

31. august 2016

TV 2|DANMARK A/S
Teglholms Allé 16
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Telefon 33 95 42 00

post@slks.dk
www.slks.dk

Klage over reklame for Smoke-it e-cigaretter sendt på TV 2

Sammendrag

Forbrugerombudsmanden har oversendt to klager fra henholdsvis Brian Deth Melchiorson af 29. januar 2016 og fra Charlotte Elisabeth Aakerman af 11. april 2016. Begge klager angår reklamen Smoke-it e-cigaretter sendt på TV 2 i januar 2016.

Radio- og tv-nævnet har nu, efter at have forelagt sagen for Forbrugerombudsmanden og Sundhedsstyrelsen, taget truffet afgørelse om, at reklamen er udformet i strid med § 1 i markedsføringsloven, hvorefter erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringsskik og § 3, stk. 1, hvorefter erhvervsdrivende ikke må anvende vildledende eller urigtige angivelser overfor forbrugerne, og at reklamen er i strid med § 7, stk. 1 og 2, i reklamebekendtgørelsen, hvorefter al reklame i radio og fjernsyn bl.a. skal være lovlig, sømmelig, hæderlig, være udformet med behørig social ansvarsfølelse samt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Sagens oplysninger

Klager nr. 1 anfører, at reklamens påstand "Det dør du ikke af" er falsk. Det anføres, at undersøgelser har vist, at e-cigaretter er mindre skadelige end traditionelle cigaretter, men ikke 100 pct. ufarlige. Herudover anfører klager nr. 1, at reklamer for nikotintyggegummi ikke vil anspore børn til at begynde at ryge, men at der med e-cigaretter er større risiko for, at børn begynder at ryge.

Klager nr. 2 anfører om reklamens påstand "Det dør du ikke af", at det ifølge klager er bevist, at e-cigaretter er "sundere" end almindelige

cigaretter, men at de sundhedsskadelige konsekvenser af dampene fra e-cigaretter endnu ikke er klarlagte.

Det skal derfor vurderes, om reklamen er udformet i strid med § 1 og § 3, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 1216 af 25. september 2013 af lov om markedsføring (markedsføringsloven), hvorefter erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringskik, og hvorefter reklamen ikke må være vildledende. Endvidere skal det vurderes, om reklamen er udformet i strid med § 7, stk. 1 og 2, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen), hvorefter al reklame i radio og fjernsyn skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig samt være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Beskrivelse af reklamen

TV 2 har som bilag til hørings svar af 9. marts 2016 indsendt reklamen for Smoke-it, der har en varighed af 20 sekunder.

Reklamen indledes med en sort skærm og nogle bankelyde, mens man hører speakeren sige "Hey du der". Så er der igen et par bankelyde, hvorefter speakeren kort efter siger "ja, dig".

Herefter ses et billede af nogle festklædte mennesker, mens speakeren fortsætter: "Har du glemt noget fra nytårsfesten – måske et lille nytårsforsæt om at stoppe med at ryge?". Der toner et billede af et Smoke-it startsæt frem, mens speakeren siger: "Du kan stadig nå det. Med et e-cigaret startsæt fra Smoke-it til halv pris fra kun 199 kr."

Så fades der til et danmarkskort tegnet med tynd hvid streg på en sort baggrund, hvor der med grønne logoer er vist den omtrentlige beliggenhed af selskabets forretninger i Danmark, mens speakeren siger: "Skynd dig ind i en af Smoke-it's 12 butikker eller køb hjælp til dit nytårsforsæt på 'smoke bindestreg it dk'. Smoke-it – det dør du ikke af".

Så fades der over til et skærmbillede med hvid baggrund og logoet for Smoke-it, skrevet med store sorte bogstaver. Herunder er teksten "electronic cigarettes", og med småt nederst på billedet findes en henvisning til www.smoke-it.dk.

Hørings svar

TV 2

TV 2 har i sit hørings svar af 9. marts 2016 anført, at der ikke på tidspunktet for reklamens udsendelse fandtes noget forbud mod at

sælge og markedsføre denne type produkter, som ikke indeholder nikotin. Tobaksprodukter *med* nikotin kræver derimod godkendelse fra Sundhedsstyrelsen anføres det af TV 2.

Derudover bemærker TV 2, at stationen har opfattet reklamens udsagn "Det dør du ikke af" som en humoristisk reference til et fast udtryk, som normalt bruges ved opfordring til at gøre noget, der ikke er forbundet en større risiko med.

TV 2 anfører, at der med udsagnet ikke følger nogen garanti for, at der ikke kan være sundhedsrisiko forbundet ved at bruge produktet, men at udsagnet alene understreger, at brugen af e-cigaretter udgør en mindre fare for helbredet end almindelig cigaretrykning. Intet i reklamens speak eller billedside indikerer, at der med produktet ydes en garanti mod sundhedsmæssige konsekvenser ved dets anvendelse.

Samlet set er det TV 2s opfattelse, at reklamen er i overensstemmelse med den dagældende lovgivning, herunder markedsføringsloven § 3 om vildledende og utilbørlig markedsføring.

Smoke-it

Annoncøren er i skrivelse af 9. marts 2016 fremkommet med følgende bemærkninger til klagen:

Smoke-it bemærker ligeledes, at ikke-nikotinholdige e-cigaretter lovligt på tidspunktet for reklamens udsendelse lovligt kunne markedsføres og sælges i Danmark.

Til selve reklamen anføres det, at reklamens underliggende budskab er, at e-cigaretter – ligesom f.eks. slik eller lign. – kan hjælpe i forbindelse med rygestop.

Smoke-it bemærker herudover, at der ikke er videnskabeligt bevis for, at e-cigaretter ikke er sundhedsskadelige, men at det til trods herfor heller ikke findes bevis for at ikke-nikotinholdige e-cigaretter *er* sundhedsskadelige.

Budskabet "Det dør du ikke af" er et løsthængende *tagline*, der ikke har til formål at give seerne en garanti af nogen form. Det må forventes, at de fleste folk forstår, at taglinen referer til, at det er godt for helbredet at stoppe med at ryge. Derimod vil det ligge uden for en naturlig forståelse af taglinen at opfatte den som en garanti for, at der ikke kan være sundhedsskadelige virkninger af at bruge produktet.

Samlet set er det Smoke-it's vurdering, at reklamen ikke indeholder urigtige oplysninger, og at den er udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Forbrugerombudsmanden

I henhold til § 37, stk. 2, 2. pkt., i reklamebekendtgørelsen, indhenter Radio- og tv-nævnet en udtalelse fra Forbrugerombudsmanden i sager af forbrugeretlig relevans forinden afgørelse træffes.

Efter sit møde den 21. juni 2016 fremsendte nævnet sit udkast til afgørelse i sagen til Forbrugerombudsmanden. Det skete den 5. juli 2016. Forbrugerombudsmanden har i brev af 3. august 2016 svaret, at hun ikke har bemærkninger til nævnets afgørelse.

Sundhedsstyrelsen

I henhold til § 37, stk. 2, 1. pkt., indhenter nævnet i henhold til lov om markedsføring af sundhedsydelser en udtalelse fra Sundhedsstyrelsen. Til trods for, at reklamen for Smoke-it ikke vedrører en sundhedsydelse, besluttede nævnet på sit møde den 21. juni 2016 at give Sundhedsstyrelsen mulighed for at udtale sig i sagen.

Ved brev af den 12. juli 2016 har Sundhedsstyrelsen oplyst følgende:

"Sundhedsstyrelsen forholder sig i sin udtalelse til mulige sundhedsrisici forbundet med brugen af e-cigaretter.

Der eksisterer endnu ikke videnskabelige studier, der gør det muligt at vurdere de sundhedsmæssige konsekvenser af brugen af e-cigaretter, hverken med eller uden nikotin, på lang sigt.

Undersøgelser har fundet kræftfremkaldende og sundhedsskadelige stoffer i e-væsker og e-dampe. E-væsker, også uden nikotin, kan indeholde stoffer, der kan forårsage irritation og udslæt. Der er eksempelvis risiko for en allergisk reaktion forårsaget af smagsstofferne i e-væsken.

Det tyske statsinstitut for risikovurdering, Bundesinstitut für Risikobewertung, BfR, har vurderet, at e-cigaretter ikke kan betragtes som sikre i relation til helbredsskader. Det skyldes blandt andet de mulige helbredsmæssige konsekvenser ved inhalering af stoffer såsom propylenglycol og glycerin samt forskellige aroma- og smagsstoffer. Stoffer, der også findes i de e-væsker, der ikke indeholder nikotin.

Som et eksempel på en anden komponent i e-væske kan nævnes propylenglycol. Dette bruges til mange forskelligartede formål, eksempelvis som fugtgiver i tandpasta, tilsætningsstof i fødevarer eller

i flydende kølesystemer. Det bruges således i hverdagsprodukter, hvor det oftest optages i kroppen gennem kontakt med huden eller ved indtagelse gennem munden. Når det optages i kroppen ved brug af e-cigaretter, sker det ved inhalering. Der foreligger ikke evidens for, hvad det på langt sigt betyder for brugerens helbred, og særligt brugerens lunger og mundhule, når vedkommende dagligt eller jævnligt inhalerer propylenglycol i dampform.

Det er bl.a. på baggrund af ovenstående, at Sundhedsstyrelsen vurderer, at der er en betydelig usikkerhed om potentielle sundhedsmæssige konsekvenser ved at anvende e-cigaretter med og uden nikotin, og at det således ikke kan siges med sikkerhed, at det er risikofrit at benytte e-cigaretter.

Sundhedsstyrelsen anbefaler ikke brug af e-cigaretter, hverken med eller uden nikotin."

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 255 af 20. marts 2014, på sit møde den 21. juni 2016 behandlet sagen og skal udtale:

TV 2 er ansvarlig for, at reklamer i tilladelseshaverens programvirksomhed overholder radio- og fjernsynslovgivningen. Udgangspunktet er, at reklamer anses som beskyttede af den kommercielle ytringsfrihed. Både adgangen til at reklamere samt indholdet af reklamers udsagn er omfattet af begrebet.

Radio- og tv-nævnet finder, at Smoke-it på tidspunktet for reklamens udsendelse i januar 2016 var berettiget til at markedsføre produktet, der ikke indeholder nikotin, eftersom der ikke gjaldt et forbud herimod.

Senere er der ved lov nr. 426 af 18. maj 2016 om elektroniske cigaretter m.v., der trådte i kraft 7. juni 2016, indført et generelt forbud mod at markedsføre e-cigaretter, jf. § 16 i loven. Loven implementerer et EU-direktiv af 3. april 2014 (2014/40/EU). Forbuddet omfatter e-cigaretter med og uden nikotin. Nærværende afgørelse er truffet ud fra de regler, der var gældende på tidspunktet for reklamens udsendelse.

Det fremgår af § 7, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen, at reklamer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester, som al anden reklame skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og udformet med behørig social ansvarsfølelse. Efter bestemmelsens stk. 2, skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Det følger af § 1, stk. 1, i markedsføringsloven, at erhvervsdrivende omfattet af denne lov skal udvise god markedsføringsskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser. Efter bestemmelsens stk. 2 må markedsføring, der angår forbrugernes økonomiske interesser, ikke være egnet til mærkbart at forvride deres økonomiske adfærd. Endvidere følger det af markedsføringslovens § 3, stk. 1, at erhvervsdrivende ikke må anvende vildledende eller urigtige angivelser eller udelade væsentlige informationer, såfremt dette er egnet til mærkbart at forvride forbrugernes eller andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd på markedet.

En markedsføring skal vurderes ud fra det helhedsindtryk, som den er egnet til at give forbrugeren. Der skal gives et rigtigt, balanceret og loyalt helhedsindtryk af varen, der markedsføres. Det er her afgørende, om budskabet "*Det dør du ikke af*" er misvisende eller ej.

Nævnet lægger til grund, at der hersker en betydelig usikkerhed om sikkerheden ved at anvende produkterne – især i længere tid. Således har Kommissionen i henhold til artikel 20 i tobaksdirektivet aflagt en rapport af 20. maj 2016, om *de potentielle risici for folkesundheden ved anvendelse af genopfyldelige elektroniske cigaretter*, påpeget en række risici ved brugen af e-cigaretter.

Derudover har Sundhedsstyrelsen i sin udtalelse til nævnet oplyst, at der endnu ikke eksisterer videnskabelige langtidsstudier, der gør det muligt at vurdere de sundhedsmæssige konsekvenser af brugen af e-cigaretter på langt sigt. Undersøgelser har fundet kræftfremkaldende stoffer og sundhedsskadelige stoffer i e-væsker og e-dampe. Sundhedsstyrelsen henviser til, at det tyske statsinstitut for risikovurdering, har vurderet, at e-cigaretter ikke kan betragtes som sikre i relation til helbredsskader. Sundhedsstyrelsen anbefaler ikke brug af e-cigaretter, hverken med eller uden nikotin.

Nævnet finder på denne baggrund ikke, at der kan fremføres bevis for, at reklamens budskab "*Det dør du ikke af*" er sandt, og at dette budskab derfor efterlader et uberettiget indtryk af, at det er risikofrit at benytte e-cigaretter.

Derfor finder nævnet, at reklamen er vildledende og derfor i strid med markedsføringsloven § 1 og § 3, stk. 1, og at den er udformet i strid med reklamebekendtgørelsen § 7, stk. 1 og stk. 2.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE

Reklamen for Smoke-it, der er sendt på TV 2, er i strid med § 1 og § 3, stk. 1, i lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 1216 af 25. september 2013 og er udformet i strid med § 7, stk. 1 og 2, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.



Mads Bryde Andersen
formand

/Tomas Kærup
nævnsssekretær

Kopi til:

Brian Deth Melchiorson og Charlotte Elisabeth Aakerman