



**pobuda  
Brez izgovora**

## **Tobačna industrija se vrača!**

Prispevek mladinskega združenja Brez izgovora  
ob Svetovnem dnevu brez tobaka, 31.maj 2011

---

Mladi še posebej opazimo, kako v zadnjih mesecih vse manj oseb in organizacij spoštuje Zakon o omejevanju uporabe tobačnih izdelkov (ZOUTI) in kako tobačna industrija še naprej uspešno išče in najde luknje v različnih zakonih, ki se nanašajo na kajenje, oglaševanje in prodajo tobačnih izdelkov.

V prispevku ne navajamo imen lokalov in trgovin, kjer so se kršitve ZOUTI dogajale, navajamo pa imena tobačnih podjetij, ki so v nekaterih primerih za to odgovorna. V kolikor v prispevku navajamo termin "tobačna industrija", se navezujemo na več kot eno slovensko tobačno podjetje.

V večini spodnjih trditev so bile podane prijave na Tržni ali Zdravstveni inšpektorat RS. Vire spodnjih trditev in prijave na omenjene inšpektorate, hranimo v arhivu Brez izgovora Slovenija.

- Tobačna Ljubljana zaposluje mlada simpatična dekleta (in fante) kot promotorje prodaje, ki obiskujejo najboljše zabave po Sloveniji in ponujajo tobačne izdelke tudi mladoletnim osebam.
- Posebej bi izpostavili specifično akcijo za promocijo cigaret, ki jo Tobačna Ljubljana izvaja kljub prepovedi - v lokalih v bližini srednjih šol se mladim razdeli kratek vprašalnik (Katere cigarete kadiš? Katere cigarete imajo najboljši okus? ipd...), nato pa se jih za odgovore nagradi s praktičnimi nagradami z logotipom Tobačne Ljubljana ali s škatlico cigaret.
- V okviru vsakoletnega festivala v Ljubljani, kjer je Tobačna Ljubljana donator, so prisotne promotorke/ji omenjenega podjetja, ki izvajajo promocijo tobačnih izdelkov na način opisan v prvi alineji tega seznama.
- Na terasah, katerih skupna površina obdajajočih sten presega 50%, so pokrite s steklom ali pa z gostim grmičevjem, se še vedno kadi.
- Zelo pogosto se kadi po diskotekah in barih po uradnem zaprtju lokala – takrat si cigareto prižgejo DJ-ji, natakariji in nekateri obiskovalci. Ker se to dogaja okoli tretje ure zjutraj, je malo verjetno, da bo inšpekcija tovrstne kršitve zasledila, kršilci zakona pa tako brezskrbno kadijo in prisotnim

mladim povejo, da če želijo, lahko to storijo tudi sami, predvsem pa jih izpostavljajo pasivnemu kajenju.

- Neredko se kadi tudi v manjših barih v delovnem času; to je sicer pogosteje v manjših krajih, vendar se dogaja tudi v Ljubljani. V teh lokalih se seveda vođa tobačni dim tudi v času, ko nihče ne kadi - obiskovalci pa so nevarnim snovem izpostavljeni ves čas.
- V nekaterih lokalih v Ljubljani natakarji strežejo hrano in pijačo v kadilnicah.
- Na številnih jumbo plakatih se tobačna podjetja pojavljajo kot donator, kar po ZOUTI ni izrecno prepovedano, je pa po ZOUTI prepovedano sponzoriranje. V nekaj primerih smo zaznali, da je hčerinsko podjetje Tobačne Ljubljana Tobačna Grosist, ki ima v lasti trafike 3Dva, sponzorirala večje dogodke.
- Na številnih dogodkih za mlade (festivali, koncerti) so s stojnico prisotni predstavniki Phillip Morrisa za Slovenijo, ki z različnimi nagradnimi igrami promovirajo uporabo tobačnih izdelkov na samem dogodku
- Ponekod je še vedno možno kupiti žvečilne gumije v obliki cigaret, kljub temu, da je to z ZOUTI prepovedano.
- Nespoštovanje ZOUTI se dogaja tudi okoli zdravstvenih in šolskih objektov - kadi se v neposredni okolici Kliničnega centra in številnih šol.
- Kljub temu, da ne gre za nespoštovanje ZOUTI, rastejo trafike podjetij 3Dva (v lasti Tobačne Grosist) in Delo Prodaja kot gobe po dežju. Največ takih se postavlja pred fakultetami, srednjimi šolami in na avtobusnih postajališčih.
- **Posebej na območjih, kjer živi več nekdanjih državljanov južnih območij bivše Jugoslavije (največkrat v t.i. "Samskih domovih"), je možno kupiti cigarete po precej nižjih cenah. O tem nam že ves čas poročajo srednješolci poklicnih šol po Sloveniji.**
- V večini primerov se starostne meje 18 let za prodajo tobačnih izdelkov na prodajnih mestih ne spoštuje. Četudi je včasih težje dobiti cigarete - številni bari ter restavracije jih namreč ne prodajajo, neredko tudi preverjajo starost kupci - vsi mladoletni kupci pridejo brez večjih težav do tobačnih izdelkov.
- **Škatlice cigaret so na prvi pogled vse prej kot zgolj sredstvo za pakiranje tobačnih izdelkov - na njih je možno zaznati vse možne motive - večinoma take, ki ponazarjajo svežino, svobodo, glamuroznost, mladinskost, uporništvo in elitizem.**

Vse to nespoštovanje močno vpliva na percepcijo mladih o razširjenosti kajenja -

na vprašanje "Koliko ljudi po vašem mnenju v Sloveniji kadi?", ki ga včasih zastavimo v okviru naših vrstniških delavnic, prepogosto dobimo odgovore 40, 60 ali celo nad 80 odstotkov. To kaže na očitno precenjevanje razširjenosti kajenja, kar je ob zavedanju, da je vrstniški pritisk/ družba ključni faktor pri začetku kajenja, res zaskrbljajoč podatek.

Tobačna industrija je torej v Sloveniji v velikem zagonu, zato se Brez izgovora Slovenija zavzema za nadaljno regulacijo njihovega delovanja, predvsem skozi:

- popolno prepoved oglaševanja tobačnih izdelkov (tudi na mestih prodaje),
- uvedbo licenc za prodajo tobačnih izdelkov (ki naj gre z roko v roki s prodajo alkoholnih pijač),
- zvišanje cen tobačnih izdelkov in uvedbo Tobačnega evra,
- uvedbo unificirane embalaže tobačnih izdelkov, kjer uporaba logotipov in drugega slikovnega materiala ne bi bila dovoljena, prav tako naj vsa imena tobačnih izdelkov uporabljajo isto pisavo,
- višje kazni za tobačna podjetja in ostale organizacije, ki so povezane s tobačno industrijo ob kršitvi ZOUTI,
- popolno prepoved vsakršne oblike doniranja ali sponzoriranja ljudi, dogodkov ali organizacij s strani tobačne industrije in
- prepoved razvoja novih tobačnih izdelkov.

Pripravila  
**Mojca Bizjak in**  
**Jan Peloza**  
Brez izgovora Slovenija  
(projekt O2 za vsakega)