

Skrifstofa Alþingis, nefndasvið
Austurstræti 8-10
150 Reykjavík

Reykjavík, 7. maí 2010
Tilv. 2010040108/0.2.2

Efni: Mál 293, umsögn ÁTVR um frumvarp til laga um breytingu á áfengislögum, nr. 75/1998, með síðari breytingum

I. Almenn

ÁTVR hefur borist bréf nefndasviðs Alþingis, dags. 26. apríl 2010, þar sem óskað er umsagnar um ofangreint frumvarp, - 293 mál.

Fyrir utan gildistökuákvæði er frumvarpið aðeins ein grein sem er svohljóðandi:

„Við síðari málslið 3. mgr. 20. gr. laganna bætist: eða hætta á ruglingi á milli áfengu framleiðslunnar og þeirrar sem verið er að auglýsa vegna nafns á vörunni, umbúða eða annarra einkenna.“

Þó hvergi sé að finna í löggjöf heildstæða stefnumörkun í áfengismálum hér á landi, má lesa vilja stjórnvalda með brotakenndum hætti hér og þar í löggjöfinni sem og í markmiðasetningu stjórnvalda. Ef taka á út kjarnann í þeirri stefnu gæti hann hljóðað á þann veg að áfengissala sé heimil með ýmsum takmörkunum t.d. er varðar aðgengi og auglýsingar. Áfengisneysla getur verið skaðleg þó vissulega geti flestir notið hóflegar neyslu án tjóns fyrir sig og sína. Meginreglan er samt sem áður sú að aukin neysla hefur í för með sér aukið tjón, fjarhagslegt, heilsufarslegt og persónulegt. Því ber að sporna gegn aukningu áfengisneyslu, sérstaklega ungmenna, með öllum skynsamlegum tiltækum ráðum, án þess þó að skerða frelsi fullorðinna ábyrgra einstaklinga um of. Burðarásar í þessari stefnu hafa verið þeir að takmarka aðgengi, m.a. með hóflegri fjölgun útsöluáða, en rannsóknir sýna að aukið aðgengi eykur neyslu. Fyrirtækið hefur leitast við að framfylgja þessari stefnumörkun og má segja að bærilega viðtæk sátt hafi ríkt um framkvæmd fyrirtækisins á þessu. Þá hefur fyrirtækið einnig leitast við að bæjga frá öllum tilraunum til sölu og markaðssetningar á vöru sem þykir höfða sérstaklega til ungs fólks. Fyrirtækið hefur í raun fylgt látlausri og íhaldssamri stefnu í þeim efnum eins og hin Norðurlöndin, að Danmörku undanskilinni. Þar er enda áfengisneysla og tjón henni tengt miklu meira en þekkist á öðrum Norðurlöndum. Viðtæk sátt hefur verið um þessa framkvæmd ÁTVR. Loks hefur fyrirtækið ávallt haldið uppi strangri gæslu varðandi lágmarksaldur viðskiptavina.

Af líkum toga eru auðvitað áfengisauglýsingar. Fyrirtækið hefur talið sér skylt að sporna gegn áfengisauglýsingum hvers konar á umbúðum vöru sem leitað hefur verið eftir sölu á í vínbúðunum. Gildir það bæði innri og ytri umbúðir, en hugkvæmni birgja þegar kemur að auglýsingum eru engin takmörk sett. Þannig eru þess m.a. dæmi að birgjar hafa nýtt sér ytra byrði bjórkassa sem staflað er upp í búðunum til þess að koma þar upp samfelldum auglýsingafleti. Fyrirtækið hefur einnig neitað að taka til sölu vöru þar sem á einhvern hátt er höfðað til jákvæðrar ímyndar neyslu, í máli eða myndum eða hvoru tveggja.

Hið viðtæka áfengisauglýsingabann sem í gildi er hér á landi hefur því svo sannarlega verið

afskiptaefni fyrirtækisins með ýmsum hætti, þó áfengisauglýsingar í fjölmiðlum liggi utan afskiptasviðs fyrirtækisins. Nú er t.d. farið að bera á að framleiðendur reyni með hönnun umbúða að fela þá staðreynd að um áfengi sé að ræða. Þannig getur neytandinn verið blekkur til að neyta áfengis sem falið er með lífstílsumbúðum.

Með sama hætti og aukið aðgengi að áfengi eykur neyslu hlýtur aukin auglýsingamennska að hafa sömu áhrif. Fáum dettur í alvöru í hug að ljá því eyra að auglýsingar megni einungis að flytja neytendur á milli tegunda, -markhópurinn hlýtur einnig að stækka. Að þessu hníga öll almenn rök og ætti ekki að þurfa að rökstyðja sérstaklega.

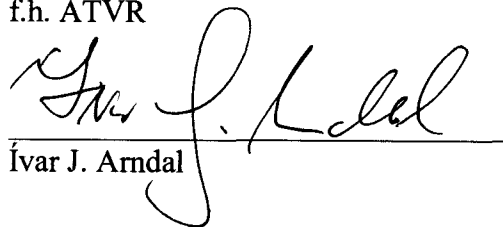
Samandregið hefur ÁTVR leitast við að framfylgja stefnu stjórnvalda í áfengismálum og þá sérstaklega þegar kemur að því að verja börn og ungmenni fyrir sífellt harðari markaðssókn.

Með ofangreind sjónarmið í huga styður því ÁTVR fram komið frumvarp og vísar að öðru leyti til rökstuðnings í greinargerð sem fylgir frumvarpinu sem og skýrslu sem henni fylgdi eftir því sem við á. Það er auðvitað með öllu óþolandi að á sama tíma og barist er við auglýsendur innan vínbúðanna skuli þeir fara sínu fram í fjölmiðlum nánast óáreittir vegna þeirra glufu í lögunum sem frumvarpinu er ætlað að loka.

II. Til umhugsunar

Nái frumvarpið fram að ganga verður vissulega girt fyrir opinberar auglýsingar á „staðgönguvöru“ ef svo mætti kalla hinar áfengu eftirlíkingar. Hætt er hins vegar við að það flytji vandamálið að hluta til inn í vínbúðirnar. Eftir sem áður álitur ÁTVR að sú háttsemi að setja áfengi í villandi umbúðir sé ávallt varasöm. Því leggur fyrirtækið til að hið háa Alþingi gangi skrefinu lengra og leiði einnig í lög að bannað verði að selja áfengi í sambærilegum umbúðum og óáfenga drykki.

Virðingarfyllt
f.h. ÁTVR



Ívar J. Arndal

Afrit sent fjármálaráðuneyti