

Evropska komisija je sprožila televizijsko oglaševalsko akcijo za življenje brez tobaka

27/06/2005

Med tiskovno konferenco, nekaj dni pred Svetovnim dnevom brez tobaka (31. maj), je evropski komisar za zdravje in zaščito potrošnikov Markos Kyprianou v Bruslju predstavil drugo fazo najnovejšega pohoda proti kajenju Help: Za življenje brez tobaka, po uspešni sprožitvi cestnega šova v marcu: Televizijski oglaševalski pohod po vsej EU s ciljem „denormalizirati“ to smrtonosno razvado.

Z zamenjavo cigarete s pustno piščalko v treh vsakodnevnih situacijah oglasi kažejo nenormalnost kajenja in izpostavljajo težave, ki jih povzročajo. Namen akcije, ki bo predvajana na TV postajah v 25 državah članicah EU od 6. junija naprej, je sporočiti, da je tistim, ki so zasvojeni s kajenjem, so zanj dovzetni ali so mu izpostavljeni na voljo pomoč. Oglasi ne obsojajo kadilcev in mladih, ampak opozarjajo na smešnost cigarete kot take.

Markos Kyprianou je oglase novinarjem predstavil kot del pohoda EU proti kajenju „HELP“: Za življenje brez tobaka. Poleg oglasov je komisar odprl tudi spletišče HELP (www.help-eu.com) kot novo tehnološko orodje za vzpostavitev stika s ciljno skupino mladih in mesto, kjer so predstavljene objektivne in dejanske informacije v vseh dvajsetih evropskih jezikih.

.: [Oglejte si 3 TV spote](#)

Slikovna opozorila

V nekem drugem okviru je Komisija sprejela pravne akte, ki uvajajo „slikovna opozorila“ na zavitek cigaret, vključno s slikami počrnelih pljuč in gnilih zob. Pravni akti, ki jih je sprejela Komisija, državam članicam, ki si to želijo, omogočajo, da prikažejo standardna zdravstvena opozorila na tobačnih izdelkih s slikami iz zbirke, ki jo je oblikovala Komisija. Belgija, Irska, Latvija in Združeno kraljestvo so že izrazili interes za to.

Viri:

Evropska komisija, 26. maj 2005

Sporočila za javnost:

<http://europa.eu.int/rapid/pressReleases1...>

Več podrobnosti:

o pomenu in nastajanju novih televizijskih oglasov EU proti kajenju na:

<http://europa.eu.int/rapid/pressReleases2...>

