



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs

Single Market Enforcement

Notification of Regulatory Barriers

Číslo oznámení : 2017/0029/EE (Estonia)

Návrh zákona, kterým se mění zákon o alkoholu a zákon o reklamě

Datum přijetí : 30/01/2017

Ukončení odkladné lhůty : 02/05/2017 (31/07/2017)

Message

Zpráva 002

Zpráva od Komise - TRIS/(2017) 00211

směrnice (EU) 2015/1535

Překlad zprávy 001

Oznámení: 2017/0029/EE

No abre el plazo - Nezahajuje odklady - Fristerne indledes ikke - Kein Fristbeginn - Viivituste perioodi ei avata - Καμμία έναρξη προθεσμίας - Does not open the delays - N'ouvre pas de délais - Non fa decorrere la mora - Neietekmē atlikšanu - Atidėjimai nepradedami - Nem nyitja meg a késésekét - Ma' jiftaħx il-perijodi ta' dawmien - Geen termijnbegin - Nie otwiera opóźnień - Não inicia o prazo - Neotvorí oneskorenia - Ne uvaja zamud - Määräaika ei ala tästä - Inleder ingen frist - He ce предвижда период на прекъсване - Nu deschide perioadele de stagnare - Nu deschide perioadele de stagnare.

(MSG: 201700211.CS)

1. MSG 002 IND 2017 0029 EE CS 30-01-2017 EE NOTIF

2. EE

3A. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, siseturuosakond, siseturu toimimise talitus.

Harju 11, 15072 Tallinn.

el.teavitamine@mkm.ee

tel: 00 372 6256 405 – faks: 00 372 6313 029

3B. Sotsiaalministeerium, rahvatervise osakond.

Gonsiori 29, 15027 Tallinn

triinu.taht@sm.ee

tel: 00 372 6269142; faks: 00 372 6992209

4. 2017/0029/EE - X00M

5. Návrh zákona, kterým se mění zákon o alkoholu a zákon o reklamě

6. Alkoholické nápoje, reklama na alkoholické nápoje a propagace jejich prodeje

7. -

8. Tímto návrhem zákona se mění ustanovení zákona o alkoholu, prezentaci alkoholických nápojů a ověřování věku kupujícího při prodeji alkoholu. Zákon o alkoholu se mění přidáním ustanovení za účelem zvýšení státního dohledu a ověření plnění zákonných požadavků prostřednictvím zkušební transakce. Tím by mělo být zaručeno dodržování zákazu prodeje alkoholu nezletilým osobám a posílen boj proti nezákonnému prodeji alkoholu. Tímto návrhem zákona se mění ustanovení zákona o reklamě, kterými se omezuje obsah reklam na alkohol, doplňuje seznam míst, kde je reklama na alkohol zakázána, stanoví a upravují ustanovení, kterými se omezuje podpora prodeje alkoholických nápojů příznivými



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
Single Market Enforcement
Notification of Regulatory Barriers

cenami, stanoví požadavky na zdravotní varování a omezuje reklama na sociálních médiích.

Kromě toho se tímto návrhem zákona stanoví vyčerpávající seznam prvků povolených v reklamách na alkohol a uvádí se, že informace v rámci reklam na alkohol nesmí obsahovat jakékoli popisy pozitivní atmosféry. Obsahuje rovněž seznam prvků, které by reklamy na alkohol obsahovat neměly. Na rozdíl od stávajícího zákona o reklamě jsou zde stanoveny požadavky týkající se zdravotních varování.

Tímto návrhem zákona se stanoví seznam míst, na nichž je reklama na alkohol zakázána. Kromě stávajících omezení se aktuální verze mění takto: reklama na alkohol v rekreačních oblastech určených převážně pro děti a mladé lidi je zakázána; čas, od kterého mohou být reklamy na alkohol vysílány v televizi a rozhlasu, se posouvá na pozdější dobu; dochází k zprůsnění časového omezení vysílání reklamy na alkohol v televizi a v rozhlasu; reklamy na alkohol na titulních a zadních stránkách novin a časopisů a doplňky k nim jsou zakázány; reklama na alkohol ve venkovním prostředí se zakazuje v plném rozsahu a zakazuje se reklama na alkohol v rámci sítí sociálních médií, a to s výjimkou internetových stránek lihovarů.

Zákonem o reklamě se rovněž zakazuje možnost získat alkohol zdarma nebo za sníženou cenu v rámci podpory prodeje.

To zahrnuje zákaz nabízení téhož alkoholického nápoje ke koupi a jeho prodeje za jinou jednotkovou cenu na stejném místě prodeje, kde je výrobek k dispozici jak kusově, tak jako součást balení obsahujícího více kusů v obalu od výrobce. Podle tohoto návrhu zákona zahrnuje zakázaná reklama veškeré spotřebitelské hry, loterie nebo soutěže, které jsou ve svých pokynech, popisech nebo reklamách spojeny se značkou alkoholického nápoje nebo s ní jakkoli souvisejí.

Obdobně je obchodním firmám zakázáno sdílet tyto informace v textové nebo obrazové podobě na sítích sociálních médií nebo v internetových komunitách, pokud byly vytvořeny spotřebiteli nebo za účelem jejich sdílení spotřebiteli.

9. Cílem návrhu zákona, kterým se mění zákon o alkoholu a zákon o reklamě, je ochrana veřejného zdraví, snížení negativních sociálních, ekonomických a zdravotních dopadů vzniklých v důsledku konzumace alkoholu a zajištění toho, aby děti a mládež vyrůstaly v bezpečném prostředí.

Estonsko je na úrovni evropského průměru, pokud jde o konzumaci alkoholu; nicméně, škody vzniklé v souvislosti s alkoholem jsou podstatně vyšší než průměr. Konzumace alkoholu nezletilými a mladistvými hraje významnou úlohu ve výskytu škod spojených s alkoholem, jelikož konzumace alkoholu u nezletilých vysoce zvyšuje riziko vzniku závislosti na alkoholu. Alkohol je rovněž přímo spojený se třemi nejdůležitějšími důvody úmrtí mladistvých: dopravní nehody, neúmyslné ublížení na zdraví a vraždy. Téměř 85 % 15letých Estonců konzumovalo alkohol a téměř polovina z nich již byla opilá.

Tímto návrhem zákona se snižuje dopad faktorů, které podněcují ke konzumaci alkoholu, a to zejména mezi zranitelnějšími skupinami (nezletilí, mladiství, rodiny s dětmi, osoby závislé na alkoholu a osoby s poruchami užívání alkoholu). Konzumace alkoholu je u těchto skupin spojena s nadprůměrnými negativními dopady. Tento návrh je vypracován za účelem snížení vystavení nezletilých alkoholu v jejich okolí a prostřednictvím reklam na alkohol a zamezení dostupnosti alkoholu nezletilým s cílem snížit konzumaci alkoholu neplnoletých osob a následné negativní dopady na společnost v krátkodobém a dlouhodobém horizontu.

Mezinárodní výzkum prokázal, že reklama má vliv na hodnoty a postoje mladých osob vůči alkoholu. Bylo rovněž prokázáno, že reklama může mít dopad na první konzumaci alkoholu a věk, v němž se osoba poprvé opije. To zase souvisí s pravděpodobností pozdějšího rozvinutí alkoholismu. Různé studie (uvedené v návrhu důvodové zprávy) provedené jak v Estonsku, tak na mezinárodní úrovni prokázaly, že mladí lidé velmi vnímají reklamy; to má vliv na jejich očekávání spojená s konzumací alkoholu, jakož i na jejich konzumaci alkoholu v pozdějším věku. Bylo rovněž naznačeno, že většina lidí je nejvíce ovlivněna emotivními strategiemi reklamy, jako je použití hudby, humoru, pozitivních atmosfér a vyprávění.

Za účelem ochrany nezletilých před negativními dopady reklam na alkohol je tak nezbytné omezit působení reklamy na alkohol na mladé lidi a snížit přitažlivost těchto reklam, čímž se sníží potenciální dopad, které tyto reklamy mohou mít na hodnoty mladých lidí.

10. Odkaz(-y) na základní text(-y): Zákon o alkoholu

Zákon o reklamě

Zelená kniha o politice v oblasti alkoholu

11. Ne



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs

Single Market Enforcement

Notification of Regulatory Barriers

12. -

13. Ne

14. Ne

15. Ano

16. Hledisko TBT

Ne - návrh nemá významný vliv na mezinárodní obchod.

Hledisko SPS

Ne - návrh není sanitárním či fytosanitárním opatřením.

Evropská komise

Kontaktní bod směrnice (EU) 2015/1535

Fax: +32 229 98043

email: grow-dir83-189-central@ec.europa.eu