, rörliga bilder, ovidkommande symboler etc.

Vad är ditt ansvar som säljare?

Du som tillståndshavare ansvarar för att marknadsföringen följer lagen, det är inte tobaksbolagens eller deras representanter som gör det.

Mer information:

Kontakta miljö- och hälsoskyddsavdelningen om ni

- vill ha hjälp att ta fram relevanta domar,
- vill diskutera försäljningsupplägg i er butik,
- eller har andra frågor