



EUROPEAN COMMISSION

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

Notifikationsnummer : 2017/0029/EE (Estonia)

Udkast til lov om ændring af lov om alkohol og lov om reklame

Modtagelsesdato : 30/01/2017

Afslutning af status quo-periode : 02/05/2017 (31/07/2017)

Message

Meddelelse 002

Kommissionens meddelelse - TRIS/(2017) 00211

Direktiv (EU) 2015/1535

Oversættelse af meddelelsen 001

Notifikation: 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 késések - Ma' jiftaħ 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.DA)

1. MSG 002 IND 2017 0029 EE DA 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. Udkast til lov om ændring af lov om alkohol og lov om reklame

6. Alkoholholdige drikkevarer, reklame og salgsfremme for alkoholholdige drikkevarer

7. -

8. Udkastet til lov ændrer bestemmelser i lov om alkohol, som regulerer salg af alkohol, præsentation af alkoholholdige produkter og kontrol af køberens alder ved salg af alkohol. Lov om alkohol skal ændres ved at tilføje bestemmelser, der forstærker statsligt tilsyn og bekræfter overholdelsen af lovkrav via en testtransaktion. Dette sikrer bedre overholdelse af forbuddet mod at sælge alkohol til mindreårige og forstærker bekæmpelsen af ulovligt alkoholsalg. Udkastet til lov ændrer bestemmelserne i lov om reklame og begrænser dermed indholdet af alkoholreklamer, supplerer listen over steder, hvor alkoholreklamer er forbudte, angiver og ændrer bestemmelser, som begrænser salgsfremme af



EUROPEAN COMMISSION

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

alkoholholdige drikkevarer via gunstige priser, fastlægger krav til sundhedsadvarsler og begrænser alkoholreklamer på sociale medier.

Endvidere indeholder udkastet til lov en udtømmende liste over tilladte elementer i alkoholreklamer og fastlægger, at oplysninger i alkoholreklamer ikke må indeholde beskrivelser af en positiv atmosfære. Den indeholder også en liste over elementer, som alkoholreklamer ikke må indeholde. Til forskel fra den gældende lov om reklame fastlægges der krav om sundhedsadvarslen.

Udkastet til lov fastlægger en liste over steder, hvor det er forbudt at reklamere for alkohol. Den gældende udgave skal ud over de eksisterende begrænsninger ændres som følger: Det skal være forbudt at reklamere for alkohol i rekreative områder, primært rettet mod børn og unge; tidsbegrænsningen for udsendelsen af alkoholreklamer på TV og radio skal øges; alkoholreklamer på for- og bagsiderne på aviser, magasiner og tillæg hertil skal være forbudt; reklame for alkohol udendørs skal være helt forbudt og det skal være forbudt at reklamere for alkohol på sociale medienetværk og onlinefællesskaber, undtagen websteder for destillationsvirksomheder.

Lov om reklame forbyder også muligheden for at anskaffe alkohol gratis eller til en nedsat pris under et udsalg. Dette omfatter et forbud mod at udbyde den samme alkoholholdige drikkevare til salg, både som en enkelt enhed og som del af en multipakning emballeret af producenten, og sælge denne ved en anden enhedspris på samme salgssted, hvor produktet er tilgængeligt.

I medfør af udkastet til lov omfatter forbudt reklame alle forbrugerspil, lotterier eller konkurrencer, som – i deres retningslinjer, beskrivelser eller reklamer – er forbundet eller på nogen måde knyttet til et mærke for en alkoholholdig drikkevare.

På tilsvarende vis er det forbudt for erhvervsvirksomheder at dele sådanne oplysninger, skriftligt eller visuelt, på sociale medienetværk eller onlinefællesskaber, hvis disse er oprettet af forbrugere eller er beregnet til at blive delt af forbrugere.

9. Udkastet til lov, som ændrer lov om alkohol og lov om reklame, har til mål at beskytte den offentlige sundhed, reducere de negative sociale, økonomiske og sundhedsmæssige virkninger ved konsum af alkohol samt sikre, at børn og unge kan vokse op i et trykt miljø.

Estland ligger ved det europæiske gennemsnit i forhold til konsum af alkohol, men skader som følge af alkohol er anseeligt højere end gennemsnittet. Konsum af alkohol blandt mindreårige og unge spiller en afgørende rolle for opståelse af alkoholrelaterede skader, da konsum af alkohol som mindreårig væsentligt øger risikoen for at udvikle alkoholafhængighed. Alkohol er også direkte forbundet til de tre mest almindelige årsager til dødelighed blandt unge: trafikulykker, utilsigtet skade og mord. Næsten 85 % af 15-årige estere har konsumeret alkohol, og næsten halvdelen har været fulde.

Dette udkast til lov reducerer virkningen af faktorer, der tilskynder til alkoholkonsum, især blandt sårbare grupper (mindreårige, unge, børnefamilier, alkoholafhængige personer og dem med alkoholmisbrug). Alkoholkonsum blandt disse grupper er forbundet med negative virkninger, der er højere end gennemsnittet. Dette er beregnet til at reducere mindreåriges eksponering for alkohol i deres miljøer og fra alkoholreklamer samt forhindre tilgængeligheden af alkohol for mindreårige med henblik på at reducere alkoholkonsum blandt mindreårige og de resulterende negative virkninger, det har på samfundet, på kort og langt sigt.

International forskning har bevist, at reklamer påvirker unges værdier og holdninger til alkohol. Den har også påvist, at reklame kan have en virkning på konsum af alkohol for første gang og alderen, hvorved en person for første gang bliver beruset. Dette har også en virkning på sandsynligheden for at udvikle alkoholisme senere i livet. Diverse undersøgelser (angivet i udkastet til de forklarende bemærkninger) både i Estland og på internationalt niveau har vist, at unge er meget opmærksomme omkring reklamer. De påvirker deres forventninger omkring alkoholkonsum samt deres senere alkoholkonsum. Det antydes også, at unge påvirkes mest af følelsesmæssige strategier i reklamer, såsom brugen af musik, humor, positive atmosfærer og historiefortælling.

For at beskytte mindreårige mod de negative virkninger fra alkoholreklamer er det derfor nødvendigt at begrænse alkoholreklamer rettet mod unge og reducere den tiltrækkende virkning af sådanne reklamer, hvilket dermed reducerer den potentielle virkning, dette kan have på unges værdier.

10. Henvisning(er) til grundtekst(er): lov om alkohol
lov om reklame
grønbog om alkoholpolitik.



EUROPEAN COMMISSION

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

Single Market Enforcement

Notification of Regulatory Barriers

11. Nej

12. -

13. Nej

14. Nej

15. Ja

16. TBT-aspekt

Nej, udkastet har ikke nogen mærkbar effekt på den internationale handel.

SPS-aspekt

Nej, udkastet er ikke en sundhedsmæssig eller plantesundhedsmæssig foranstaltning.

Europa-Kommissionen

Kontaktadresse Direktiv (EU) 2015/1535

Fax: +32 229 98043

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