

STANOWISKO
PREZYDIUM OKRĘGOWEJ RADY LEKARSKIEJ W WARSZAWIE
Z DNIA 3 GRUDNIA 2025 ROKU

***w sprawie sprzeciwu wobec podejmowania w przestrzeni publicznej niezgodnych
z prawem działań marketingowych promujących wyroby tytoniowe i nikotynowe***

Lekarze zrzeszeni w Okręgowej Izbie Lekarskiej w Warszawie z troską obserwują rosnącą liczbę młodych użytkowników produktów nikotynowych – w tym e-papierosów i podgrzewaczy tytoniu.

W praktyce klinicznej zauważalnie rośnie liczba nastolatków z objawami uzależnienia, zwiększa się odsetek zachorowań na choroby układu oddechowego oraz pojawia się więcej przypadków powikłań związanych z ekspozycją na aerozole nikotynowe z w.w. wyrobów.

W tej sytuacji promocja nikotyny w jakiejkolwiek formie, niezależnie od sposobu jej maskowania czy pozornego omijania zakazu, jest sprzeczna z interesem zdrowia publicznego.

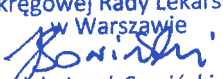
Prezydium Okręgowej Rady Lekarskiej w Warszawie wyraża stanowczy sprzeciw wobec działań marketingowych dotyczących wyrobów tytoniowych i nikotynowych, które mimo jednoznacznego ustawowego zakazu ich reklamy i promocji są prowadzone w przestrzeni publicznej, także na budynkach użyteczności publicznej, a w szczególności za pośrednictwem influencerów i atrakcyjnych, immersyjnych form wizualnych, które mają trafiać do młodych ludzi i angażować ich uwagę.

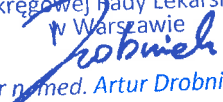
Ostatnim, niezwykle głośnym przykładem takich działań, była kampania wprowadzająca do sprzedaży w Polsce podgrzewacz tytoniu pt. „The Circle – dołącz do kręgu pozytywnych połączeń”, w której kilkunastu influencerów w swoich mediach społecznościowych promowało używkę: podgrzewacz tytoniu glo Hilo Plus. Kampania ta, z uwagi na jej charakter, jest złamaniem wielu przepisów, nie tylko w obszarze ustawy zdrowotnej. Poprzez zaangażowanie kilkunastu influencerów producent tego urządzenia uruchomił działania z pominięciem prawa polskiego, w dodatku wykorzystując w tym celu instrumentalnie obiekt kultury - Zamek Ujazdowski – gdzie odbyła się premiera tego urządzenia, relacjonowana później szczegółowo i ze zdjęciami tego produktu jako „materiałami sponsorowanymi” przez

grupę kilkunastu influencerów, czy też promowanie kampanii na budynkach publicznych takich jak – Centrum Bankowo Finansowe „Nowy Świat”, czy Warsaw Spire.

Zakaz reklamy i influencer marketingu wyrobów nikotynowych ma zasadnicze znaczenie dla ochrony zdrowia publicznego, zwłaszcza dzieci i młodzieży. Omijanie tych regulacji poprzez symboliczne kampanie, projekcje świetlne czy działania influencerów normalizuje używanie nikotyny i zachęca osoby nieletnie do sięgania po produkty szkodliwe zdrowotnie oraz jednocześnie podważa realizację celów zdrowotnych państwa. Prezydium podkreśla, że tego typu praktyki są nieetyczne i wymagają zdecydowanej reakcji organów państwowych, w tym Ministerstwa Zdrowia oraz UOKiK.

Wzywamy do zaprzestania stosowania tego typu praktyk oraz do pełnego respektowania norm, które mają na celu ochronę zdrowia, zwłaszcza zdrowia dzieci i młodzieży najbardziej podatnych na wpływ nowoczesnych form przekazu marketingowego. Szczególnie napiętnować należy działania influencerów i celebrytów, którzy otrzymując wynagrodzenie za promocje i reklamę produktów bezwzględnie szkodliwych dla zdrowia – takich jak w.w. podgrzewacz tytoniu – narażają odbiorców swoich treści na ekspozycje na takie wyroby i ponoszą odpowiedzialności za kształtowanie przyszłych pokoleń młodych ludzi, którzy uzależniają się od nikotyny wskutek rzeczonyj promocji. Polska powinna być krajem, który kategorycznie sprzeciwia się kampaniom marketingowym takich produktów, które byłyby widoczne dla każdego przechodnia, w tym dzieci i nastolatków: zarówno w przestrzeni publicznej, jak i na ekranie smartfonów i w mediach społecznościowych.

Sekretarz
Okręgowej Rady Lekarskiej
w Warszawie

lek. Jacek Sowiński

Prezes
Okręgowej Rady Lekarskiej
w Warszawie

dr n. med. Artur Drobnik