

Nefndarsvið Alþingis,
Austurstræti 8 – 10,
150 Reykjavík

Reykjavík, 6. mars 2006.

Efni: Umsögn um frumvarp til áfengislaga, 71. mál, áfengisauglýsingar.

Fyrir hönd Lýðheilsustöðvar viljum við þakka fyrir að fá tækifæri til umsagnar um frumvarpið. Erindið hefur verið borið undir áfengis- og vímuvarnaráð sem er eitt af sérfræðiráðum innan Lýðheilsustöðvar. Í svari þessu er því álit Lýðheilsustöðvar á frumvarpinu eftir að áfengis- og vímuvarnaráð fjallaði um málið á fundi sínum 1. mars 2006.

Að undanfögnu hefur mælst aukning á áfengisauglýsingum og umfjöllun um áfengi í prent- og ljósvakamiðlum. Því til stuðnings má meðal annars benda á samantekt á þessu efni, sem Háskólinn á Akureyri vann að frumkvæði Lýðheilsustöðvar. Þar kemur fram að u.þ.b. þreföldun hefur orðið á fjölda auglýsinga og áfengisumfjöllunar á síðustu tíu árum, þrátt fyrir að í gildi séu lög um bann við áfengisauglýsingum¹. Fyrir vikið hefur kærur til saksóknara einnig fjölgað og voru þær alls 50 á tímabilinu janúar 2003 – febrúar 2006.

Auglýsingar hafa áhrif á væntingar fólks til þeirrar vöru sem auglýst er og það á ekki minna við um áfengisauglýsingar en aðrar vörur. Rannsóknir um áhrif áfengisauglýsinga á viðhorf og áfengisneyslu ungs fólks eru ekki alltaf afdráttarlausar í niðurstöðum en nýjar rannsóknir benda til þess að áfengisauglýsingar auki áfengisneyslu ungs fólks². Því ber að hafa í huga mikilvægi þess að koma í veg fyrir að áfengisauglýsingar beinist að ungu fólki og að þær nái eyrum þess og augum.

Áfengisstefna

Samkvæmt gögnum frá Alþjóðaheilbrigðismálastofnuninni (2005) kemur fram að rekja megi 600.000 dauðsföll í Evrópu til áfengis. Af þessum fjölda voru 63.000 ungmenni á aldrinum 15-29 ára. Áfengi er því í þriðja sæti yfir orsakir dauðsfalla og sjúkdóma í Evrópu³. Þá má benda á að samkvæmt heilbrigðisáætlun ríkisstjórnarinnar til ársins 2010 er ráðgert að draga úr áfengisneyslu. Eins og þróunin hefur verið undanfarin ár hefur áfengisneysla farið vaxandi og þannig fjarlægst þau markmið sem fram voru sett í heilbrigðisáætlun til 2010.

Áfengi er engin venjuleg neysluvara og því ætti umfjöllun og mat á áhrifum breytts aðgengis að áfengi að miðast við heilbrigðissjónarmið. Erlendar rannsóknir gefa vísbendingar um að áfengisframleiðendur vinni markvisst að því að markaðssetja áfengi fyrir ungt fólk⁴. Því er

¹ <http://www.lydheilsustod.is/media/afengi/rannsoknir/Birgir.Gudmundsson.HA.PDF>

² <http://archpedi.ama-assn.org/cgi/content/abstract/160/1/18>

³ <http://www.euro.who.int/document/mediacentre/fs1005e.pdf>

⁴ <http://archpedi.ama-assn.org/cgi/content/abstract/158/7/629>

ekki mælt með tilslökunum á auglýsingum á áfengi og fagnað tillögum um að skylt verði að vara við skaðlegum áhrifum áfengis á heilsu manna. Þó má benda á að skýra þarf frekar hvernig slíkum viðvörðunum skuli háttað. Viðvaranir mættu t.d. ekki vera minna áberandi en auglýst vara.

Frumvarpið

Vert er að skoða ákveðin atriði nánar í frumvarpinu, t.d. að benda á að bjór og léttvín eru 52% þess magns áfengislíttra sem drukkinn er á Íslandi en þetta kemur fram í neyslukönnun sem Lýðheilsustöð lét gera fyrir árið 2004⁵. Sú tilslökun að leyfa auglýsingar á áfengi sem inniheldur allt að 22% áfengisstyrkleika gæti stuðlað að enn frekari aukningu á neyslu viðkomandi áfengistegunda og myndi sú þróun stríða gegn heilbrigðisáætlun ríkisstjórnarinnar. Þá má spyrja hvaða rök eða hugsun er á bak við það að hafa viðmiðið 22% áfengisstyrkleika? Í greinargerð er bent á finnska löggjöf sem tekur mið af 22% en vert er einnig að benda á önnur viðmið. Til að mynda er viðmiðið 2,5% í Noregi og 2,8% í Danmörku en þar gildir einnig bann við áfengisauglýsingum. Í Frakklandi er lögbundið bann við að auglýsa í sjónvarpi, áfengi sem er sterkara en 1,2%⁶. Þá er ekki öruggt að með framkomnum lagabreytingum verði tryggt að „gráa svæðið“ sem myndast hefur í núgildandi lögum hverfi eða að ný myndist. Of oft gefst í lögnum færi á huglægu mati, t.a.m. í annarri málsgrein, 2. gr. þar sem talað um að auglýsingar megi ekki „hvetja til óhóflegrar neyslu áfengis“. Engin skilgreining fylgir á því hvað sé óhófleg neysla. Þá má benda á þriðja lið 2. gr. þar sem lagt er til bann við auglýsingum á íslenskum vefmiðlum. Hvergi er þess getið hvernig eftirliti skuli háttað. Í frumvarpinu er lagt til bann við áfengisauglýsingum á íslenskum vefsíðum og í sjónvarpi frá kl. 5 að morgni til kl. 20 að kvöldi, gerð er athugasemd við þennan tímaramma þar sem ljóst er að ungt fólk notar þessa miðla einnig eftir kl. 20 á kvöldin.

Hvað varðar liðinn sem fjallar um sjálfskipaðar siðareglur, sem byggja skulu á ákvæðum þessara laga, þá benda höfundar bókarinnar „Alcohol – No Ordinary Commodity“⁷ (bls. 180-183) á að siðareglur auglýsenda og framleiðenda hafa litlu eða engu skilað í forvarnaskyni. Þeir benda einnig á að samkvæmt rannsóknum er tíðni slysa og magn áfengisneyslu minna í þeim löndum þar sem bannað var að auglýsa bjór, vín og sterkt vín heldur en í þeim löndum þar sem einungis var bannað að auglýsa sterkt áfengi.

Verði gerðar breytingar á 20. gr. áfengislaga mætti hafa eftirfarandi til hliðsjónar:

Að bannað verði að auglýsa áfengi þar sem neysla áfengis er sýnd eða gefið í skyn að áfengi sé viðeigandi eða tilheyri lífsstíl sem höfðar til fólks og þá sérstaklega ungs fólks. Að einungis megi sýna mynd af tiltekinni áfengis vörutegund ásamt verði, sölustað og innihaldslýsingu. Ekki megi auglýsa áfenga vöru með hvetjandi hætti þ.e. þar sem sagt er eða gefið í skyn að vænta megi jákvæðrar upplifunar sé áfengis neytt.

Verði gerðar breytingar á áfengislöggjöfinni er nauðsynlegt að skoða reglur um umbúðir áfengra drykkja í samanburði við umbúðir óáfengra drykkja þannig að það verði skylt að umbúðir áfengis sem er undir 2,25% af hreinum vínanda sé með öðru útliti en umbúðir áfengis sem er yfir 2,25% að styrkleika, sbr. frumvarp til lagabreytingar nr. 74.

⁵ <http://www.lydheilsustod.is/rannsoknir/afengi-og-vimuefni/nr/1045>

⁶ Skýrsla vinnuhóps ríkislögreglustjórans um viðbrögð við áfengisauglýsingum (nóvember 2001).

⁷ Thomas Babor et.al. Alcohol – no ordinary commodity. Oxford University Press 2003.

Loks má benda á að hvergi kemur fram hvernig meta skuli hugsanleg áhrif á lýðheilsu landsmanna verði þetta frumvarp að lögum. Lýðheilsustöð leggur almennt mikla áherslu á að þá og þegar gerðar eru stjórnvaldsbreytingar er varða lýðheilsu, þá sé gert ráð fyrir mati á áhrifum breytinganna.

Virðingarfylls,

Anna E. Ólaf.
Anna Elísabet Ólafsdóttir,
forstjóri Lýðheilsustöðvar

Rafn M. Jónsson
Rafn M. Jónsson,
verkefnisstjóri áfengis- og vímuvarna