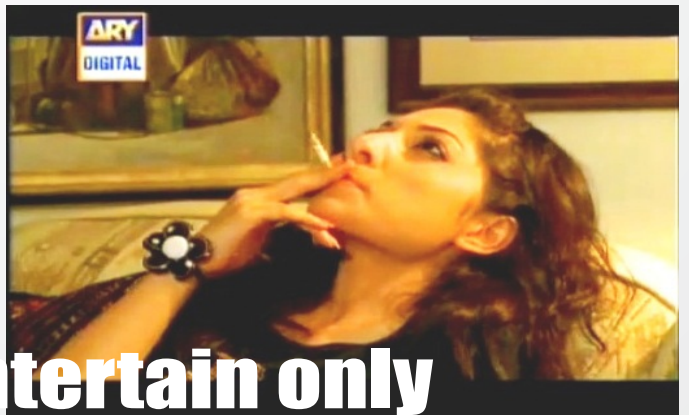


# NEWSLETTER

Issue 3, Vol-1(Jan-March, 2012)

## MONITORING OF TOBACCO ADVERTISING, PROMOTION & SPONSORSHIP (TAPS)



**....Please Entertain only  
Don't Market Cigarettes !**



**TheNetwork**  
for Consumer Protection



**دی نیٹ ورک**  
ادارہ برائے تحفظ صارفین

## Point of Sale Tobacco Promotion (A Report):

Since the ban on tobacco advertising in electronic and print media and anti tobacco movements are getting strengthened worldwide the tobacco industry has shaped up its strategies to promote tobacco products in a more modern way.

Tobacco companies worldwide fix big budgets for marketing and promotion which is certainly



prominent than annual health budgets of developing countries.

Since the big bill boards, Television and Radio ads are talk of the past, the tobacco companies have adopted modern marketing modes to entice smokers especially young consumers.

During past decade, comprehensive and strengthened tobacco control movements emerged. Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) and ban on direct tobacco promotion in electronic and print media at countries' level suppressed unchecked tobacco marketing.

The market survey and clever tobacco industry retrod itself with modern tobacco marketing emphasizing to enhance consumer understanding regarding products.

Tobacco industry has started focusing on "Point of Sale" by building

## دکانوں پر تمباکو کی تشہیر (ایک رپورٹ):

جب سے پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا میں تمباکو کی تشہیر پر پابندیاں بڑھیں ہیں اور انسداد تمباکو نوشی کی مہمات میں تیزی آئی ہے تمباکو کمپنیوں نے اپنی مصنوعات کی تشہیر کے لئے نئے ہتھکنڈے آزمانے شروع کیے ہیں۔

دنیا بھر میں تمباکو کمپنیاں اپنی تشہیر کے لئے بڑی رقمات مختص کرتی ہیں جو



کہ یقیناً بہت سے ترقی پذیر ممالک کے سالانہ صحت کے بجٹ سے قابل ذکر حد تک زیادہ ہے۔

آج کے دور میں تمباکو کے اشتہارات کے بڑے بل بورڈز اور ٹیلی ویژن اور ریڈیو کمزور ماضی کی بات لگتے ہیں کیونکہ تمباکو کمپنیاں نوجوان صارفین کو متوجہ کرنے کے لئے جدید تشہیری ذرائع استعمال کر رہی ہیں۔

گزشتہ ایک عشرے کے دوران، انسداد تمباکو نوشی کے لئے جامع پروگرام اور مہمات ترتیب دی گئی ہیں فریم ورک کنونشن آن ٹو بیکو کنٹرول (FCTC) اور مختلف ممالک میں تمباکو کی پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا میں



تشہیر پر مکمل پابندی تمباکو مصنوعات کی کھلم کھلا تشہیر کو کسی حد تک دبانے میں کامیاب ہوئے ہیں چنانچہ ٹو بیکو انڈسٹری نے جدید ٹو بیکو مارکیٹنگ جس میں صارف کی تمباکو کی مصنوعات کے بارے میں آگاہی میں اضافہ کیا جاتا ہے کو اپنایا۔



relationship with retailers and consumers directly.

Tobacco industry is promoting its business on modern marketing principles. The marketing based on "5 Ps" including product, price,



packaging, promotion and Place. The "place" (point of sale) is the most significant source of marketing for tobacco industry. The point of sale advertising is a mean to direct communication with consumer and retailers also. POS has become an outlet not only to boost product sale but also to target new consumers, mostly the youth. Point of Sale has become a place where industry is advertising and promoting its products aggressively. Advertising through product information by glamorising the brand, taste and style to attract consumers. On the other hand, retailer incentives for growth of product sale have become important.

Retailers are offered with gifts (including cash, free cigarettes, lighters, wall clocks, free trips, electronics etc) at good performance, which is most often the increase in sale and targeting new consumers to hook for lifetime.

Today, tobacco industry has built strong ties with Convenience Stores (C-stores) for consumer convenience and easy access to tobacco products. British American Tobacco (BAT) has engaged famous names globally to increase product availability; including, 7-Eleven, BP, Carrefour,



ٹوبیکو انڈسٹری نے صارف اور ریٹیلرز کے ساتھ ڈائریکٹ رابطہ بڑھاتے ہوئے پوائنٹ آف سیل کو توجہ کا مرکز بنایا۔ ٹوبیکو انڈسٹری کا کاروبار جدید مارکیٹنگ کے اصولوں پر مبنی ہے جو کہ پانچ "Ps" ہیں یہ



پانچ Ps (پی ز) پرائس پروڈکٹ، پیکجنگ، پروموشن اور پلیس (Place) ہیں۔ پلیس یعنی کہ پوائنٹ اور سیل آج کے دور میں ٹوبیکو انڈسٹری کے لئے سب سے اہم تشہیری ذریعہ ہے۔ پوائنٹ آف سیل پر تشہیر صارف اور ریٹیلر سے باہم تعلقات بڑھانے کے کام بھی آتی ہے۔ پوائنٹ آف سیل نہ صرف مصنوعات کی فروخت میں قابل ذکر اضافے بلکہ صارفین خصوصاً نوجوانوں کو ٹارگٹ کرنے کے بھی کام آتی ہے۔ یوں پوائنٹ آف سیل تمباکو کی تشہیر کا جارحانہ ذریعہ بھی بن چکا ہے۔ تمباکو کی مصنوعات کو گلیمرس انداز میں پیش کرتے ہوئے مخصوص برانڈ، ذائقے اور سٹائل کی تشہیر کی جاتی ہے۔

دوسری طرف ریٹیلرز کو فروخت بڑھانے پر گراں قدر تحائف اور دوسری پرکشش آفرز بھی کی جاتی ہیں۔ ریٹیلرز کو مختلف تحائف مثلاً کیش، فری سیگریٹ، لائٹرز، دیواری گھڑیاں، الیکٹرانکس، آئیڈمز اور مفت سیر و تفریح کے مواقع دیئے جاتے ہیں۔

عالمی سطح پر تمباکو کمپنیوں نے بڑے سپر سٹورز جنہیں سی سٹورز (C-Store) یا Convenience Stores بھی کہا جاتا ہے کے ساتھ اپنے کاروبار کو منسلک کیا ہے تاکہ صارفین تک تمباکو کی اشیاء کی فراہمی

Chevron Texaco, Couchetard, Exxon Mobil, Shell, Tesco and Walmart.

Developing countries like Pakistan are easy targets of tobacco industry where inherent gaps in tobacco control policies provide space to violate regulations and promote in a more aggressive way. Tobacco industry in Pakistan is largely promoting tobacco use through grocery, convenience stores, fuel stations and other convenience channels including pharmacies, departmental stores etc. TOBACCO, the lethal however legal, is a product most easily available in Pakistan anywhere.

The new U.S Surgeon General's Report released on March 8, 2012 states that tobacco use among youth is a "pediatric epidemic" which is not just happening by accident. Growing tobacco use among youth is a result of direct marketing and promotion of tobacco industry that entices teenagers to start tobacco use and encourages their progression to becoming regular users.



According to Surgeon General Regina Benjamin's report, tobacco industry and Convenience stores have ramped up partnership to market tobacco products and fight against tobacco control policies. Another report prepared by Campaign for Tobacco

آسان بنائی جائے۔ برٹش امریکن ٹوبیکو کمپنی British American Tobacco نے مشہور اداروں کے ساتھ معاہدے کئے ہیں جن میں

T-eleven, BP, Cheron Teyaco, Shell, Exxon اور Mobiles, Tesco Walment شامل ہیں۔



پاکستان جیسے ترقی پذیر ممالک تمباکو کی صنعت کے لئے ایک آسان ٹارگٹ ہیں۔ یہاں انسداد تمباکو نوشی کی کمزور

پالیسیاں اور قوانین انہیں خلاف ورزی کے مواقع اور تشہیر کے لئے جارحانہ انداز اپنانے کا موقع دیتے ہیں۔ پاکستان میں تمباکو کمپنیاں تمباکو کی تشہیر اور فروخت کے لئے جنرل سٹورز، گیس اور پٹرول سٹیشنز اور دوسری آسان جگہیں جن میں میڈیکل سٹور بھی شامل ہیں کو بڑے پیمانے پر استعمال کر رہی ہیں۔ تمباکو، مضر صحت ہونے کے باوجود پاکستان میں ہر جگہ باسانی دستیاب ہے۔

امریکہ کے نئے سرجن جنرل کی رپورٹ جو کہ مارچ 2012 میں ریلیز ہوئی کے مطابق نوجوانوں میں تمباکو کا استعمال ایک وبائی بیماری ہے جو کہ صرف اتفاق سے پیدا ہو رہا ہے۔ نوجوانوں میں تمباکو نوشی کا بڑھتا



ہوا رجمان تمباکو کمپنیوں کی ڈائریکٹ تشہیر کا نتیجہ ہے جو کہ نو عمر افراد کو تمباکو نوشی کی طرف متوجہ کرتی ہیں اور مستقل استعمال کے رجمان کی حوصلہ افزائی کرتی ہیں۔



Free Kids (CTFK) and American Heart Association jointly exposes that “As other forms of tobacco marketing have been restricted, tobacco companies now spend more than 90 percent of their marketing budget — nearly \$10 billion a year — to saturate convenience stores, gas stations and other retail outlets. Tobacco companies pay stores billions to ensure that cigarettes and other tobacco products are advertised heavily, displayed prominently and priced cheaply to appeal to both kids and current tobacco users”.

Point of Sale Advertising and Promotion is very effective in approaching consumers to attract. Which the tobacco advertising in media is mostly banned in Pakistan the Point of Sale marketing of tobacco products is getting popular to influence youth for tobacco use. Tobacco sale point is a place where teen agers are directly exposed to tobacco advertising and promotion. Retailers are equipped with modern tools like price discounting, free tobacco products and gifts to advertise tobacco, for only purpose; profiteering.

Every day in Pakistan, a large number of teenagers are tempted to use tobacco and catch addiction for lifetime. World No Tobacco Day 2012 (May 31<sup>st</sup>) is coming closer which once again reminds Government of Pakistan to set tobacco control in a priority agenda of this year by strengthening domestic policies for tobacco control.

### Interactive training session of volunteers on monitoring of TAPS and POS Advertising in Jhelum & Sargodha:

After successful pre-testing of indicators for the monitoring of Tobacco Advertising, Promotion and sponsorship (TAPS) in District Islamabad, Rawalpindi and Multan, the first phase of survey was commenced in District Jhelum and Sargodha.



سرجن جنرل ریجنل انجمن کے مطابق، تمباکو کمپنیوں اور سی، سٹورز (C-Stores) نے تمباکو کی اشیاء کی تشہیر کی غرض سے اور انسداد تمباکو، نوشی کی پالیسیوں کے خلاف ایک مضبوط پارٹنرشپ تشکیل دی ہے۔ ایک اور رپورٹ جو کہ کمپین فار ٹوبیکو فری کڈز (CTFK) اور امریکن ہارٹ ایسوسی ایشن نے مرتب کی ہے کے مطابق چونکہ تمباکو کی تشہیر کے بہت سے ذریعے قانوناً ممنوع قرار پائے ہیں چنانچہ تمباکو کمپنیاں 90 فیصد سے زیادہ مارکیٹنگ بجٹ (جو کہ تقریباً 10 بلین US ڈالر ہے) سی، سٹورز پٹرول اور گیس سٹیشنز اور دوسرے ریٹیل آؤٹ لٹس پر خرچ کرتی ہیں۔ تمباکو کمپنیاں ان سٹورز کو لاکھوں روپیہ صرف تمباکو کی اشیاء کی آسان دستیابی، جارحانہ تشہیر، نمایاں ڈسپلے اور کم قیمت پر نوجوان افراد اور سموکرز کو پیش کرنے کے لئے ادا کرتی ہیں۔

تمباکو کمپنیاں، دنیا بھر میں پوائنٹ آف سیل پہ تمباکو کی تشہیر اور اس کے ڈسپلے پر پابندی کے خلاف ہیں۔

پاکستان میں ہر روز نوجوان افراد کی ایک بڑی تعداد تمباکو کے نشے کی لت میں مبتلا ہوتی ہے۔ عالمی یوم انسداد تمباکو نوشی 2012 قریب آ رہا ہے۔ جو کہ ایک بار حکومت پاکستان کو یاد دہانی کراتا ہے کہ انسداد تمباکو کو ترجیحی بنیادوں پر اہم تصور کرتے ہوئے اس کو قومی سطح پر کامیابی سے نافذ کرنے کے لئے کوشش کی جائیں۔

### تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ (TAPS) اور پوائنٹ آف سیل مانیٹرنگ کے لئے تربیتی سیشنز:

دی نیٹ ورک ادارہ برائے تحفظ صارفین نے اسلام آباد، راولپنڈی اور ملتان کے اضلاع میں تمباکو ساز کمپنیوں کی جانب سے کی جانے والی تشہیر کی مانیٹرنگ کے لئے وضع کیے گئے انڈیکسز کی کامیاب Pre-Testing کے



In the light of feedback received in pre testing, survey forms were redesigned and made more user friendly.

Many applications were received in TheNetwork office from the youth of both districts including males and females. More than fifty volunteers were selected to sensitize from the applicants.

In this regard, training sessions were held in Jhelum and Sargodha. Sessions were started with the pre-assessment of the volunteers. Pre-assessment was done to evaluate the volunteers' knowledge regarding the TAPS and tobacco control regime in Pakistan.

Mr. Waheed Iqbal Assistant Project Coordinator gave presentation on TAPS to sensitize the volunteers. The presentation covered the terminology of TAPS and International obligation

بعد جہلم اور سرگودھا کے اضلاع میں باقاعدہ سروے کے پہلے مرحلے کا آغاز کر دیا ہے۔ دونوں اضلاع میں ہر طبقہ زندگی کے لوگوں خصوصاً نوجوانوں نے مانیٹرنگ میں حصہ لینے کے لئے گہری دلچسپی کا اظہار کیا ہے۔ اس سلسلے میں ادارہ برائے تحفظ حقوق صارفین کو درخواستوں کی کثیر تعداد موصول ہوئی۔ ان امیدواروں میں سے پچاس نوجوانوں کو تربیتی سیشن کے لئے منتخب کیا گیا۔

یہ تربیتی سیشن فروری کے ماہ میں سرگودھا اور جہلم کے اضلاع میں منعقد ہوئے۔ تربیتی سیشن کا آغاز شرکاء کی Pre-Assessment سے کیا گیا۔ Pre Assessment کے ذریعے یہ جاننے کی کوشش کی گئی کہ شرکاء کس حد تک تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ (TAPS) اور انسداد تمباکو نوشی کی تحریک سے واقف ہیں۔

دوران سیشن مسٹر وحید اقبال اسسٹنٹ پروجیکٹ کوآرڈینیٹر نے شرکاء کو TAPS کی اصطلاحات اور حکومت پاکستان کی جانب سے کیے گئے



committed by Government of Pakistan to enforce the comprehensive ban on TAPS. Besides that Provisions contained regarding the TAPS in Prohibition of smoking and protection of non smoker health Ordinance 2002 were also discussed. The terminology of TAPS related direct and indirect promotion of tobacco products e.g., power wall, brand stretching, brand placement, product placement, sponsorship and CSR activities was also illustrated by pictures during the presentation.

انسداد تمباکو نوشی کے بین الاقوامی معاہدوں کی تفصیلات سے آگاہ کیا۔ اس کے علاوہ انسداد تمباکو نوشی کے حوالے سے بننے والے ملکی قوانین سے بھی شرکاء کو متعارف کروایا گیا۔ موضوع کو مزید آسان بنانے کے لئے CSR، Power Wall، Brand Placement وغیرہ جیسی اصطلاحات کو تصویروں کے ذریعے واضح کیا گیا۔



Dr. Hassan Mehmood Project Coordinator briefed the participants on survey forms particularly designed for monitoring of TAPS and point of sale advertising. Volunteers were also educated on methods of data collection and conduction of survey.

The survey forms cover the point of sale advertisement and all lubricated offers to urge the consumers towards tobacco use. Apart from this, survey forms also elaborates the mechanism to monitoring of tobacco advertisement and promotion on electronic and print media, so called corporate social responsibility and other indirect promotional activities.

Participants took part in the discussion very actively. They promised to show wholeheartedly commitment toward tobacco control efforts.

### Interactive Sessions with media in Jhelum and Sargodha:

As part of TN's advocacy campaign on Comprehensive ban on TAPS and POS Advertizing, TheNetwork is sensitizing and interacting with civil society, media, district government officials and national and sub national politicians in ten major districts.

During the month of February, TN organized two interactive sessions with media, one in Jhelum and



the other in Sargodha with the objective to brief the local journalists about the issue and monitoring the implementation of national tobacco control laws. A large number of representatives from Civil Society as well as journalists from print and electronic media participated in these sessions.

ڈاکٹر حسن محمود پروجیکٹ کوآرڈینیٹر نے شرکاء کو سروے کے لئے ڈیزائن کردہ فارم سے متعارف کروایا۔ اس کے علاوہ شرکاء کو تحقیق کے طریقہ کار اور معلومات کو یکجا کرنے کے طریقے سے بھی روشناس کروایا۔

ماثیرنگ کے لئے خصوصی طور پر تیار کردہ فارم سگریٹ بیچنے کی جگہ پر کی جانی والی تشہیر اور لوگوں کو تمباکو نوشی کی جانب راغب کرنے والی سکیموں کا احاطہ کرتا ہے۔

اس کے علاوہ فارمیں ذرائع ابلاغ مثلاً ٹی وی، ریڈیو اور اخبارات پر تمباکو ساز کمپنیوں کی بالواسطہ اور بلاواسطہ تشہیر کو مانیٹر کرنے کا طریقہ کار بھی شامل ہے۔

ترہیتی سیشن کے شرکاء نے بڑی دلچسپی سے سیشن میں حصہ لیا اور انسداد تمباکو نوشی کے لئے کی جانے والی کوششوں میں بھرپور شرکت کے عزم کا اظہار کیا۔

### جہلم اور سرگودھا میں میڈیا کے ساتھ گفتگو:

دی نیٹ ورک ادارہ برائے تحفظ صارفین، تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ پر مکمل پابندی کے پہلے مرحلے میں تمباکو کی صنعت کے تشہیری حربوں اور تھکنڈوں کی مانیٹرنگ کا آغاز کر چکا ہے۔

اس سلسلے میں پنجاب کے دس اضلاع میں مختلف شعبہ زندگی سے تعلق رکھنے والے افراد مثلاً پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا، سول سوسائٹی، ضلعی



حکومتی افسران اور قومی اور صوبائی اسمبلیوں کے ارکان کے ساتھ رابطہ کاری اور ایڈوکیسی مہم جوئی جاری ہے۔ فروری کے مہینے میں دی نیٹ ورک نے دواضلاع جہلم اور سرگودھا میں صحافیوں اور سول سوسائٹی کے نمائندوں کے لئے انٹرا ایکٹو سیشنز کا اہتمام کیا جس میں شہر کے بڑے

Dr. Hassan Mahmood (Project Coordinator), Mr. Waheed Iqbal (Asst. Project Coordinator), Ms. Aasma Qamar (Communication Officer) and Ms. Rubina Bhatti (Advocacy Officer) participated and represented TheNetwork in the sessions. Through a presentation by Ms. Aasma Qamar (Communication Officer, TheNetwork), the participants were sensitized on Framework Convention on Tobacco Control (FCTC), International obligations of Pakistan against FCTC and its compliance, enforcement of 'Prohibition of Smoking & Protection of Non Smokers Health Ordinance 2002', Tobacco Vendors Act 1958. The presentation was followed by discussion hour, moderated by Dr. Hassan Mahmood (Project Coordinator, TheNetwork).

اخبارات رسائل، ریڈیو اور ٹی وی سے تعلق رکھنے والے صحافیوں نے بڑی تعداد میں شرکت کی۔

دی نیٹ ورک کی جانب سے ڈاکٹر حسن (پروجیکٹ کوارڈینیٹر) روبینہ بھٹی (ایڈوکیسی آفیسر) عاصمہ قمر (کمیونیکیشن آفیسر) اور وحید اقبال (اسسٹنٹ پراجیکٹ کوارڈینیٹر) نے ٹوبیکو کنٹرول کے مختلف پہلو میں بات چیت کی۔ مس عاصمہ نے ایک پریزنٹیشن کے ذریعے شرکاء کو تمباکو کی صنعت کے شہری ہتھکنڈوں، عالمی معاہدوں (فریم ورک کنونشن) اور اس کے حوالے سے قومی قوانین کے نفاذ اور ان کی عالمی معاہدوں کے ساتھ مطابقت اور تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپائسرشپ پر



During the session, the participants actively discussed the issue, asking different questions and sharing their experiences. Ms. Rubina Bhatti (Advocacy officer, TheNetwork) highlighted the need of a vigorous advocacy campaign for tobacco control. Everyone strongly stressed pivotal role of media in monitoring the enforcement of the laws and highlighting tobacco companies' violations, doing follow up of the issue at district level engaging the district government officials to ensure the enforcement in true letter and spirit in the support of good health of masses.

مکمل پابندی کی ضرورت پر آگاہی دی گئی۔ اس کارخیز میں صحافیوں کے کردار پر بھی تفصیلی بحث کی گئی۔

مس روبینہ بھٹی اور دوسرے شرکاء نے اس سیشن میں زور دیا کہ صحافی برادری اور سول سوسائٹی کے لوگ انسداد تمباکو نوشی پر قوی، صوبائی اور ضلعی سطح پر تمباکو کی روک تھام کے قوانین اور کاوشوں کے موثر نفاذ میں اپنا اہم کردار ادا کریں تاکہ وسیع پیمانے پر صحت عامہ کے اصولوں کا نفاذ کیا جاسکے۔



## Media Scanning

### Brazil bans flavoured cigarettes:

Brazil has banned the sale of flavoured cigarettes across the country. According to National Health Surveillance Agency, Anvisa that cigarette contains additives which are used to entice young people to start bad habit in the first place. The Brazilian Agency has banned additives in cigarettes that create flavours like menthol, honey, cherry, tutti-frutti and chocolate.



Cigarette makers will have 18 months once Anvisa's decision is officially published to pull their flavoured cigarettes from the national market and 24 months to pull other flavoured tobacco products from shelves.

Source: [www.globepost.com](http://www.globepost.com)

### NZ delegates push for tobacco free world:

At World Conference on Tobacco or Health (WCTOH) held in Singapore in March 2012, the New Zealand delegates to conference submitted the recommendation to call for a tobacco free world by 2040. The recommendation is one of five submitted by members of New Zealand National Tobacco Control Working Group to the conference's Declaration Committee.

The New Zealand delegate suggested United Nations and World Health Organisation to adopt a goal of a tobacco free world where less than 5 percent of people smoke. The recommendations

## دنیا بھر سے خبریں

برازیل میں مختلف ذائقوں کے سگریٹ ممنوع قرار دے دیئے: برازیل نے پورے ملک میں مختلف ذائقوں میں دستیاب سگریٹس کی فروخت پر پابندی عائد کی ہے۔ نیشنل ہیلتھ سرویلنس ایجنسی کے مطابق ان سگریٹوں میں ایسے اجزاء پائے جاتے ہیں جو کہ نو عمر بچوں کو تمباکو نوشی کے استعمال کی طرف راغب کرنے کے لئے استعمال کیے جاتے ہیں۔ برازیل کی ایجنسی نے سگریٹ میں استعمال ہونے والے تمام ذائقے دار اجزاء ممنوع قرار دیے ہیں جیسے کہ شہد، چیری، چاکلیٹ، ٹوٹی فروٹی اور مینٹھول (Menthol) وغیرہ۔

اس فیصلے کے نفاذ کے فوراً بعد سگریٹ ساز اداروں کے پاس برازیل کی مارکیٹوں سے اپنے سگریٹ اٹھانے کے لئے پیسے اور دکانوں کی شیلفوں سے پرانا مال اٹھانے کے لئے 24 مہینے کا وقت ہوگا۔

### تمباکو سے پاک دنیا کے لئے تجاویز (نیوزی لینڈ):

نیوزی لینڈ کے وفد نے مارچ 2012 میں سنگا پور میں ہونے والی ورلڈ کانفرنس آن ٹو بیکو اور ہیلتھ (World Conference on Tobacco Health) میں 2040 تک تمباکو سے پاک دنیا کے لئے تجویز پیش کی ہیں۔

نیوزی لینڈ کے وفد نے تجویز دی کہ اقوام متحدہ اور عالمی ادارہ صحت تمباکو سے پاک ایک ایسی دنیا کا حدف متعین کریں جہاں پانچ فیصد سے کم لوگ تمباکو استعمال کرتے ہوں۔ یہ تجاویز نیوزی لینڈ کے 2025 تک تمباکو سے پاک ملک کے طور پر قومی ایجنڈے کی جھلک ہے۔

### نیوزی لینڈ کی دوسری تجاویز کچھ یوں ہیں:

- 1۔ اقوام متحدہ کے تمام ممبران ممالک فریم ورک کنونشن آن ٹو بیکو کنٹرول کو تسلیم کریں۔ یہ صحت عامہ کا وہ معاہدہ ہے جو انسداد تمباکو نوشی کے لئے عالمی طور پر تسلیم شدہ گائیڈ لائنز مہیا کرتا ہے۔

reflect New Zealand's national agenda to become smoke-free by 2025.

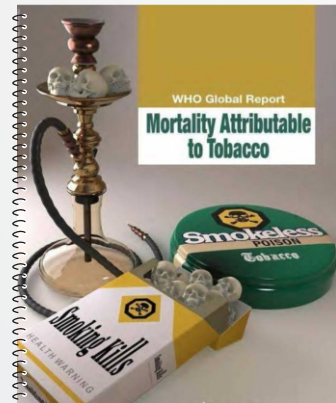
Other New Zealand recommendations include that:

- All United Nations member states agree to ratify the Framework Convention on Tobacco Control (FCTC), a public health treaty that provides an internationally co-ordinated response to combating the tobacco epidemic.
- An independent global panel be established to monitor, report and hold accountable nations that do implement the FCTC.
- Excluding tobacco from all international trade and investment agreements and treaties.
- Tobacco be treated in the same way as other harmful products that are specifically excluded from trade agreements such as arms, ammunition and implements of war, ozone depleting CFCs, asbestos, organic pollutants and endangered species.

<http://www.voxy.co.nz/health/nz-delegates-push-tobacco-free-world/5/117874>

## Global Report on Mortality Attributable to Tobacco:

World Health Organisation (WHO) has published a global report titled "Mortality Attributable to Tobacco". The report provides information by country on the proportion of adult (age 30 years and above) death attributable to tobacco by major



communicable and non-communicable causes by age and sex. The report shows that five percent of all death from communicable diseases worldwide and 14 percent of death resulting from non-communicable illnesses among adults aged 30 and above

were attributable to tobacco use.

The report shows the aim of WHO Tobacco Free Initiative to reduce morbidity and mortality associated with tobacco use and exposure. The report provides information that will assist countries to assess mortality outcomes of tobacco



- 2- ایک بااختیار عالمی پینل قائم کیا جائے جو کہ ایف سی ٹی سی کے نفاذ کو مانٹر کرے اور اقوام کا اس کے متعلق احتساب کرے۔
- 3- تمباکو کو تمام عالمی تجارتی معاہدوں اور سرمایہ کاری کے منصوبوں سے خارج کیا جائے۔
- 4- تمباکو کو اپنی خطرناک اور مضر اشیاء کی فہرست میں شامل کیا جائے جو انسانی زندگیوں کے لئے مہلک ہیں جیسے اسلحہ، جنگی آلات اور زون کو تباہ کرنے والے مادے وغیرہ۔

## تمباکو کے باعث اموات پر عالمی ادارہ صحت کی رپورٹ:-

عالمی ادارہ صحت (WHO) نے ایک عالمی رپورٹ "تمباکو کے باعث اموات" (Mortality Attributable to Tobacco) شائع کی ہے جس میں تمام ممالک میں جوان نسل (تیس سال یا اس سے زائد عمر) کی شرح اموات (جو کہ تمباکو کے استعمال کے باعث ہونے والی وبائی اور غیر وبائی بیماریوں کی وجہ سے ہوئی ہیں) کے بارے میں تفصیلی عالمی سطح پر تیس سال یا اس سے زائد عمر کے افراد میں جو 5 فیصد اموات وبائی اور 14 فیصد اموات غیر وبائی بیماریوں کی وجہ سے ہوئی ہیں ان سب کی جڑ تمباکو کا استعمال ہے۔ یہ رپورٹ عالمی ادارہ صحت کے "ٹوبیکو فری انیشیو" کے عزم کی عکاسی کرتی ہے جس کا مقصد عالمی سطح پر تمباکو نوشی اور اس کے استعمال سے ہونے والی شرح اموات اور شرح امراض کو کم کرنا ہے۔ اس رپورٹ سے حاصل ہونے والی معلومات



use as well as efforts to control the tobacco epidemic in their populations.

[www.who.in/tobacco](http://www.who.in/tobacco)

## Anti-smoking campaigns have saved over 800,000 lives:

According to a study published March 14, 2012 in journal of National Cancer Institute United States, more than 800,000 lives were saved in the United States between 1975 and 2000 because of anti-smoking measures. This new study that used a mathematical model of Yale University to quantify for the first time the impact of anti-smoking measures on lung cancer. The authors also note that 2.5 million people who died from smoking-related lung cancer in this same period might have survived if stricter tobacco control measures had been in effect.

Researchers from the Yale School of Public Health and more than a dozen other universities and institutes formed the Cancer Intervention and Surveillance Modeling Network (CISNET) consortium and used various mathematical models, including one developed at Yale, to analyze trends in cigarette smoking and quantify the impact of various tobacco control measures. Detailed cigarette smoking histories were recreated for generations dating back to 1890, and significant events, such as the U.S. surgeon general's landmark report on the dangers of tobacco use in the mid 1960s, were factored in.

Tobacco-control strategies in the United States have saved hundreds of thousands of lives from lung cancer death," said co-author Theodore R. Holford, professor of biostatistics at Yale School of Public health and leader of Yale's CISNET team. "But there is still much more that needs to be done because globally millions continue to die from lung cancer caused by smoking. Most lung cancer deaths are preventable and the challenge is to find effective ways to reduce cigarette smoking."

"The magnitude of what has been achieved by tobacco control should encourage us to redouble efforts to further reduce the cost in life and treasure from cigarette smoking," Holford adds.

<http://news.yale.edu/2012/03/14/anti-smoking-campaigns-have-saved-over-800000-lives>

مختلف ممالک کے لئے انسداد تمباکو نوشی اور اس کی روک تھام کے لئے اقدامات کرنے میں معاون و مددگار ثابت ہوں گی۔

## ۱۔ ایتھامبہ کو نوشی کی تحریر۔ نے آٹھ لاکھ جا 3 بچائیں:

یونائیٹڈ اسٹیٹس آف امریکہ کے نیشنل کینسر انسٹیٹیوٹ کے تحقیقی جریدے میں 14 مارچ 2012 کو شائع ہونے والی ایک تحقیق کے مطابق صرف امریکہ میں 1975 سے سال 2000ء تک 800,000 (آٹھ لاکھ) زندگیاں انسداد تمباکو نوشی کے لئے کی جانے والی کوششوں کے نتیجے میں بچائی گئی۔

اس نئی تحقیق میں یل یونیورسٹی (Yale University) کے ایک ریاضی کے ماڈل کو انسداد تمباکو نوشی کی کوششوں کے پھیپھڑوں کے کینسر پر اثرات جانچنے کے لئے استعمال کیا گیا۔ اس تحقیق کے محققین کی رائے کے مطابق 2.5 ملین افراد (جو اس عرصے میں 1975-2000) تمباکو نوشی کے نتیجے میں پھیپھڑوں کے سرطان کا شکار ہو کر اپنی جان سے ہاتھ دھو بیٹھے) کو بچایا جاسکتا تھا اگر ملک میں انسداد تمباکو نوشی کے لئے سخت ترین اقدام کئے جاتے اس تحقیق کے دوران 1890 سے مفصل تمباکو نوشی کی تاریخ، اہم مواقع اور خصوصاً یو۔ ایس۔ سرجن جنرل کی تمباکو نوشی پروفیسر تھیوڈر آر۔ ہالفورڈ (یل سکول آف پبلک ہیلتھ) کے مطابق یونائیٹڈ اسٹیٹس میں پھیپھڑوں کے کینسر سے لاکھوں جانیں بچائی گئی ہیں مگر یقیناً ابھی بھی مزید کوششوں کی ضرورت ہے کیونکہ دنیا بھر میں لاکھوں لوگ ابھی بھی تمباکو نوشی کے نتیجے میں پھیپھڑوں کے کینسر کا شکار ہو کر موت کے منہ میں چلے جاتے ہیں۔ زیادہ تر پھیپھڑوں کے کینسر سے اموات کی روک تھام کی جاسکتی ہے اگر انسداد تمباکو نوشی کے موثر طریقے تلاش کیے جائیں۔

پروفیسر ہالفورڈ نے مزید کہا کہ اب تک انسداد تمباکو نوشی کے لئے کی جانے والی کوششوں کو یقیناً سراہا جانا چاہیے تاکہ ان کو دگنا کر کے تمباکو نوشی کی شرح کو کم کیا جاسکے۔

# Easy Load or **DEATH** Load?

## ایزی لوڈ یا ڈیتھ لوڈ

The tobacco companies have been selling death at every convenient point to consumer whether it is to buy a pre-paid phone card or petrol.

تمباکو کمپنیاں ہر اس جگہ پر سگریٹیں بیچ رہی ہیں جہاں پر صارف کوئی بھی روزمرہ استعمال کی چیز خریدنے جا رہا ہے۔

FOR YOUR FEEDBACK PLEASE CONTACT AT:  
tobaccocontrol@thenetwork.org.pk



International Union  
Against Tuberculosis and Lung Disease



**TheNetwork**  
for Consumer Protection



Campaign for Tobacco-Free Kids

Flat No. 5, 2nd Floor, 40-A, Ramzan Plaza, G-9 Markaz, Islamabad, Pakistan. Ph: + 92 51 2261085, Fax: + 92 51 2262495  
E-mail: main@thenetwork.org.pk, Website: www.thenetwork.org.pk

Please join hands with us:



<http://www.facebook.com/pages/TheNetwork-for-Consumer-Protection>



TheNetworkpk

**Disclaimer:** This Newsletter is produced with grant from Bloomberg Grant Initiative (International Union against Tuberculosis and Lung Disease & Campaign for Tobacco Free Kids). This contents of this document are the sole responsibility of the authors and can under no circumstances be regarded as reflecting the position of the donors.