



EUROPEAN COMMISSION

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

Ilmoituksen numero : 2017/0029/EE (Estonia)

Luonnos laiksi alkoholilain ja mainoslain muuttamisesta

Saapumispäivä : 30/01/2017

Odotusajan päättyminen : 02/05/2017 (31/07/2017)

Message

Viesti 002

Komission tiedonanto - TRIS/(2017) 00211

Direktiivi (EU) 2015/1535

Viestin käännös 001

Ilmoitus: 2017/0029/EE

No abre el plazo - Nezhahujje 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 - Atidējimai nepradedami - Nem nyitja meg a késéseket - Ma' jiftaħ il-perijodi ta' dawmien - Geen termijnbegin - Nie otwiera opóźnień - Não inicia o prazo - Neotvorī 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.FI)

1. MSG 002 IND 2017 0029 EE FI 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. Luonnos laiksi alkoholilain ja mainoslain muuttamisesta

6. Alkoholijuomat, alkoholijuomien mainonta ja myynninedistäminen

7. -

8. Luonnoksella muutetaan alkoholin myyntiä, alkoholituotteiden esittelyä ja alkoholin myynnin yhteydessä tapahtuvaa ostajan iän varmistamista säänteleviä alkoholilain säännöksiä ja lakia täydennetään säännöksillä, jotka on tarkoitettu kansallisen valvonnan harjoittamisen tehostamiseen ja lain vaatimusten noudattamisen tarkistamiseen tarkistustapahtumalla, jotta voidaan taata alaikäisiä koskevan alkoholin myyntikiellon nykyistä parempi noudattaminen ja tehostaa alkoholin laittoman myynnin torjuntaa. Luonnoksella muutetaan alkoholimainonnan sisältöä rajoittavia mainoslain säännöksiä, täydennetään sellaisten paikkojen luetteloa, joissa alkoholin mainonta on kielletty, tarkennetaan



EUROPEAN COMMISSION

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

ja täydennetään säännöksiä, joilla rajoitetaan alkoholijuomien myynninedistämistä edullisen hinnan avulla, asetetaan terveysvaroitusta koskevia vaatimuksia sekä rajoitetaan alkoholin mainontaa sosiaalisessa mediassa.

Luonnoksessa esitetään kattava luettelo alkoholimainonnassa sallituista elementeistä ja täsmennetään, että alkoholimainosten sisältämät tiedot on esitettävä kuvaamatta myönteistä ilmapiiriä. Lisäksi esitetään luettelo elementeistä, joita alkoholimainontaan ei saa sisältyä. Voimassa olevaan mainoslakiin verrattuna luonnoksessa täsmennetään terveysvaroituksen antamista koskevat vaatimukset.

Luonnoksella säädetään luettelo paikoista, joissa alkoholin mainonta on kiellettyä. Voimassa olevaa sanamuotoa täydennetään niin, että voimassa olevien rajoitusten lisäksi alkoholin mainonta kielletään pääasiassa lasten ja nuorten vapaa-ajan viettoon tarkoitetuissa paikoissa, alkoholimainonnan aikarajoitusta televisio- ja radio-ohjelmissa pidennetään, sanomalehtien etu- ja takasivun lisäksi alkoholin mainonta kielletään myös sanoma- ja aikakauslehtien liitteiden etu- ja takasivulla, alkoholin mainonta ulkotiloissa kielletään kokonaan ja alkoholin mainonta kielletään sosiaalisen median verkostoissa ja yhteisöissä alkoholivalmistajien verkkosivuja lukuun ottamatta.

Mainoslaisia kielletään lisäksi mahdollisuus käyttää alkoholin saamista veloituksetta tai tavanomaista edullisemmin myynninedistämisen yhteydessä. Siinä kielletään muun muassa saman alkoholijuoman tarjoaminen myyntiin ja sen myyminen eri yksikköhintaan, mikäli se tapahtuu samaan aikaan samassa myyntipaikassa, jossa tuote on saatavana sekä yksittäisissä myyntipakkauksissa että valmistajan pakkaamissa monipakkauksissa.

Luonnoksen mukaisesti mainonta on kiellettyä missä tahansa kuluttajapelissä, arvonnassa tai kilpailussa, joka yhdistetään ohjeissa, kuvauksessa tai mainoksessa tai muulla tavoin alkoholijuoman tavaramerkkiin. Kiellettyä on myös kaupallisen yrityksen harjoittama tiedonjako sosiaalisen median verkostoissa ja yhteisöissä tekstimuodossa tai kuvallisesti, kun tiedot ovat kuluttajien laitamia tai kun ne on tarkoitettu kuluttajien jaettaviksi.

9. Alkoholilain ja mainoslain muuttamisen tavoitteena on suojella kansanterveyttä, vähentää alkoholinkulutuksesta johtuvaa sosiaalista, taloudellista ja terveydellistä vahinkoa sekä taata lapsille ja nuorille heitä tukeva ympäristö kasvua ja kehittymistä varten.

Viro on alkoholinkulutuksen suhteen Euroopan keskitasoa, mutta alkoholin aiheuttamat vahingot ovat huomattavasti keskitasoa suurempia. Alkoholin aiheuttamien vahinkojen syntymisessä alaikäisten ja nuorten kulutuksella on olennainen rooli, sillä alkoholinkulutus alaikäisenä on merkittävin riskitekijä alkoholiriippuvuuden syntymisessä ja alkoholi on suoraan yhteydessä nuorten kolmeen yleisimpään kuolinsyyhyyn: liikenneonnettomuuksiin, tahattomaan vammautumiseen ja tappoihin. Virossa lähes 85 prosenttia 15-vuotiaista nuorista on käyttänyt alkoholia, ja lähes puolet ovat olleet humalassa.

Tällä luonnoksella vähennetään alkoholinkulutukseen kannustavien tekijöiden vaikutusta juuri haavoittuvimpien ryhmien (alaikäiset, nuoret, lapsiperheet, alkoholiriippuvaiset ja alkoholin ongelmakäyttäjät) kohdalla, joiden alkoholinkulutukseen liittyy keskimääräistä suurempaa vahinkoa. Lisäksi tarkoituksena on vähentää alaikäisten altistumista sekä alkoholin näytteilleasettamiselle ympäristössä että alkoholin mainonnalle ja vähentää alkoholin saatavuutta alaikäisille, jotta voidaan vähentää alaikäisten alkoholinkulutusta sekä siitä johtuvaa välitöntä ja myöhemmin tulevaisuudessa yhteiskunnalle aiheutuvaa vahinkoa.

Kansainvälisissä tutkimuksissa on osoitettu, että mainonta vaikuttaa nuorten arvoarvostelmiin sekä heidän suhtautumiseensa alkoholiin. On myös osoitettu, että mainonta saattaa vaikuttaa ikään, jolloin alkoholia käytetään ensimmäistä kertaa ja jolloin tullaan ensimmäistä kertaa humalaan, mikä puolestaan on yhteydessä riippuvuuden syntymisen todennäköisyyteen myöhemmällä iällä. Erilaisissa tutkimuksissa (katso luonnoksen perustelut) sekä Virossa että kansainvälisellä tasolla on osoitettu, että nuoret ovat erittäin tietoisia mainoksista ja että ne vaikuttavat heidän alkoholinkulutustaan koskeviin odotuksiinsa ja myöhemmin elämässä myös heidän alkoholinkulutukseensa. On myös osoitettu, että nuoriin vaikuttavat eniten erilaiset tunteisiin vetoavat elementit, kuten musiikki, huumori, mainoksen myönteinen ilmapiiri sekä tarinoiden kertominen.

Jotta alaikäisiä suojellaan alkoholimainonnan ei-toivotulta vaikutukselta, on rajoitettava sekä nuorten altistumista alkoholimainonnalle että vähennettävä mainosten houkuttelevuutta ja niiden mahdollisuutta vaikuttaa nuorten arvoarvostelmiin.

10. Viittaukset perusteksteihin: alkoholilaki
mainoslaki
alkoholipoliitikan vihreä kirja



EUROPEAN COMMISSION

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

11. Ei

12. -

13. Ei

14. Ei

15. Kyllä

16. TBT-näkökohta

Ei - luonnoksella ei ole merkittävää vaikutusta kansainväliseen kauppaan.

SPS-näkökohta

Ei - luonnos ei ole terveys- tai kasvinsuojelutoimi.

Euroopan komissio

Yhteysviranomainen direktiivin (EU) 2015/1535

Telekopio: +32 229 98043

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