



EUROPEAN COMMISSION

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

Single Market Enforcement

Notification of Regulatory Barriers

Numero di notifica : 2017/0029/EE (Estonia)

Progetto di legge recante modifica della legge sugli alcolici e della legge sulla pubblicità

Data di ricezione : 30/01/2017

Termine dello status quo : 02/05/2017 (31/07/2017)

Message

Messaggio 002

Comunicazione della Commissione - TRIS/(2017) 00211

Direttiva (UE) 2015/1535

Traduzione del messaggio 001

Notifica: 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 - Atidējimai nepradedami - Nem nyitja meg a késéseket - 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.IT)

1. MSG 002 IND 2017 0029 EE IT 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. Progetto di legge recante modifica della legge sugli alcolici e della legge sulla pubblicità

6. Bevande alcoliche, nonché la relativa pubblicità e promozione commerciale

7. -

8. Il progetto di legge modifica le disposizioni della legge sugli alcolici che disciplinano la vendita degli stessi, la presentazione di prodotti alcolici e la verifica dell'età dell'acquirente al momento della vendita degli alcolici. Si modifica la legge sugli alcolici aggiungendo disposizioni di intensificazione della vigilanza da parte dello Stato e di verifica della conformità con i requisiti giuridici per mezzo di una transazione di prova. Ciò dovrebbe garantire un miglior rispetto del divieto di vendita di alcolici ai minorenni e potenziare la lotta alle vendite illecite di alcolici. Il progetto di legge modifica



EUROPEAN COMMISSION

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

le disposizioni della legge sulla pubblicità che limitano il contenuto della pubblicità degli alcolici, integra l'elenco dei luoghi in cui quest'ultima è vietata, precisa e modifica le disposizioni che limitano la promozione commerciale delle bevande alcoliche per mezzo della fissazione di prezzi di favore, inoltre, stabilisce requisiti relativi alle avvertenze sanitarie e limita la pubblicità degli alcolici sui media sociali.

Il progetto di legge prevede oltre a ciò un elenco esaustivo di elementi consentiti nella pubblicità degli alcolici e precisa che le informazioni presenti in tale pubblicità non devono contenere descrizioni di atmosfere positive. Comprende altresì un elenco di elementi che la pubblicità degli alcolici non dovrebbe contenere. A differenza della legge sulla pubblicità in essere, si precisano i requisiti concernenti le avvertenze sanitarie.

Il progetto di legge istituisce un elenco di luoghi in cui è vietato pubblicizzare gli alcolici. In aggiunta alle restrizioni in essere, l'attuale versione si modifica come segue: divieto di pubblicizzare gli alcolici negli spazi ricreativi destinati principalmente ai bambini e ai giovani; posticipo dell'orario a partire dal quale è consentita la diffusione della pubblicità degli alcolici per radio e TV; divieto di pubblicizzare gli alcolici sulle prime pagine e sulle pagine finali dei quotidiani, delle riviste e dei relativi supplementi; divieto totale di pubblicità esterna degli alcolici e divieto di pubblicizzare gli alcolici sulle reti dei media sociali e delle comunità online (ad eccezione dei siti Internet delle distillerie).

La legge sulla pubblicità vieta altresì la possibilità di procurarsi alcolici gratuitamente o a un prezzo scontato durante una promozione commerciale. Ciò comprende un divieto di proporre la medesima bevanda alcolica in vendita e di venderla a un prezzo unitario diverso nel medesimo punto vendita in cui il prodotto è disponibile sotto forma sia di singola unità che di elemento di un imballaggio multiplo confezionato dal produttore.

Secondo il progetto di legge, nella pubblicità vietata rientra qualunque gioco al consumo, lotteria o concorso che - nelle sue istruzioni, nelle sue descrizioni o nei suoi annunci pubblicitari - risulti collegato o associato in qualunque altra modalità a una marca di bevande alcoliche.

Analogamente, è vietata alle imprese commerciali la pubblicazione di informazioni di tal genere - sotto forma testuale o visiva - sulle reti dei media sociali o delle comunità online, qualora esse siano state create dai consumatori o siano destinate a essere condivise da essi.

9. Il progetto di legge recante modifica della legge sugli alcolici e della legge sulla pubblicità mira a tutelare la salute pubblica, a ridurre gli effetti negativi sociali, economici e sanitari derivanti dal consumo di alcool e a garantire ai bambini e ai giovani la possibilità di crescere in un ambiente sicuro.

In termini di consumo di alcool, l'Estonia risulta in linea con la media europea; i danni connessi all'alcool risultano tuttavia notevolmente superiori alla media. Nell'insorgere dei danni connessi all'alcool, riveste un importante ruolo il consumo di alcool da parte dei minorenni e dei giovani, giacché il consumare alcool da parte di minori aumenta fortemente il rischio di sviluppo della dipendenza da alcool. L'alcool presenta altresì un nesso diretto con le tre cause più comuni di mortalità giovanile: incidenti stradali, danni involontari e omicidi. Quasi l'85% dei quindicenni estoni ha consumato alcool e quasi la metà di essi si è trovata in stato di ebbrezza.

Il presente progetto di legge riduce l'impatto dei fattori che inducono al consumo di alcool, in special modo nei gruppi più vulnerabili (minorenni, giovani, famiglie con bambini, persone con dipendenza da alcool e persone con disturbi da uso di alcool). Nei predetti gruppi, il consumo di alcool è associato a effetti negativi superiori alla media. Quanto sopra è ideato per ridurre l'esposizione dei minorenni agli alcolici nel loro ambiente e attraverso la pubblicità degli alcolici, nonché per impedire la disponibilità di alcolici per essi, al fine di ridurre il consumo di alcool nella minore età e gli effetti negativi sulla società (a breve e a lungo termine) che ne derivano.

Ricerche internazionali hanno dimostrato che la pubblicità influenza i valori dei giovani e il loro atteggiamento nei confronti dell'alcool. È altresì stato dimostrato che la pubblicità può sortire un impatto sul consumare alcool per la prima volta e sull'età alla quale una persona si intossica per la prima volta. A sua volta, ciò è legato alla probabilità di un successivo sviluppo dell'alcolismo nella vita. Vari studi (indicati nel progetto di nota esplicativa), tanto in Estonia quanto a livello internazionale, hanno dimostrato che i giovani sono assai attenti agli annunci pubblicitari; questi influenzano le loro prospettive di consumo di alcool, nonché il consumo stesso in successivi momenti della vita. È stato altresì segnalato che i giovani sono i più influenzati dalle strategie pubblicitarie emotive quali l'utilizzo di musica, comicità, atmosfere positive e narrazione.

Per proteggere i minorenni dagli effetti nocivi della pubblicità degli alcolici, risulta pertanto necessario limitare tale pubblicità rivolta ai giovani e ridurre l'attrattiva, abbattendo così le potenziali ripercussioni che può sortire sui valori dei giovani.



EUROPEAN COMMISSION

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

Single Market Enforcement

Notification of Regulatory Barriers

10. Riferimenti a testi di base: legge sugli alcolici
legge sulla pubblicità
libro verde sulla politica in materia di alcool

11. No

12. -

13. No

14. No

15. Sì

16. Aspetto OTC

No - Il progetto non ha ripercussioni significative sul commercio internazionale.

Aspetto SPS

No - Il progetto non è una misura sanitaria o fitosanitaria.

Commissione europea

Punto di contatto Direttiva (UE) 2015/1535

Fax: +32 229 98043

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