



31. мај 2025.

СВЕТСКИ ДАН БЕЗ ДУВАНА



СВЕТСКИ ДАН БЕЗ ДУВАНА
31. мај 2025.

Светски дан без дувана 2025.

посвећен разоткривању тактика
дуванске индустрије

Bright products. Dark intentions.

Unmasking the Appeal

<https://www.who.int/campaigns/world-no-tobacco-day/2025>





Зашто ова тема?

- Један од главних изазова у области јавног здравља – **привлачност дуванских производа, посебно међу младима**
- Индустрија континуирано тражи начине да ове производе учини што атрактивнијим за најмлађу популацију
- Разоткривањем **маркетиншких и дизајнерских трикова**, постиже се боља информисаност јавности, са циљем да се смањи интересовање за дуван и НИКОТИН





Тактике дуванске индустрије?

Привлачна реклама

модеран изглед, живописне боје и заводљиви укуси -
циљање млађих потрошача

Дигиталне платформе

законски доступни канали маркетинга

Атрактиван изглед производа

подсећају на дечје послastiце или цртане јунаке, повећава се
привлачност код најмлађих

Адитиви и средства за лакшу употребу

употреба супстанци које ублажавају укус или утицај никотина
- корисници лакше започињу и настављају употребу,
смањујући шансе за прекид





Законска регулатива широм Европе...

- **Само четири земље** у европском региону СЗО потпуно забрањују све укусе у дуванским производима
- **Само једанаест земаља** има потпуну забрану рекламирања, промоције и спонзорстава е-цигарета
- Већина земаља, **њих 36**, има само делимичне забране
- **Чак шест земаља** нема никакве прописе у погледу рекламирања





Стање у Србији

Законска регулатива којом се регулише промет, употреба и рекламирање сродних дуванских производа и електронских цигарета (укључујући и производе са укусима):

Препознаје их Закон о оглашавању – за њих важе иста ограничења као када је реч о дуванским производима

Препознаје их Закон о дувану – омогућен несметан пласман на тржиште и њихова продаја

НЕ препознаје их Закон о заштити становништва од изложености дуванском диму – спорно питање изложености и ограничења у вези са конзумирањем у јавном простору





Циљ глобалне кампање 2025.

- Расветлити начине на које индустрија продаје зависност - разоткривање маркетиншких и дизајнерских трикова
- Подизање свести јавности о манипулативним стратегијама које дуванска индустрија користи како би привукла нове кориснике
- Информисање и оснаживање грађана - родитеља, наставника и младих људи, да препознају ризике и донесу информисане одлуке
- Смањење интересовања за дуван и никотин, нарочито међу младима
- Стварање окружења у коме је мања вероватноћа да ће млади уопште започети употребу дуванских производа

