

YTTRANDE 2020-11-29

Justitiedepartementet

Herkulesgatan 17

111 52 Stockholm

Dnr Ju2020/02919/L6

Ett ändamålsenligt skydd för tryck- och yttrandefriheten SOU 2020:45

Stiftelsen En Rökfri Generation – A Non Smoking Generation tackar för inbjudan att avge synpunkter på utredningen - Ett ändamålsenligt skydd för tryck- och yttrandefriheten (SOU 2020:45). Vi har valt att endast ha synpunkter på kapitel 12 Grundlagsskyddet på förpackningar, och där med inriktning på tobaksförpackningar.

Tobak skördar miljontals liv

WHO uppskattar att fler än åtta miljoner människor varje år dör av tobak. I Sverige dör varje år fler än 14.000 personer och över 100.000 insjuknar som resultat av sin tobaksrökning. Ungefär vart sjunde dödsfall i Sverige är relaterat till tobak. Cirka 3.500 årliga dödsfall i hjärt-kärlsjukdom beräknas bero på rökning och närmare 2.300 av dödsfallen i KOL relaterar till rökning. Totalt insjuknar ca 6.000 personer i Sverige i cancersjukdomar som följd av rökning.

Andra nikotinprodukter (snus, nikotinpåsar, e-cigarett, heat-not-burn) är kanske inte lika dödliga som vanliga rökbara tobaksprodukter men även de orsakar sjukdomar eller förvärrar sjukdomsförlopp. Nikotinet som är den starkt beroendeframkallande substansen och den gemensamma nämnaren för samtliga tobaksprodukter har länge framställts som ofarlig av tobaksindustrin. Nu vet vi dock från allt fler studier att så inte är fallet. Nikotin ökar risken för hjärt- och kärlsjukdomar, diabetes typ-2, fosterskador och olika psykiska sjukdomar. Nikotinet ger bestående skador framför allt på den unga hjärnan och ökar även risken för att fastna i andra drogberoenden.

Tobaksindustrin lockar unga in i livslångt och skadligt beroende.

Närmare 30 procent av eleverna i årskurs två på gymnasiet använder tobak av något slag och närmare 40 procent svarar att de använt e-cigarett. En produkt som ökat lavinartat bland unga under de senaste åren. I vår senaste Novusundersökning ser vi att andelen 14-18-åringar som uppger att de har testat vitt snus har ökat från sju procent till 19 procent mellan 2019 och 2020. Vi ser även att var femte ungdom svarar att de ofta ser tobaksreklam eller reklam för ”tobaksfria” nikotinprodukter. Sju av tio ungdomar svarar att man tror unga testar nya tobaksprodukter för att de ”verkar mindre farliga” och fyra av tio tror att lockande smaker är anledningen. Oavsett vilket, kan vi konstatera att tobaksindustrin lyckas väl i rekryteringen av nästa generations nikotinberoende konsumenter.

Cigarettpaket har en stor del av ytan täckt av kombinerade hälsovarningar, bild och text, 65 % av fram- och baksida och 50 % av sidoytorna. Övriga ytor disponerar tobaksbolagen. Här

.....
.....

arbetar industrin med färg och form som kopplar an till industrins övriga livsstilsrelaterade reklamsatsningar i sociala medier och sponsring av artister, film och populärkultur. Snusförpackningar har lägre krav på hälsovarningar. Endast en varningstext ska återges på de två största ytorna, där texten ska täcka 30 procent av ytan. Locket är fredat. Detta har gjort att snusdosor och nikotinpåsar har livsstilsrelaterad design och information om fräscha, lockande smaker på den mest synliga ytan. Och vi konstaterar att smaker som hallon-lakrits och hubba-bubba knappast utformats för att locka inbitna rökare att välja ett mindre farligt alternativ till cigaretter. Viktigt att säga i detta sammanhang är att SBU nyligen fastslog sambanden mellan snus, e-cigarett och röktobak och att det tydligt framgår där att både snus och e-cigarett ökar risken för att någon gång börja med röktobak. Slutsatsen av detta är att samtliga tobaksprodukter bör regleras på samma sätt och att barn och unga ska skyddas från exponering av samtliga tobaksprodukter (sk ”tobaksfria” nikotinportioner inkluderade)

Reklam för tobak är i dagsläget reglerad på så sätt att det bara är försäljningsstället som får göra reklam och denna ska inte vara påträngande, uppsökande eller uppmana till bruk. Då blir själva förpackningen en viktig reklambärare, dels vid försäljningen men också när den placeras på matbordet eller en lärars kateder där barnen garanterat uppmärksammar den. Särskilt när det gäller snus så lägger man dosan på bordet för allmän beskådan både i arbetsmiljö och på fritiden. Det finns hundratals olika cigarettpaket och ännu fler snusdosor med olika design för att passa just dig och den du vill vara. Ju fler smaker och färger – desto större exponering i butik. Gärna i upplysta kylar, precis i anslutning till kassan, där garanterat ingen missar dem. I synnerhet inte barn och unga.

Mediegrundlagskommittén fick redovisa hur krav på helt neutrala tobaksförpackningar skulle kunna utformas, vilket kommittén gjorde i SOU 2016:58. Kommitténs slutsats var att en bestämmelse bör avse tobaksprodukter och den ska inte kunna tillämpas i fråga om andra varuslag. Kommittén argumenterade för att ett smalt tillämpningsområde är viktigt, eftersom undantaget skulle behöva avse helt grundläggande delar av det tryck- och yttrandefrihetsrättsliga skyddet. För att uppnå detta pekade kommittén på att en delegationsbestämmelse skulle kunna införas i 1 kap. 9 § TF, men ännu hellre som en egen paragraf i samma kapitel med följande lydelse: Utan hinder av denna grundlag får det i lag meddelas förbud mot att på tobaksförpackningar ange annan information än om produkt typ och tillverkare samt mot att i övrigt utforma förpackningen på ett sätt som avviker från bestämmelser som har meddelats för att tobaksförpackningar ska ha en enhetlig utformning.

Det är redan 25 länder i världen, varav nio i Europa, som infört neutrala paket.

Kan andra länder införa neutrala paket för tobak så borde även Sverige kunna göra det och anpassa tryckfrihetsförordningen därefter. Sverige har redan halkat efter rejält när det handlar om att skydda sina medborgare, och i synnerhet unga, från ett dödligt nikotinberoende. Att införa neutrala tobaksförpackningar borde vara en självklarhet – inte minst i dessa tider.

Helen Stjerna

Generalsekreterare A Non Smoking Generation

