

# Plain Packaging – Case Australien



EN RAPPORT FRÅN HUI RESEARCH  
PÅ UPPDRAG AV BRITISH AMERICAN TOBACCO

# Förord

I februari 2015 meddelade folkhälsominister Gabriel Wikström att regeringen avser att föreslå ett tilläggsdirektiv till den pågående utredningen om hur EU:s nya tobaksprodukt direktiv ska genomföras i Sverige. Tilläggsdirektivet innefattar bl. a förslag om lagstiftning kring tobaksförpackningar i form av neutrala och standardiserade tobaksförpackningar (*Plain Packaging på engelska*) där varumärket skrivs med ett neutralt typsnitt och alla paket har samma neutrala färg. Syftet med lagförslaget är att produkterna ska bli mindre attraktiva och tobaksbruket mindre socialt accepterat, i synnerhet bland unga.

Hittills har denna typ av varumärkesförbud på tobaksförpackningar endast prövats i Australien, där modellen infördes 2012. Därefter har ett flertal studier kring effekterna av varumärkesförbudet på företeelser såsom attityder till rökning, tobaksförpackningar, tobaksutgifter och förekomsten av illegal tobak, m.m. gjorts på den australiensiska marknaden.

Med anledning av att varumärkesförbud även är aktuellt i flera Europeiska länder inklusive Sverige har British American Tobacco Svenska AB (BAT) finansierat en litteraturstudie samt en "på plats"-studie av den australiensiska utvecklingen. Litteraturstudien syftar till att sammanställa den relevanta forskningen och utredningen om varumärkesförbud med betoning på forskning som är kopplad till erfarenheterna i Australien. På plats-studien syftar till att ta del av de praktiska lärdomar som kan dras av vad som hänt sedan varumärkesförbud infördes i Australien den 1 december 2012.

*Rapporten är författad av HUI Research på uppdrag av BAT våren 2015.*

# Sammanfattning

## Plain Packaging – Case Australien

Plain Packaging infördes i Australien den 1 december 2012 och förändringen går i korthet ut på att skapa ett varumärkesförbud där all tobaksförsäljning måste ske i helt standardiserade och neutrala förpackningar där fokus ligger på hälsovarningar istället för på de bakomliggande tobaksvarumärkena. All försäljning måste ske under former som är mera reglerade än i något annat land. I allmänhet måste all tobak förvaras i låsta skåp förutom i samband med överlämnandet till den köpande konsumenten.

I denna rapport har HUI Research på uppdrag av British American Tobacco (BAT) genomfört en litteraturstudie för att kartlägga vilken forskning eller forskningsliknande utredning som gjorts i Australien kopplat till effekter av införandet av varumärkesförbud på tobaksförpackningar i Australien.

HUI Research har även genomfört en på-plats studie i Australien för att studera de praktiska implikationerna av varumärkesförbudet. På plats i Melbourne, Australien, besökte HUI Research butiker och försäljningsställen samt intervjuade ägare och personal. Vidare tog HUI Research del av synpunkter från branschorganisationer för butiker och företagare samt industriföreträdare från BAT.

### Praktiska erfarenheter av varumärkesförbud i Australien

Idén med varumärkesförbudet är att alla cigarettförpackningar ska se lika ut, ha en mörkgrön färgnyans och bara innehålla en stor avskräckande bild samt en generisk text som anger vilket cigarettvarumärke det handlar om. Bestämmelserna om varumärkesförbud gäller även andra tobaksprodukter som tobak för egenrullade cigaretter.

Utöver regleringen kopplad till varumärkesförbudet finns sedan tidigare i Australien tydliga regler för vilken information som får finnas vid inköpsstället och personalens kommunikation med kunderna är hårt reglerad. I princip får det vid kassan bara finnas en synlig prislista utöver olika skyltar med avskräckande hälsoinformation.

De praktiska problem som butikernas branschorganisationer lyfter fram är kopplade till att varumärkesförbudet medför betydligt längre tid att betjäna kunderna med sämre service för icke-tobakskunder som följd, att det tar längre tid att hantera logistiken kring cigaretter och tobak, att det tar längre tid att träna personalen i regler kring försäljning och kommunikation kopplat till tobaksförsäljning, samt att försäljningen av andra produkter drabbats negativt.

Den bild HUI Research fått vid butiksbesök bekräftar att försäljningsställen lägger mer resurser på den praktiska hanteringen av tobak och att personalens uppgifter blivit mera krävande. Inga av dessa effekter är särskilt förvånande eftersom hela syftet med varumärkesförbudet är att försvåra försäljning av tobak och sätta information om dess risker ytterligare i fokus inklusive kontrollen av att alla försäljningsregler följs.

Förutom att legala cigaretter har fortsatt att minska sin försäljning i enlighet med den långsiktiga trenden har två stora förändringar ägt rum i marknaden sedan 2012. Dels har marknadsandelarna för

legala lågpriscigarett ökat kraftigt på bekostnad av de legala premie- och medelprissegmenten, dels tycks den illegala försäljningen/konsumtionen ha ökat (illicit trade) genom att marknadsandelen för så kallade Contraband har ökat kraftigt även om det också finns studier som kommer till slutsatsen att den illegala marknaden inte påverkats särskilt mycket. Med Contraband menas cigaretter som säljs lagligt i andra länder men som smugglats in utan skatter till ett annat land.

Rättsligt pågår flera processer inom WTO som handlar om huruvida lagstiftningen om varumärkesförbudet kolliderar med frihandeln samt inom EU huruvida EU:s tobaksdirektiv är förenligt med EU-fördraget vilket i förlängningen kan påverka hur och om eventuell lagstiftning om varumärkesförbud utformas i EU-länderna. Vidare har Storbritanniens föreslagna lagstiftning om varumärkesförbud ifrågasatts utifrån immaterialrättsliga perspektiv och hot om intrång i tobaksföretagens äganderätt.

I Australien har flera tobakstillverkare stämt den Australiska staten i högsta domstolen med argumentet att lagstiftningen om varumärkesförbud innebar en olaglig expropriering av tobaksföretagens egendom (varumärken och andra immateriella värden). Stämningen avslogs med argumenten att

- egendomen som åsyftades i stämningen inte var egendom i den australiensiska konstitutionens mening
- även om lagstiftningen om varumärkesförbud innebar ett berövande av egendom från de som stod bakom stämningen så finns inget stöd i lagstiftningen för att staten ska ha tagit egendomen på ett olagligt sätt eftersom staten inte vann någon fördel av egendomen.

Kravet i den Australiensiska konstitutionen att det krävs någon fördel för staten för att berövande av egendom ska vara olaglig är speciell för den Australiensiska konstitutionen och de som stod bakom stämningen hade för att kunna vinna behövt visa att staten tjänat på den egendom den berövat tobakstillverkarna på.

## Forskning om varumärkesförbud i Australien

### *Effekter på rökningen generellt*

Det verkar inte finnas några starka belägg för att varumärkesförbudet haft en separat påverkan på den allmänt nedåtgående rökningen i Australien. De studier som gjorts har riktat in sig på att studera hushållens tobaksutgifter respektive rökvanor. De har generellt inte identifierat någon separat effekt på utgifter eller rökningen efter kontroll för prisutveckling och den nedåtgående långsiktiga trenden i utgifter/rökningsprevalens.

En generell utmaning för kvantitativa studier på området är att det bara har gått drygt två år sedan varumärkesförbudet infördes.

De Australiensiska delstaterna har gjort flera studier inriktade på att via enkätundersökningar undersöka hur rökningen utvecklats och det finns flera tecken i dessa studier på att ungdomar inte tycks minska sin rökning, men dessa studier har generellt sett inte kontrollerat för prispförändringar eller långsiktiga trender i rökningen.

### *Effekter på illegala marknaden för tobak*

De mest systematiska, omfattande och återkommande studierna av förekomsten av illegala cigaretter/tobak har utförts av Konsultföretaget KPMG. Deras och andras plockstudier pekar på att andelen illegala respektive billiga cigaretter trendmässigt fortsätter att öka. Andra studier som bygger på butiksundersökningar av förekomst av illegala cigaretter pekar på att varumärkesförbudet inte har haft någon stor effekt på förekomsten av illegala cigaretter, men dessa studier har varit förhållandevis begränsade i sina angreppssätt. Ett undantag är en studie baserad på en omfattande telefonenkät under 2012-2014 som visar att varumärkesförbudet inte påverkat den illegala marknadens storlek. Forskning baserad på plockstudier respektive forskning baserad på telefonenkäter om vilka cigarettmärken respondenten säger sig röka tycks ge förhållandevis stora skillnader i estimaten av den illegala marknadens storlek, vilket är ett problem för den forskningsbaserade bilden av hur verkligheten ser ut. Mer forskning behövs för att avgöra hur den illegala marknaden utvecklas.

### *Attityder till förpackningarna*

En anmärkningsvärt stor del av forskningen/utvärderingen av varumärkesförbudet har koncentrerats till att studera konsumenters attityder till den grafiska utformningen av förpackningar och etiketter, vilket bara är indirekt kopplat till rökningens frekvens. Generellt visar dessa att konsumenter reagerar negativt på förpackningarna och tar till sig hälsovarningar vilket antas påverka deras ställningstaganden kopplat till beslut om rökning. Denna forskning kan emellertid inte besvara den mera relevanta frågan om de direkta effekterna av varumärkesförbudet på rökningen.

## Innehåll

<b>Praktiska erfarenheter av varumärkesförbudet i Australien .....</b>	<b>2</b>
Retail Display Ban.....	2
Varumärkesförbudet.....	5
Utveckling cigarett- och tobaksmarknaden.....	11
Slutsatser – praktiska erfarenheter.....	14
<b>Forskning om varumärkesförbud i Australien .....</b>	<b>16</b>
Har varumärkesförbudet minskat rökningen.....	16
Införelse av illegal respektive främmande tobak till Australien.....	19
Attityden till cigarettpaketens utformning och varningsetiketter .....	21
Slutsatser – forskning.....	21
<b>Litteraturlista.....</b>	<b>23</b>

# Praktiska erfarenheter av varumärkesförbudet i Australien

I detta kapitel är syftet att beskriva de praktiska erfarenheterna av varumärkesförbudet på tobaksförpackningar i Australien. Varför infördes varumärkesförbudet? Vilka är de praktiska konsekvenserna för detaljhandeln och andra försäljningskanaler? Hur har konsumenterna i allmänhet och rökarna i synnerhet påverkats praktiskt? Hur har personalen påverkats?

Förhoppningen är att kapitlet ska bidra med klagöranden om vad som faktiskt hände och händer i Australien kopplat till införandet av varumärkesförbudet den 1 december 2012.

För att sätta varumärkesförbudet på tobaksförpackningar i ett sammanhang gör vi nedan en kort beskrivning av den övriga lagstiftning som finns i Australien kopplat till vilken information som får kommuniceras i samband med försäljning av tobaksprodukter.

## Retail Display Ban

Lagstiftningen om varumärkesförbudet är nationell och likformigt utformad i hela Australien. Utöver bestämmelserna om varumärkesförbud finns sedan tidigare lagstiftning som reglerar vilken tobaksrelaterad information som får finnas i övrigt vid inköpsstället. Den lagstiftning som brukar kallas Retail Display Ban har funnits i vissa delstater sedan 2008, ligger på delstatsnivå och kräver att alla tobaksprodukter döljs hos inköpsställena. I vissa delstater och i vissa typer av försäljningsställen får tobaksprodukter emellertid visas, men även i dessa fall måste de uppvisade tobaksprodukterna sedan december 2012 vara förpackade enligt reglerna om varumärkesförbudet.

Den exakta utformningen av Retail Display Ban varierar mellan olika typer av försäljningsställen och delstater men det får i princip bara finnas en synlig prislista och en reglementsenlig skylt av samma avskräckande karaktär som på cigarettförpackningarna. Själva förpackningarna är i vissa fall, som på bilden 1 nedan helt inlåsta i ett skåp medan i andra fall, enligt bild 2, så får förpackningarna synas bakom disk samtidigt som varumärkesförbudet gör det mer eller mindre omöjligt att på avstånd identifiera olika tobaksvarumärken.



Bild 1



Bild 2

Med tobak menas generellt cigaretter, cigarrer och ren tobak för t ex egenrullning av cigaretter. Med tobaksprodukter menas i detta sammanhang även rökprodukter utan tobak liksom tobaksaccessorier som rullpapper, pipor etc. Tändstickor och tändare är dock undantagna produkter. Alla stater kräver att tobaksåterförsäljare täcker över tobaksprodukterna eller förvarar dem i ett skåp, men staterna Western Australia och Victoria tillåter undantag för specialiserade tobaksbutiker som har möjlighet att visa produkterna bakom disk (se bild 1 och 2 ovan)

Butiker som säljer tobaksprodukter måste tillse att allmänheten inte kan se tobaksprodukterna vare sig utifrån eller inifrån butiken. De enda undantagen från visningsförbudet som finns är om en kund själv visar sina egna inköpta produkter för andra liksom när tobaksskåpen öppnas i samband med själva transaktionen/inköpet. Sedan finns en minimal tolerans för att allmänheten kan se tobaksprodukterna i samband med påfyllning av skåp och sortering av produkterna. Butiker som inte är dygnet runt-öppna ska dock i största möjliga mån sköta denna hantering utanför öppettiderna.

Det får bara finnas en kassa som säljer tobaksprodukter och även rökprodukter utan tobak måste säljas här liksom tobaksaccessorier som rullpapper, pipor etc.

När det gäller kommunikationen med kunderna så gäller följande. Lagstiftningen tillåter butikssäljaren att visa tobaksprodukter, rökprodukter utan tobak samt tobaksaccessorier på direkta frågor från kunden. Inga andra produkter än de som efterfrågats får visas och de som inte köps ska återplaceras dolt innan köpet genomförs.

Innebörden av detta är att någon allmän diskussion om produkterna med kunden inte får äga rum. Godkända är frågor av typen

- Kan jag få ett paket av märke X i storlek Y
- Kan jag få ett paket av märke X
- Kan jag få ett paket av märke X och smak Y
- Vad har du för sorter av märke Z

Kunden ska alltså vara specifik om åtminstone vilket märke den efterfrågar.

Frågor av denna typ är inte tillräckligt specifika

- Vad har du för märken
- Vilka märken är billigast
- Vad skulle du rekommendera
- Jag tar det där paketet som var blått förut

Om kunden är ospecifik så ska prislistan eller pristavlan visas och utifrån denna (inte utifrån annan information eller kunskap) kan frågor ställas om vilket märke eller alternativ från listan kunden önskar. Skåpet får inte öppnas innan kunden preciserat sitt önskemål.

Det finns inget krav på att alla olika cigarettpaket som finns i lagret ska stå på prislistan utan i dessa fall måste kunden fråga om det finns märke Z och butikssäljaren kan då svara ja eller nej. Butikssäljaren kan inte svara på frågor av typen - ta något liknande.

Det finns inte heller några krav på ordningen på prislistan eller pristavlan utan det går att lägga cigarettmärkena i den ordning butiken önskar.

## Varumärkesförbudet

Varumärkesförbudet handlar om att alla cigarett- och tobaksförpackningar ska se lika ut, ha en mörkgrön färgnyans och bara innehålla en stor avskräckande bild samt en generisk text som anger vilket tobaksvarumärke det handlar om. Bild 3 nedan visar tre exempel. Bilderna på förpackningarna varierar över tiden och är inte kopplade till något specifikt tobaksvarumärke



Bild 3

Bestämmelserna om varumärkesförbudet gäller även andra tobaksprodukter som tobak för egenrullade cigaretter, så kallade "unbranded".

Målen med varumärkesförbudet enligt Australiens hälsodepartement ([www.health.gov.au](http://www.health.gov.au)) är att:

- Reducera det attraktiva och lockande för konsumenterna i tobaksprodukter, särskilt unga
- Öka synligheten och effektiviteten i de obligatoriska hälsovarningarna
- Reducera möjligheten för tobaksförpackningar att missleda konsumenterna om rökningens skadeverkningar
- På lång sikt som en del av ett samlat förslag med tobakskontrollåtgärder medverka till ansträngningen att minska rökningen

Regleringen av hur cigarettpaket och andra tobaksförpackningar ska vara utformade är mycket detaljerad vilket illustreras nedan med bild 4 och 5 för cigarettpaketet respektive cigarrerna. Typsnitt, proportioner, informationsinnehåll mm är nog föreskrivet.

## CIGARETTE PACK – FRONT

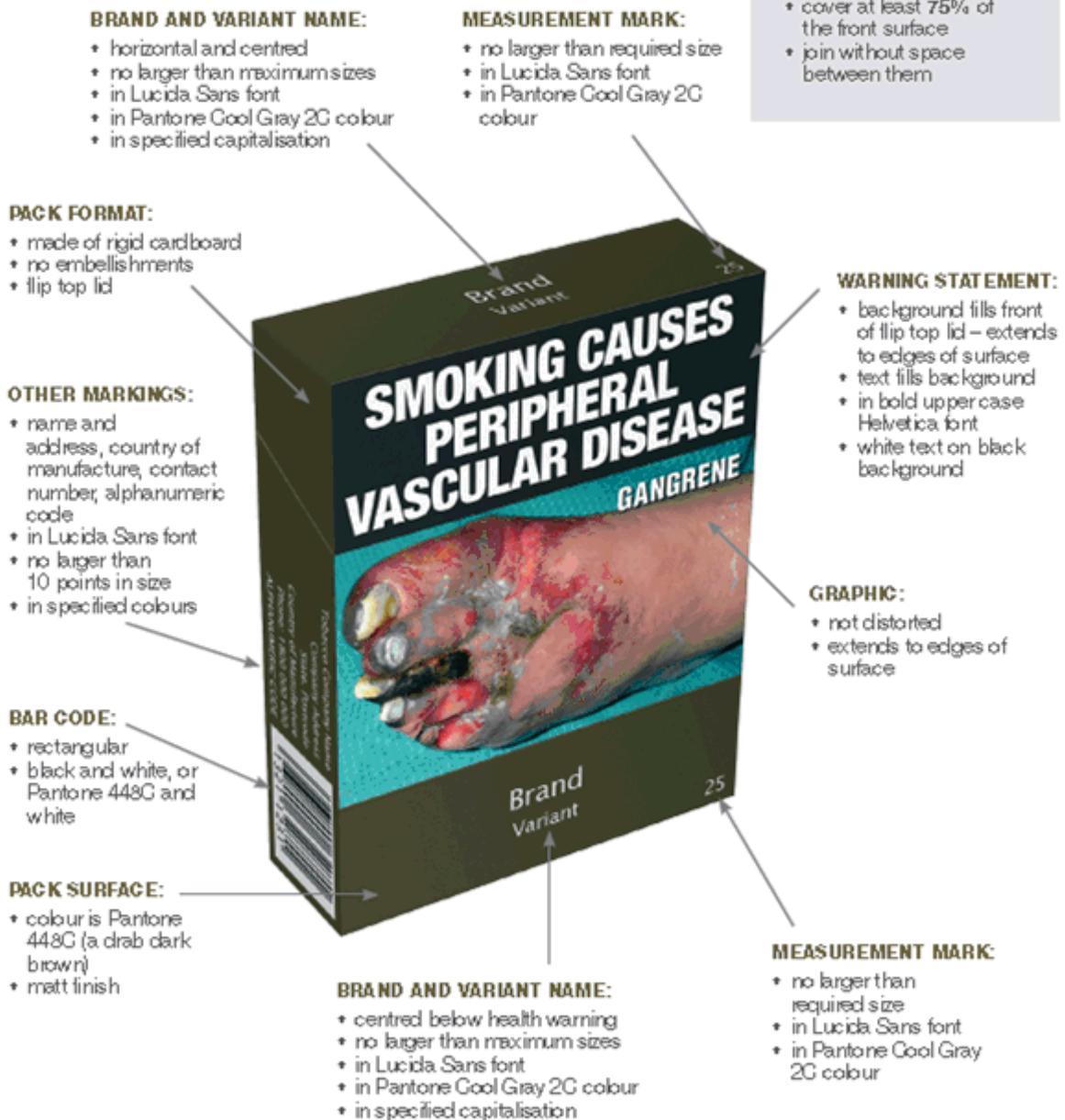


Bild 4



Bild 5

## Historik

Australien har som andra jämförbara länder en historia av tilltagande reglering av försäljning och marknadsföring av tobak. Regleringarna har både skett på nationell nivå och på statsnivå i varierande hastighet.

- 1992 kom den så kallade Tobacco Advertising Prohibition Act som på nationell nivå förbjöd medial spridning av tobakreklam i elektronisk eller tryckt form.
- 1995 introducerades på nationell nivå sex varierande hälsovarningsbudskap som skulle täcka 25 procent av den övre delen av framsidan på paketen och 33 procent av baksidan med förklarande text.
- 2000 gjorde en nationell frivillig överenskommelse med cigarettillverkare om att tydligt redovisa cigarettens ingredienser.
- 2006 infördes på nationell nivå 14 grafiska illustrationer samt hälsovarningsbudskap som skulle täcka 30 procent av framsidan och 90 procent av baksidan av cigarettpaketen
- 2008 införde Australia Capital Territory, det vill säga huvudstaden Canberra och det omgivande territoriet, förbud att visa tobaksprodukter i butiker och senare samma år införde även staterna South Australia och Tasmania samma regler.
- Under 2009 dök det första förslaget om Plain Packaging (PP) upp och i oktober 2010 annonserade regeringen ett formellt förslag om PP.
- Under 2011 införde staten New South Wales förbud även mot tobaksspecialister att visa tobaksprodukter i butiken
- 1 december 2012 trädde PP i kraft i hela Australien för alla återförsäljare

Argumenten i debatten för varumärkesförbudet handlade om att avskräckande förpackningar samt förbud mot i princip all exponering av tobaksvarumärken i butik och via annan kommunikation skulle göra rökning mindre attraktivt. Vidare ville förespråkarna att det skulle bli ännu tydligare att rökning är

farligt och att information om detta skulle få ännu större utrymme, på bekostnad av information från tobaksvarumärkena, så att fler skulle nå av hälsovarningar.

Motståndarna från bland annat tobaksindustrin och småföretag i handeln menade att det inte fanns något som talade för att rökningen skulle minska, att den svarta marknaden med illegal tobak skulle öka, att de priser konsumenterna betalade skulle falla med följden att cigaretter i praktiken skulle bli billigare, att internationella handelsavtal skulle brytas och att varumärkeskapital skulle exproprieras med kompensationskrav som följd. Under debatten som följde när varumärkesförbudet dök upp på den australienska politiska agendan var motståndet förhållandevis stort även från den politiska oppositionen (då en allians av liberala och konservativa partier) och från olika näringslivsorganisationer. De argument som lyftes från dessa organisationer handlade om huruvida varumärkesförbudet verkligen skulle reducera rökningen, att det fanns risk för ökad cigarettsmuggling och illegal verksamhet kopplad till cigaretter samt om kostnaderna kopplat till administrativ hantering och arbetsbelastning som skulle följa med den nya typen av cigarettpaket och reglerna kopplade till cigarettförsäljning.

Nationella annons – och vykortskampanjer startades som exemplen nedan visar

**MY NAME IS NICHOLAS.  
I AM A REAL SHOPKEEPER  
WITH REAL CONCERNS  
ABOUT PLAIN PACKAGING.**

Nicholas from Kemp's Creek, like many other small retailers, supports the Alliance of Australian Retailers - an organisation established to represent small business owners opposed to the introduction of the Government's policy for plain packaging of cigarettes.

**We oppose plain packaging because:**

- It was an idea considered in the UK and Canada, but rejected.
- There is no credible evidence that plain packaging will reduce smoking.
- The display of cigarettes is being banned throughout Australia. On top of this, plain packaging will add to increased customer waiting time and stock management issues.
- Plain packaging will make counterfeiting of cigarettes easier.

For more information, please visit our website.  
**www.australianretailers.com.au**

We are proudly supported by British American Tobacco Australia Limited, Philip Morris Limited and Imperial Tobacco Australia Limited.

**Australian Newsagents**  
AUSTRALIAN NEWSAGENTS ASSOCIATION

**NIRA**  
NATIONAL INDUSTRY RETAILERS ASSOCIATION

Sealika Station Associates Pty Ltd  
www.sealika.com.au

Dear Prime Minister,

I am a retailer and I oppose plain packaging of cigarettes because of the negative impact it will have on my business.

I am concerned that it will hurt my business through increased price-based competition driving sales to large retail chains and the flourishing black market for tobacco products.

I understand there is no reliable evidence anywhere in the world to show that plain packaging reduces smoking rates.

I urge you to reconsider your Government's plan to introduce plain packaging.

Yours sincerely,

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Affix  
Stamp  
Here

**The Hon. Julia Gillard MP**  
**Prime Minister**  
Parliament House  
CANBERRA ACT 2600

Authorised by R. Stanton, Alliance of Australian Retailers, Suite 402, Level 4, 18-20 Orion Road, Lane Cove, NSW 2066.

Printed by Composite Colour,  
4/347 Bay Rd, Cheltenham, Victoria 3192

We are supported by  
British American Tobacco Australia Limited,  
Philip Morris Limited and  
Imperial Tobacco Australia Limited.



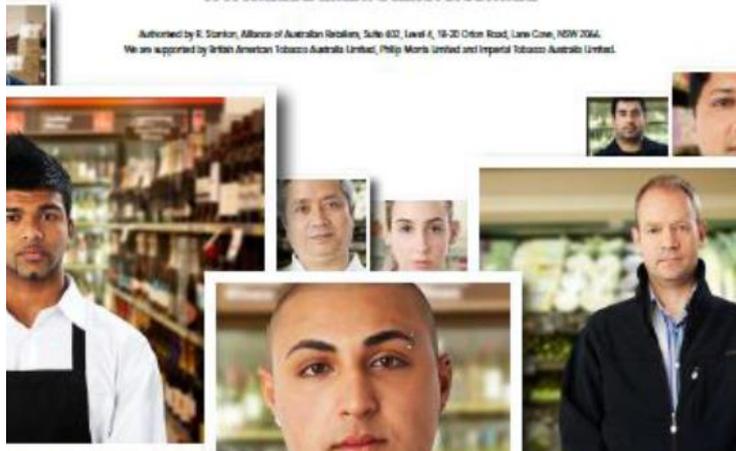
# It won't work so why do it?

The government plans to put all cigarettes in plain packaging. But this was rejected in the UK and Canada and there's no real evidence it will work. Every state in Australia has already moved to make it illegal to have cigarettes on display. So if my customers can't see them, how will plain packaging make any difference? Plain packaging. It won't work so why do it?

## Alliance of Australian Retailers

[www.australianretailers.com.au](http://www.australianretailers.com.au)

Authorised by R. Stanton, Alliance of Australian Retailers, Suite 602, Level 6, 18-20 Oxen Road, Law Cove, NSW 2066.  
We are supported by British American Tobacco Australia Limited, Philip Morris Limited and Imperial Tobacco Australia Limited.



Under åren som gått sedan december 2012 har frågan fortsatt att debatteras och olika studier har genomförts för att kartlägga och följa utvecklingen när det gäller påverkan på rökningen, prisnivån på cigaretter, effekter på smuggling och tillverkning av illegala cigaretter, utvecklingen av attityder kopplat till rökning samt utvecklingen i de olika rättsfrågor som följt efter införandet av varumärkesförbudet.

## Utveckling cigarett- och tobaksmarknaden

### Australien - bakgrund

Australien är ett enormt stort land, ofta betraktad som en kontinent, lika stort till ytan som USA men med 23,5 miljoner invånare. Välståndsnivån mätt med traditionella BNP-mått eller utifrån olika undersökningar av trivsel och livskvalitet placerar Australien som ett av världens rikaste och mest attraktiva länder att leva i.

Sett i ett 30årsperspektiv har Sverige traditionellt haft en BNP-nivå något ovanför Australien fram till för 10 år sedan då Australien placerade sig något ovanför Sverige, enligt data från FN. Under senare år har Australiens arbetslöshet ökat något och ligger nu på dryga 6 procent.

Under senare år har Australiens mycket starka ekonomiska utveckling mattats något till följd av att den globala råvaruboomen avtagit, men tillväxten är fortfarande stark i ett europeiskt perspektiv.

### Tobaksmarknaden Australien

Tobaksmarknaden i Australien har tre stora aktörer – Philip Morris, British American Tobacco och Imperial Tobacco. Det finns fyra stora kanaler till konsumenterna med följande andelar – Stormarknader (38,0 %), Allivs (16,1 %), Tobaksbutiker (33,7 %), Servicebutiker (12,2 %).

Prisnivån är tillsammans med Nya Zeeland och Norge den högsta i världen. Detta beror främst på de mycket höga punktskatterna som tillsammans med moms (10 %) på ett Marlboro-paket med 20 cigaretter uppgår till runt 100 kr. Dessutom har punktskatterna vid tre tillfällen under de senaste 5 åren höjts kraftigt utöver den löpande indexeringen.<sup>1</sup>

Försäljningsminskningen av legal tobak har fortsatt under perioden 2010 – 2014 då den totala försäljningen gick ned från motsvarande 161 till 136 miljarder svenska kronor, enligt branschstatistik via Infoview Industry Exchange System. Det är dock bara FMC (Factory Made Cigarettes) som har minskat medan RYO (Roll Your Own) faktiskt har ökat sin försäljning.<sup>2</sup>

Förutom att traditionella cigaretter (FMC) har fortsatt att minska sin försäljning i enlighet med en långsiktig trend har två stora förändringar ägt rum i marknaden sedan 2012. Dels har marknadsandelarna för legala lågpriscigaretter ökat kraftigt på bekostnad av de legala premie- och medelprissegmenten, dels tycks den illegala försäljningen/konsumtionen ökat (illicit trade) genom att marknadsandelen för så kallade Contraband har ökat kraftigt. Med Contraband menas cigaretter som säljs lagligt i andra länder men som smugglats in utan skatter till ett annat land.<sup>3</sup>

Prisskillnaden på legala cigaretter i Australien och närliggande länder i Sydostasien gör smuggling av Contraband mycket lukrativt, vilket kan vara en viktig förklaring till den kraftiga ökningen av illegala cigaretter som framför allt olika plockstudier och branschens egna undersökningar visat på. Medan ett paket Marlboro (20 cigaretter) kostar runt 130 svenska kronor i Australien så kostar det 11 kronor i Indonesien, 30 kronor i Malaysia, 20 kronor i Sydkorea och 10 kronor i Filipinerna.

Kombinationen av minskad legal försäljning av cigaretter och ökning av den illegala marknaden gör att nedgången i den sammantagna konsumtionen följer en långsiktig trend i minskad rökning i Australien. Enligt KPMG:s studie<sup>4</sup> av den illegala marknaden för tobak har den sammantagna tobakskonsumtionen minskat med 1,4 procent mellan 2007 och 2014 om man tar hänsyn till den illegala marknaden (främst ökningen i Contraband). Detta tycks vara en klart svagare minskning än den som redovisas i undersökningar av rökarcidensen (hur många som rökar dagligen) från Roy Morgan Research som bland annat gör en statlig hushållssurvey där incidensen gått ned med mellan 10 – 15 procent mellan 2010 – 2013 beroende på undersökning. Samtidigt är det inte enkelt att jämföra måttet daglig rökning eller ej med det kvantitativa måttet konsumtion eftersom de mäter olika saker. I

---

<sup>1</sup> Källa: Australian Tax Office; Australian Bureau of Statistics

<sup>2</sup> Källa: Branchstatistik via Infoview Industry Exchange System

<sup>3</sup> Källa: KPMG Illicit Tobacco in Australia 2014

<sup>4</sup> Källa: KPMG Illicit Tobacco in Australia 2014

forskningsavsnittet kommer vi att referera de mera omfattande studier som gjorts kopplat till effekter av varumärkesförbudet på tobaksmarknaden och rökningen i Australien.

Förutom effekterna på försäljning, marknadsandelar och typ av tobakskonsumtion som skett i Australien sedan varumärkesförbudet infördes 2012 har både nationella och internationella rättsstrider brutit ut.

Bland annat pågår rättsprocesser inom World Trade Organisation (WTO) där länder som Uruguay, Indonesien m fl har stämt Australien för lagstiftningen kopplad till varumärkesförbudet som de menar på olika sätt hotar frihandeln.

Sedan pågår juridiska processer inom EU kopplade till det så kallade tobaksdirektivet och dess kompatibilitet med EU-fördraget. Huruvida vissa artiklar i tobaksdirektivet kan förenas med EU-fördraget kommer sedan att få betydelse för hur/om enskilda EU-länder kan implementera eventuell lagstiftning kopplad till varumärkesförbud.

Storbritanniens eventuella lagstiftning om varumärkesförbud har även ifrågasatts i Englands och Wales högsta domstol från immaterialrättsliga perspektiv kopplat till föreslagen lagstiftning samt att intrång i tobakstillverkarnas äganderätt kan komma att ge dem rätt till kompensation. Rättstriden kan komma att röra både brittisk lag men också EU-lagstiftning.

Ganska snart efter att Australiens lagstiftning om varumärkesförbud infördes i december 2012 stämde BAT och JTI den Australiensiska staten i Australiens högsta domstol för att lagstiftningen om varumärkesförbud innebar en olaglig expropriering av tobaksföretagens egendom (varumärken och andra immateriella värden). Även PMI, Imperial Tobacco och Van Nelle Tabak deltog på BAT:s och JTI:s sida i stämningen.

En majoritet av domstolens ledamöter avslög stämningen med argumenten att

- egendomen som åsyftades i stämningen inte var egendom i den australiensiska konstitutionens mening
- även om lagstiftningen om varumärkesförbud innebar ett berövande av egendom från de som stod bakom stämningen så innebar lagstiftningen inte att staten tog egendomen på ett olagligt sätt eftersom staten inte vann någon fördel av egendomen.

Kravet i den Australiensiska konstitutionen att det krävs någon fördel för staten för att berövande av egendom ska vara olaglig är speciell för den Australiensiska konstitutionen och de som stod bakom stämningen hade för att kunna vinna behövt visa att staten tjänat på den egendom den berövat tobakstillverkarna på.

#### Praktiska konsekvenser i butik

Det har funnits ett förhållandevis stort motstånd från butiker inför och efter införandet av varumärkesförbudet som byggt på oro för att införandet skulle innebära ökade kostnader i hanteringen av cigaretter och tobak samt försäljningstapp på andra områden.

I en rapport finansierad av Australian Association of Convenience Stores och Philip Morris från 2013 tas några problem upp som studien finner hos de 450 butiker som ingått i studien. Det som lyfts i studien är att

- Det tar betydligt längre tid att betjäna kunderna med negativa konsekvenser för icke-tobakskunder som följd
- Det tar längre tid att hantera logistiken kring cigaretter och tobak på grund av icke-synlighetskraven och på grund av de identiska paketen
- Det tar längre tid att träna personalen i regler kring försäljning och kommunikation kopplat till tobaksförsäljning
- Försäljningen av andra produkter drabbats negativt

## Slutsatser – praktiska erfarenheter

Den bild om ökat krångel och kostnader kopplat till den administrativa och praktiska hanteringen som återförsäljarnas olika organisationer flaggade för i samband med införandet av varumärkesförbudet tycks ha besannats enligt både undersökningar och företrädare för handel och andra inköpsställen för tobak. De undersökningar som gjorts och den bild HUI Research tagit del av från branschföreträdare och vid butiksbesök vittnar om att försäljningsställen lägger mer resurser på den praktiska hanteringen av tobak och att utbildningen av personalen har blivit mera krävande. Även om det finns en officiell uppfattning från Australiska staten om att varumärkesförbudet inte inneburit några större problem för handelsledet så skulle det vara förvånande om det inte låg något i de undersökningar som gjorts och budskap som kommer från de olika säljkanalerna eftersom hela syftet med varumärkesförbudet är att försvåra försäljning av tobak och sätta information om dess risker i fokus inklusive kontrollen av att alla försäljningsregler följs.

En mer öppen fråga har varit vilka konsekvenser varumärkesförbudet skulle få för rökningen och hur det skulle bli med de övriga effekter som förespråkare och motståndare tvistat om ända sedan förslaget dök upp för snart 10 år sedan.

Den viktigaste frågan har förstås varit om rökningen skulle minska som en följd av varumärkesförbudet, det vill säga om den trend med minskad rökning som funnits i många år skulle påverkas. De förhållandevis enkelt tillgängliga siffror och akademiska studier som finns tyder inte på att den nedåtgående trenden påverkats särskilt mycket. Trenden fortsätter nedåt som tidigare och de mera ambitiösa studier som gjorts tyder snarare på att trenden bromsats upp även om den enda någorlunda säkra slutsatsen är att trenden inte påverkats.

En annan viktig fråga är om den illegala marknaden stärkts. Enligt bland annat KPMG:s återkommande empiriska studier är det tydligt att framför allt så kallade Contraband ökat i betydelse samt att den illegala marknaden ökat i betydelse. Motståndarna till varumärkesförbudet hävdar att det är uppenbart att den illegala marknaden stärkts och att detta beror av en kombination av fortsatta punktskattehöjningar och varumärkesförbudet. Förespråkarna är delvis skeptiska till KPMG:s metod och hänvisar bland annat till telefonbaserade studier som visar att varumärkesförbudet inte påverkat den illegala marknaden.

Frågan om hur priserna skulle påverkas av reformen framstår som förhållandevis enkel att avgöra empiriskt. Dels tyder mycket på att den illegala marknaden med Contraband har stärkts vilket innebär att klart billigare cigaretter (utan skattebelastning) har ökat sin marknadsandel på bekostnad av legala cigaretter. Framför allt så visar branschens egna försäljningssiffror i den legala marknaden att låg- och medelprissegment stärkt sina marknadsandelar kraftigt på bekostnad av premiesegmenten vilket innebär att de priser konsumenterna i praktiken betalar har fallit.

Rättsstrider i WHO och inom EU kopplat till frihandel respektive eventuell lagstiftning om varumärkesförbud i EU-länderna fortgår och de närmaste åren kommer sannolikt rättsliga utslag som påverka hur utvecklingen i Europa kommer att se ut. När det gäller rättsstrider om huruvida lagstiftningen om varumärkesförbud innebär expropriation av egendom som borde ge rätt till skadestånd så återstår att se om det rättsliga utslagen blir desamma i andra länder än Australien.

# Forskning om varumärkesförbud i Australien

Främst tre frågor har berörts i forskning eller forskningsliknande utredning kopplat till varumärkesförbud.

- Dels har några försök gjorts att empiriskt avgöra om rökningen minskat som en följd av varumärkesförbudet där några bygger på registerdata över utgifter för tobak men de flesta bygger på enkätstudier/surveys till allmänheten.
- Dels har försök gjorts att avgöra hur den illegala marknaden utvecklats i syfte att avgöra om den ökat i betydelse eller inte som en följd av varumärkesförbudet
- Dels har olika studier genomförts i syfte att avgöra vilken effekt förpackningar och etiketter kopplade till varumärkesförbudet har på de som tar del av dem

Innan lagförslaget trädde i kraft genomförde Pechey m fl (2013) en survey med 34 internationella experter, där de utfrågades om hur de trodde att varumärkesförbudet skulle påverka prevalensen av rökning bland vuxna och ungdomar, två år efter att lagen har genomförts. Experternas mediansvar var en minskning med – 1, 0 procentenheter bland vuxna, samt – 3, 0 procentenheter bland ungdomar.

Med tanke på att rökningen länge visat en nedåtgående trend var detta förhållandevis försiktiga prognoser vilket kan bero på att de flesta bedömare insåg svårigheten att identifiera den självständiga effekten av varumärkesförbudet från andra effekter på rökningen som till exempel punktskatterna som höjts kraftigt vid flera tillfällen på senare år samt den befintliga lagstiftningen om Retail Display Ban som redan tidigare kraftigt begränsat marknadskommunikationen av tobak.

## Har varumärkesförbudet minskat rökningen

### Rökningen generellt

Huvudsyftet med reformen har varit att minska rökningen, särskilt bland ungdomar. Finns det belägg för att rökningen minskat som en följd av varumärkesförbudet? Vad gäller empiriska akademiska studier, har två studier gjorts där man empiriskt har försökt kartlägga i vilken utsträckning reformen har minskat rökningen.

Davidson m fl (2014) genomför en studie där man utgår från data över de australiensiska hushållens utgifter (data från Australian Bureau of Statistics). Davidson undersöker om hushållens utgifter har ökat eller minskat som följd av varumärkesförbudet. Författaren finner efter kontroll för prisseffekter och den långsiktiga trendmässiga nedgången i tobaksutgifter att hushållens utgifter på tobak inte har minskat som en följd av att varumärkesförbudet infördes.

En annan studie är Kaul och Wolf (2014). I deras studie undersöks hur varumärkesförbudet har påverkat rökningens prevalens bland ungdomar. Författarna använder sig av ett datamaterial där rökvanorna hos australiensiska ungdomar mellan 14–17 år kartläggs, under åren 2001–2013. Databasen innehåller 41 000 personer, omkring 3 200 personer per år. I en regressionsmodell skattar författarna om utvecklingen efter att varumärkesförbudet infördes skiljer sig från trenden i

rökningsprevalensen bland ungdomar. Författarna finner inte att någon signifikant skillnad i trenden i rökning kan påvisas.

Ytterligare en studie har gjorts av marknadsundersökningsföretaget Roy Morgan (2014). Rapporten, gjord på uppdrag av British American Tobacco, Philip Morris och Imperial Tobacco, undersöker storleken på den illegala marknaden från juli 2013 till juni 2014. Även historisk information som går tillbaka till år 2007 tas i anspråk. Studien baseras på paneldata som studerar rökning i olika åldersgrupper på månadsbasis, med ett årligt urval på 35 000 respondenter. Inte heller denna studie visar på någon förändring i den nedåtgående trenden för rökning före och efter varumärkesförbudet.

En rapport, utförd av konsult- och redovisningsföretaget Ernst & Young (EY 2014), testar om trenden i tobakskonsumtion har förändrats. Ekonometrisk analys pekar på att data över volymer (2004-2014) inte visar på någon påverkan i trenden för total konsumtion efter att varumärkesförbudet infördes.

Efter att varumärkesförbudet infördes har Young m fl (2014) presenterat tidsserier för samtal till telefonlinjen "Quitline", en linje för hjälp att sluta röka. Författarna menar att samtalen till Quitline ökade i samband med införandet av varumärkesförbudet.

Rökvanor har studerats av ett antal offentliga institutioner, både på regional och federal nivå.

Delstatsregeringen New South Wales publicerar statistik över medborgarnas rökvanor. I senaste meddelade statistik framgår att ingen statistiskt signifikant minskning i rökningsfrekvensen i New South Wales har kunnat påvisas mellan åren 2012 och 2013 (gäller alla åldersgrupper). Bland 16–24-åringar ökade faktiskt rökningsfrekvensen från 16,4 procent år 2012 till 17,8 procent år 2013.

För delstaten South Australia meddelar det offentliga institutet South Australian Health & Medical Research Institute siffror (i surveyn Key Smoking Statistics for South Australia 2013). I surveyn framgår att rökningsfrekvensen ökade i alla åldersgrupper i South Australia, från 16,7 till 19,4 procent mellan åren 2012 och 2013. Rökningsfrekvenser för 15 till 20-åringar ökade från 17,6 procent år 2011 till 19,5 procent år 2013.

För delstaten Queensland finns surveyn "Self Reported Health Status (2012 and 2013)", från Queensland's hälsodepartement. I den senaste rapporten framgår att rökningsfrekvensen ökade bland alla åldersgrupper i Queensland – från 14,3 procent år 2012 till 15,8 procent år 2013.

Cancer Council Queensland är en organisation som ägnar sig åt cancerforskning. I deras rapport Queensland Health 2014 framgår att det har skett en ökning i rökningsfrekvensen bland 25 till 34-åringar, från 19,8 procent år 2012 till 28 procent år 2014. Den dagliga rökningsfrekvensen för kvinnor ökade från 12,8 procent till 16,7 procent under samma period.

Liknande resultat rapporteras från delstaten Western Australia. I delstatsregeringens hälsosurvey "Health and Wellbeing of Adults in Western Australia (2012 and 2013) framgår att rökningsfrekvensen ökade i alla åldersgrupper i Western Australia mellan åren 2012 till 2013 – från 12,7 procent till 13,0 procent.

För delstaten Victoria redovisar BMJ Open (2014) siffror från en studie genomförd av Cancer Council of Victoria som beräknar rökningsprevalensen för åren 2012 till 2013 i delstaten. Studien visar på en ökning i volymer under första året efter varumärkesförbudet. Innan förbudet minskade volymerna med

i genomsnitt 3 procent per år mellan åren 2004 till 2012. Data för 2014 ansluter däremot till den långa trenden. Förutom volymerna ökade rökningens frekvens i alla åldersgrupper i Victoria från 14,7 procent till 15 procent mellan 2012 och 2013.

På federal nivå genomför Australian Institute of Health and Welfare (AIHW) en survey, The Australian National Drug Strategy Household Survey (NDSHS), Denna survey har genomförts vartannat/vart tredje år sedan år 1985. Surveyn samlar information om konsumtionen av alkohol och tobak, samt illegala droger. Den aktuella versionen genomfördes mellan juli och december 2013. Ur den senaste surveyen framgår att man i åldersgruppen 12–17 år såg en ökning i rökningens frekvens från 3,8 procent år 2010 till 5,0 procent år 2013. Man fann inte någon förändring i den nedåtgående trenden för dagligrökare i åldern 14 år och över, sedan varumärkesförbudet genomfördes. Antalet dagligrökare samt sällanrökare i åldern 12–17 år har nått den högsta nivån på sju år efter att varumärkesförbudet infördes. Vidare ökade andelen tonåringar av de som var rökare år 2013.

Vad gäller utgifterna för tobak på federal nivå redovisar Australian Bureau of Statistics data över nationalräkenskaperna. Siffror från dessa visar att introduktionen av varumärkesförbudet knappast har påverkat den nedåtgående trenden för tobaksutgifter. Det skedde ingen påverkan på trenden under år 2013, d v s året efter att varumärkesförbudet infördes. Utgifterna på tobak sjönk med 2,9 procent år 2010, men med 0,9 procent år 2013. Under 2014 sjönk dock utgifterna mer kraftigt, vilket delvis kan ha berott på en höjning av punktskatten under det året.

Australia Cancer Council, Victoria (ACC), är en nationell NGO för cancerkontroll. Organisationen rapporterar inga bevis på att den faktiska benägenheten att sluta röka har förändrats. Organisationen verkar acceptera att det inte går att visa på en ökning i antalet som slutar röka i förhållande till den långsiktiga trenden.

## Införelse av illegal respektive främmande tobak till Australien

### Illegal tobak

KPMG och tidigare andra utredare har i en serie rapporter kartlagt hur tobaksrökningen i Australien fördelar sig på olika kategorier. Styrkan i deras rapporter är metoden: man plockar upp cigarettpaket från marken. Genom att man "går ned på golvet" och plockar upp askar från de cigaretter som faktiskt röks, undviks subjektiva bedömningar från studier där man i telefonintervjuer frågar människor om deras användning av illegal/sekundär tobak. KPMG:s metod för plockstudier har använts under ett antal år och i många länder vilket gör att metoden förfinats och lämpar sig väl för att fånga förändringar över tid.

Huvudsakliga poänger från KPMG:s rapport från oktober 2013 är att den illegala marknaden har nått sin högsta nivå någonsin och svarar för 13,3 procent av all tobak. Kostnaden för denna illegala tobak motsvarar 1 miljard australiska dollar (omkring 6,6 miljarder kronor). Den illegala tobaken har trendmässigt gått uppåt sedan man började mäta år 2007. Rapporten innehåller en plockstudie över tomma paket plockade från 16 städer i landet. Illegala importerade cigaretter utgör nu 60 procent av den illegala marknaden. Illegala cigaretter växte med 154 procent i förhållande till fjolåret. Med tanke på att Australien är en ö utan landgränser till andra länder är den rapporterade utvecklingen ganska dramatisk.

KPMG:s motsvarande rapport från 2014 visar att förekomsten av illegal tobak är på sin högsta nivå under de sju år rapporten gjorts. Den uppgår 2014 till 14,3 procent och har gått från 11,5 år 2012, vilket var året som varumärkesförbudet infördes och då även en nedåtgående trend i illegal tobak bröts. Data visar alltså på att trenden i ökad användning av illegal tobak fortsätter efter varumärkesförbudet och dessutom att andelen Contraband i den illegala marknaden ökar kraftigt. Contraband är legalt sålda cigarettvarumärken utomlands som importeras och som säljs utan skattepåslag, vilket gör dem väsentligt billigare än legala cigaretter.

En kritik av KPMG:s plockstudier utgör "Quit Victoria, Critique of Illicit tobacco in Australia: half year report, 2014 by KPMG LLP" från år 2014. Rapporten är skriven av Cancer Council Victoria. Man anför argument mot plockstudier, exempelvis att utländska paket av olika anledningar är överrepresenterade bland paket som hittas på allmänna platser (turister är exempelvis mer ute på stan och röker mer ute än hemma, de skräpar ned mer).

Michelle Scollo, Megan Bayly och Melanie Wakefield (2014), utvärderar hur tillgången till olaglig tobak påverkats av varumärkesförbudet. Cirka 300 butiker uppsöktes och man frågade där om att få köpa "cheap whites"<sup>5</sup>, före och efter införandet av varumärkesförbudet. Resultatet pekar på att inga mätbara förändringar skett i hur lätt det var att köpa Cheap whites före och efter lagändringen. Detta resultat är emellertid inte särskilt förvånande med tanke på att kategorin Cheap Whites enligt KPMGs plockstudier minskat kraftigt och ersatts av Contraband under senare år.

Scollo et al (2015) genomförde även en nationell telefonundersökning från april 2012 till mars 2014 för att täcka in perioden före och efter införandet av varumärkesförbudet. De fann inget stöd för att förekomsten av cheap whites (unbranded) eller contraband hade ökat. Studien lyckades inte kvantifiera

---

<sup>5</sup> Cheap Whites är illegalt införda (ingen skatt betald) men i utlandet lagliga märken av mindre känd sort

den sammantagna marknadsandelen för illegal tobak, men menar att resultaten är i linje med det estimat på 3,6 % som Australiens nationella drogstrategi-organs rullande hushållsenkät visar.

## Attityden till cigarettpaketens utformning och varningsetiketter

En stor del av forskningen/utvärderingen av varumärkesförbudet har koncentrerats till att studera konsumenters attityder till den grafiska utformningen av förpackningar och etiketter. Bland annat ägnar Tobacco Control som är en forskningstidskrift för tobakskontroll sitt aprilnummer 2015 åt varumärkesförbudet med fokus på attityder till förpackningarna och hur dessa påverkat inställningen till tobak och att sluta röka.

New South Wales (NSW) Cancer Institute Tobacco Tracking Survey (CITTS 2014), är ett australiskt offentligt finansierat institut för cancer-kontroll. I en undersökning visade data att hälsovarningar uppmärksammas mindre sedan introduktionen av varumärkesförbudet. Antalet rökare som röker mer än 11 cigaretter om dagen har ökat efter varumärkesförbudet

Innan förslaget om varumärkesförbudet genomfördes fanns det en hel del litteratur kring de förväntade effekterna av varumärkesförbudet. En tidig studie, Beede och Lawson (1992), rapporterar att ungdomar har lättare för att komma ihåg hälsovarningar när de presenteras på förpackningar utan varumärken. Mera nyligen har Bansa-Travers m fl (2011) och Gallopel-Morvan m fl (2013) utifrån laboratorie-experiment argumenterat för att förpackningar utan varumärken är mindre attraktiva för konsumenter och att dessa paket i större utsträckning gör att konsumenter funderar över hälsorisker.

Ytterligare en studie är "Evaluation of the health warnings and explanatory messages on tobacco products", en rapport skriven på uppdrag av federala Department of Health and Aged Care. Rapporten, från år 2000, är en utvärdering av allmänhetens reaktion på hälsovarningsetiketter. Man fann här att "medvetenheten om hälsovarningar på cigarettpaket är närmast universell", alltså innan att varumärkesförbudet infördes.

Att så många undersökningar ägnar sig åt att studera konsumenters attityder till förpackningar snarare än att fokusera mer direkt på rökvanor har kritiserats. McKeganey (2014) finner att den överväldigande majoriteten av studier som citeras, och som framställer bevis på att varumärkesförbudet kommer att reducera rökning, inte mäter själva rökningen. I stället fokuserar dessa studier på hur varumärkesförbudet kan påverka kognitiva variabler: varseblivningar, attityder, ståndpunkter – vilka i sin tur antas påverka själva rökandet.

## Slutsatser – forskning

### *Effekter på rökningen generellt*

Det verkar inte finnas några starka belägg för att varumärkesförbudet haft en separat påverkan på röktrenden i Australien. De studier som gjorts har riktat in sig på att studera hushållens tobaksutgifter respektive rökvanor. De har generellt inte identifierat någon separat effekt på utgifter eller rökningen efter kontroll för prisutveckling och den nedåtgående långsiktiga trenden i utgifter/rökningsprevalens.

En generell utmaning för dessa kvantitativa studier är att det bara har gått drygt två år sedan förbudet infördes.

De Australiensiska delstaterna har gjort flera studier inriktade på att via enkätundersökningar undersöka hur rökningen utvecklats och resultaten är delvis motstridiga förutom att det inte finns

mycket som tyder på att den generella trenden i andelen som röker har påverkats. Däremot finns flera tecken på att ungdomar inte tycks minska sin rökning men dessa studier har generellt sett inte kontrollerat för prisförändringar eller långsiktiga trender i rökningen.

#### *Effekter på illegala marknaden för tobak*

De mest systematiska, omfattande och återkommande studierna av förekomsten av illegala cigaretter/tobak som utförts av Konsultföretaget KPMG och andras plockstudier pekar på att andelen illegala respektive billiga cigaretter trendmässigt fortsätter att öka. Andra studier som bygger på butiksundersökningar av förekomst av illegala cigaretter pekar på att varumärkesförbudet inte har haft någon stor effekt på förekomsten av illegala cigaretter, men dessa studier har varit förhållandevis begränsade i sina angreppssätt. Ett undantag är en studie baserad på en omfattande telefonenkät under 2012-2014 som visar att varumärkesförbudet inte påverkat den illegala marknads storlek. Forskning baserad på plockstudier respektive telefonenkäter om vilka cigarettmärken respondenten röker tycks ge förhållandevis stora skillnader i estimaten av den illegala marknads storlek, vilket är ett problem för den forskningsbaserade bilden av hur verkligheten ser ut.

#### *Attityder till förpackningarna*

En anmärkningsvärt stor del av forskningen/utvärderingen av varumärkesförbudet har koncentrerats till att studera konsumenters attityder till den grafiska utformningen av förpackningar och etiketter, vilket bara är indirekt kopplat till rökningens frekvens. Generellt visar dessa att konsumenter reagerar negativt på förpackningarna och tar till sig hälsovarningar vilket antas påverka deras ställningstaganden kopplat till beslut om rökning. Denna forskning kan emellertid inte besvara den mera direkt intressanta frågan om effekterna av varumärkesförbudet på rökningen.

# Litteraturlista

Al-Hamadani, M, (2013) The Effect of Cigarette PP on Individuals Health Warning Recall. *Healthcare Policy* 8 3 68-77

“Assessment of the Potential Impact of Standardised Packaging on the Illicit Market.” HM Revenue and Customs, 2014

Australia Cancer Council, Victoria (ACC).

Australian National Accounts: National Income, Expenditure and Product, Jun 2014. Australian Bureau of Statistics data (ABS).

Bansal-Travers, M., Hammond, D., Smith, P., and Cummings, K. M. (2011). The impact of cigarette pack design, descriptors, and warning labels on risk perception in the us. *American journal of preventive medicine*, 40(6):674–682.

Beede, P. and Lawson, R. (1992). The effect of plain packages on the perception of cigarette health warnings. *Public health*, 106(4):315–322. FDA (2008). Diabetes mellitus: Developing drugs and therapeutic biologics for treatment and prevention (Guidance for Industry). <http://www.fda.gov/downloads/Drugs/Guidances/ucm071624.pdf>.

Borland, R., Savvas, S., Sharkie, F., Moore, K. (2013) The Impact of Structural Packaging Design on Young Adult Smokers perceptions of Tobacco Products *Tobacco Control* 22 2 97-102

Borland R., Savvas, S (2013) The Effects of Variant Descriptions on the Potential Effectiveness of PP Tobacco Control doi:10.1136/tobaccocontrol-2012

Davidson, Sinclair och da Silva, Ashton (2014) “The Plain Truth about PP: An Econometric Analysis of the Australian 2011 Tobacco PP Act.” *Agenda*, Volume 21, Issue 1, p. 39.

Deloitte., Illicit trade of tobacco in Australia: Report for 2011: A report prepared for British American Tobacco Australia Limited, Philip Morris Limited and Imperial Tobacco Australia Limited, May 2012, 2012, Prepared for British American Tobacco Australia Limited, Philip Morris Limited and Imperial Tobacco Australia Limited: Sydney.

Deloitte. Illicit trade of tobacco in Australia: Update for 2012: a report prepared for British American Tobacco Australia Limited, Philip Morris Limited and Imperial Tobacco Australia Limited. Sydney: British American Tobacco Australia, December 2012.

Dunnion, K (2011) Decision Notice Scottish Information Commissioner Decision 129/2011 Philip Morris International and University of Stirling Whether a Request was Vexatious Ref No 201100481 <http://www.itspubliknowledge.info/UploadedFiles/Decision129-2011.pdf>

“Early evidence about the predicted unintended consequences of standardised packaging of tobacco products in Australia.” *BMJ Open* 2014

EnviroNics Research Group (2008) Consumer Research on the Size of health Warning Messages quantitative Study of Canadian Adult Smokers Prepared for Health Canada

“Evaluation of the health warnings and explanatory messages on tobacco products.” Department of Health and Aged Care, October 2000.

Ford, A., MacKintosh, A., Moodie, C., Richardson, S., Hastings, G. (2013) Cigarette Pack Design and Adolescent Smoking Susceptibility: A Cross Sectional Survey *BMJ Open* 3 e003282

Ford, A., Moodie, C., MacKintosh, A., Hastings, G. (2013) How Adolescents Perceive Cigarette Packaging and Possible Benefits of PP Education and Health 31 2 83-88

Gallopel-Morvan, K., Gabriel, P., Le Gall-Ely, M., Rieunier, S., and Urien, B. (2013). PP and public health: The case of tobacco. *Journal of Business Research*, 66(1):133– 136. IARC Handbooks of Cancer Prevention (2008). **Methods for evaluating tobacco control policies**. International Agency for Research on Cancer. IARC Working Group on Methods for Evaluating Tobacco Control Policies and International Agency for Research on Cancer and others.

Geller, M. (2014) Australia tobacco sales edge up despite PP –industry. <http://www.reuters.com/article/2014/03/24/tobacco-data-idUSL2NoMl1D720140324>

Germain, D., Wakefield, M., Durkin, S. (2010) Adolescents Perceptions of Cigarette Brand Image Does PP Make a Difference *Journal of Adolescent Health* 46 4 385-392

Godlee, F., Malone, R., Timmis, A., Otto, C., Bush, A., Pavort, P., Groves, T. (2013) Journal Policy on Research Funded by the Tobacco Industry *British Medical Journal* 347:f5193

Goldberg, M., Liefeld, J., Kindra, G., Madhill-Marshall, J., Madill-Marshall, J., Lefebvre, J., Martohardjono, N., Vredenberg, H. (1995) When Packages Can't Speak: Possible Impacts of Plain and Generic Packaging of Tobacco Products. Report of the Expert Panel to Health Canada. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/rce50d00>

Gould M (2002) Charity Calls for Ban on Tobacco Industry Funding of Research. *British Medical Journal* 325 (7358) 238

Hammond, D., Parkinson, C. (2009) The Impact of Cigarette Package Design on Perceptions of Risk *Journal of Public Health* 3 345-353

Hatchard, J., Fooks, G, Evans-Reeves, A., Ulucanlar, S., Gilmore, A (2014) Public health A critical evaluation of the volume, relevance and quality of evidence submitted by the tobacco industry to oppose standardised packaging of tobacco products *BMJ Open* 2014;4:e003757 doi:10.1136/bmjopen-2013-003757

Health Statistics New South Wales.

Health and Wellbeing of Adults in Western Australia (2012 and 2013). Government of Western Australia, Department of Health and Wellbeing.

“Historical trends in Australian tobacco consumption: A case study.” EY, 2014.

House of Commons Science and Technology 8th Report of Session 2009-2010 The Disclosure of Climate Data from the Climatic Research Univ University of East Anglia. Stationery Office

Kaul, Ashok och Wolf, Michael (2014) “The (Possible) Effect of PP on Smoking Prevalence in Australia: A Trend Analysis.” University of Zurich, Department of Economics, Working Paper No. 165. <http://ssrn.com/abstract=2460704> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2460704>.

“Key Smoking Statistics for South Australia 2013.” South Australian Health & Medical Research Institute.

KPMG LLP, Illicit tobacco in Australia: 2013 half year report, 2013: Sydney.

KPMG LLP. Illicit tobacco in Australia: 2013 full-year report. Sydney 2014.

KPMG LLP. Illicit tobacco in Australia: 2014 half year report. Sydney 2014.

Laverty, A. A., Watt, H. C., Arnott, D., and Hopkinson, N. S. (2014). Standardised packaging and tobacco-industry-funded research (Correspondence). *The Lancet*, 383(9926):1384. 10

McKeganey (2014) “Tobacco PP: evidence based policy or public health advocacy?” Centre for Drug Misuse Research.

Moodie C., Angus, K., Stead, M., Bauld, L. (2013) PP Research: An update Tobacco Control Research Centre University of Stirling

Moodie, C., Bauld, L., Stead, M. (2013) UK government’s delay on plain tobacco packaging: how much evidence is enough? *British Medical Journal* 2013;347:f4786

Moodie, C., Stead, M., Bauld, L., McNeil, A., Angus, K., Hinds, K., Kwan, I., Thomas, J., Hastings, G. (2012) Plain Tobacco Packaging A Systematic Review. Report prepared for the Department of health Stirling Centre for tobacco Control Research

Morriss, Julian (2014) “Smoking, PP, and public health.” Adam Smith Institute.

Munafao, M., Roberts, N., Bauld, L., Ute, L. (2011) PP Increases Visual Attention to health Warnings on Cigarette Packs in Non Smokers and weekly Smokers but Not Daily Smokers *Addiction* 106 8 1505-1510

New South Wales (NSW) Cancer Institute Tobacco Tracking Survey (CITTS).

Pappas, R. S., Polzin, G. M., Watson, C. H., Ashley, and D. L. (2007). Cadmium, lead, and thallium in mainstream tobacco smoke particulate. *Food and Chemical Toxicology*, 44(5), 714-723.

Pappas, R.S., Polzin, G.M., Zhang, L., Watson, C.H., Paschal, D.C., and Ashley, D.L. (2006). Cadmium, lead, and thallium in mainstream tobacco smoke particulate. *Food & Chemical Toxicology*, 44, 714-723

Pechey, R., Spiegelhalter, D., Marteau, T. (2013) Impact of PP of Tobacco Products on Smoking in Adults and Children: An Elicitation of International Experts Estimates. *BMC Public Health* 13, 18

“Queensland Health.” Cancer Council Queensland, 2014

Quit Victoria, Illicit trade of tobacco in Australia: a report prepared by Deloitte for British American Tobacco, Philip Morris Ltd and Imperial Tobacco: a critique prepared March 2011, updated August and November 2011, 2011, Cancer Council Victoria: Melbourne, Australia.

Quit Victoria, Illicit trade of tobacco in Australia: a report prepared by Deloitte for British American Tobacco, Philip Morris Ltd and Imperial Tobacco: a critique prepared May 2012, 2012, Cancer Council Victoria: Melbourne, Australia.

Quit Victoria, Critique of, Illicit tobacco in Australia: half year report, 2013 by KPMG LLP, 2013, Cancer Council Victoria: Melbourne, Australia.

Quit Victoria, Critique of, Illicit tobacco in Australia: full year report, 2013 by KPMG LLP, 2014, Cancer Council Victoria: Melbourne, Australia.

Quit Victoria, Critique of, Illicit tobacco in Australia: half year report, 2014 by KPMG LLP, 2014, Cancer Council Victoria: Melbourne, Australia.

Ramunno, S., Mandeville, K., Yarrow, K. (2013) The Effect of PP on Attention to health Warnings The Lancet 380 November Supplement S5 .

Roy Morgan Research (2012). How we collect and process Single Source data in Australia. Melbourne (Australia). Roy Morgan Research. <http://www.roymorgan.com/products/single-source/single-source-fact-sheets>.

Scollo M, Bayly M, and Wakefield M. Availability of illicit tobacco in small retail outlets before and after the implementation of Australian PP legislation. Tobacco Control, 2014. <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2014/04/10/tobaccocontrol-2013-051353.abstract>

Scollo M, Bayly M, and Wakefield M. Availability of chop-chop in Victorian tobacconists following introduction of PP. Australian & New Zealand Journal of Public Health, 2014; 38(3):293-4. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24890492>

Scollo M, Zacher M, Durkin S, and Wakefield M. Early evidence about the predicted unintended consequences of standardised packaging of tobacco products in Australia: a cross-sectional study of the place of purchase, regular brands and use of illicit tobacco. BMJ Open, 2014; 4(8). <http://bmjopen.bmj.com/citmgr?gca=bmjopen%3B4%2F8%2Fe005873>

Scollo M, Zacher M, Coomber K, Wakefield M (2015). Use of Illicit Tobacco following introduction of standardized packaging of tobacco products in Australia: results from a national cross-sectional survey. Centre for Behavioral Research in Cancer, Cancer Council Victoria, Melbourne

“Self Reported Health Status (2012 and 2013).” Queensland Department of Health.

“Smokefacts” Roy Morgan Incidence Report.

Stephens, W.E., Calder, A., and Newton, J. (2005). Source and health implications of high toxic metal levels in Illicit tobacco products. Environmental Science Technology, 39, 479-488.

Telegraph (2014) Australia tobacco sales increase despite PP. Telegraph Newspaper 28 March

“The Australian National Drug Strategy Household Survey (NDSHS).” Australian Institute of Health and Welfare (AIHW)

Wakefield. M., Germain, D., Durkin, S. (2008) How Does Increasingly Plain Cigarette Packaging Influence Adult Smokers Perceptions about Brand Image? An Experimental Study Tobacco Control 17 6 416-421

Young, J. M., Stacey, I., Dobbins, T. A., Dunlop, S., Dessaix, A. L., and Currow, D. C. (2014). Association between tobacco PP and quitline calls: a population-based, interrupted time-series analysis. **The Medical Journal of Australia**, 200(1):29–32.

