



Lietuvos Respublikos Seimo kanceliarija

Parlamentinių tyrimų departamentas

Gedimino pr. 53, LT-01109 Vilnius. Informacija: 239 6170, 239 6179, 239 6580.
<http://www.lrs.lt/ptd>, el.p. ptd@lrs.lt

Alkoholio reklamos reguliavimas

2008 01 09

TURINYS

1. Alkoholio politika ES.....	2
1.1. ES strategijos ir teisės aktai.....	2
1.2. Alkoholio gamintojų savireguliacija ir jo svarba.....	3
2. Alkoholio politikos priemonės ir poveikis.....	5
3. Alkoholio reklamos politika ES valstybėse ir Norvegijoje.....	7
3.1. Norvegija.....	7
3.2. Švedija.....	7
3.3. Danija.....	7
3.4. Suomija.....	8
3.5. Estija.....	9
3.6. Jungtinė Karalystė.....	10
3.7. Airija.....	11
3.8. Prancūzija.....	12
3.9. Vokietija.....	13
3.10. Italija.....	13
3.11. Nyderlandai.....	14
3.12. Portugalija.....	14
Trumpas apibendrinimas.....	15
1 priedas. Alkoholio reklamos, renginių rėmimo ir prekės ženklo atpažinimo apribojimai kai kuriose Europos šalyse.....	16
2 priedas. Alkoholio reklama per sporto TV transliacijas (JAV).....	35

1. Alkoholio politika ES

1.1. ES strategijos ir teisės aktai

Alkoholio politika dabar yra itin plačiai diskutuojama problema. Pasaulio sveikatos organizacijos (PSO) Europos alkoholio chartija¹ nustato, kad „visi žmonės turi teisę į šeimą, gyvenimą bendruomenėje ir darbe, apsaugotą nuo nelaimių, smurto ir kitų negatyvių alkoholio vartojimo pasekmių“². Taip pat chartijoje pažymima, kad „visi vaikai ir nepilnamečiai turi teisę augti aplinkoje, apsaugotoje nuo alkoholio vartojimo ir, kiek įmanoma, nuo alkoholinių gėrimų reklamos neigiamų pasekmių“.

Ginčų su alkoholinių gėrimų gamintojais yra turėjusi ne viena ES valstybė ir ne kartą – dėl alkoholinių gėrimų apibrėžimo, dėl jų skirstymo į stipriuosius ir silpnuosius alkoholinius gėrimus skalės, o ypač dėl reklamos ribojimo. Apie alkoholinių gėrimų reklamos problemas užsimena ir Europos Bendrijų Komisija 2006-10-24 savo komunikate Tarybai, Europos Parlamentui, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui, pavadintame „ES strategija remti valstybes nares mažinant alkoholio daromą žalą“³. Komisija nurodo, kad nacionaliniu ir ES lygiu atlikti tyrimai rodo, kad tam tikrais atvejais, kai pasireiškia pasienio aspektas, gali prireikti geresnio koordinavimo ir nustatyti sąveiką ES lygmeniu. Kaip pavyzdį Komisija pamini tarpvalstybinį alkoholio pardavimo skatinimą, galintį pritraukti jaunimą ir su nacionaliniu lygmeniu nustatytais suvaržymais nederančią tarpvalstybinę alkoholinių gėrimų reklamą televizijoje. 2007-09-05 EP priėmė savo iniciatyva parengtą ataskaitą⁴, remiančią Komisijos pasiūlytą ES strategiją, tačiau iš Sveikatos komiteto priimtos rezoliucijos išbraukė siūlymą, kuriame kalbama apie poreikį sveikatos sumetimais harmonizuoti Europos teisėje draudimus dėl alkoholinių gėrimų, kaip buvo padaryta dėl tabako produktų, ir taip pat Komisijos siūlymą 2010 m. paruošti arba įstatymo projektą dėl reikalavimo ant alkoholinių gėrimų skelbti išpėjimus dėl alkoholio keliamo pavojaus sveikatai, arba paskelbti pranešimą, kodėl skirtingai nuo tabako produktų nereikia harmonizuoti reikalavimų dėl alkoholio vartojimo žalos sveikatai⁵.

Vienas iš ginčų su alkoholinių gėrimų gamintojais ir jo išsprendimo pavyzdžių gali būti Teisingumo Teismo (Šeštųjų rūmų) išnagrinėtas kompanijos *Gourmet International Products AB* ieškinys Švedijos vartotojų teisių kontrolieriui dėl alkoholinių gėrimų reklamos draudimo žurnaluose (*Case C-405/98*). Teismas, išklauses *Gourmet International Products AB*, Švedijos, Prancūzijos ir Suomijos vyriausybės atstovus, Komisijos 2000 m. surengtus klausymus, 2001 m. kovo 8 d. paskelbė sprendimą, patvirtinantį Stokholmo teismų sprendimą. Teismas nurodė, kad alkoholinių gėrimų reklamos draudimas neprieštarauja EB sutarčiai, išskyrus tuos atvejus, kai akivaizdu, kad valstybės narės įstatymai ir suinteresuotos šalies situacija leidžia garantuoti visuomenės sveikatos apsaugą nuo žalingo alkoholinių gėrimų poveikio priemonėmis, turinčiomis mažesnę poveikį Bendrijos vidaus prekybai.

Ataskaitoje Europos Komisijai „Alkoholis Europoje visuomenės sveikatos požiūriu“⁶ pažymima, kad daugumoje ES šalių alkoholio pardavimas yra ribojamas, retais atvejais per alkoholio monopolijas, tačiau dažniau - naudojant licencijas. Taip pat dažnai yra taikomi apribojimai vietoms, kuriose gali būti prekiaujama alkoholiu. Virš trečdalis šalių (ir kai kurie regionai) riboja pardavimo valandas, o nedideliame skaičiuje šalių taikomi ir prekybos dienų bei

¹ http://www.euro.who.int/Document/EUR_ICP_ALDT_94_03_CN01.pdf

² <http://www.euro.who.int/document/E76240.pdf>

³ <http://www3.lrs.lt/c-bin/eu/getfmt?C1=e&C2=51097>

⁴ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2007-0377+0+DOC+XML+V0//EN&language=EN>

⁵ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A6-2007-0303&language=EN&mode=XML>

⁶ http://ec.europa.eu/health-eu/doc/alcolineu_sum_lt_en.pdf

mažmeninės prekybos alkoholiu vietų tankio apribojimai. Visose šalyse draudžiama baruose ir aludėse parduoti alkoholį tam tikro amžiaus nesulaukusiems jauniems žmonėms, tačiau keturiose šalyse nėra taisyklių, draudžiančių parduoti alkoholį vaikams parduotuvėse. Amžius, nuo kurio leidžiama parduoti alkoholį jauniems žmonėms, įvairiose Europos šalyse skiriasi. Šiaurės Europos šalyse šis amžius dažniausiai yra 18 metų, o pietų Europos šalyse - 16 metų.

Alkoholio rinkodaros kontrolės laipsnis yra įvairus. Tai priklauso ir nuo rinkodaros veiklos tipo. Daugiau nei pusėje Europos galioja teisiniai apribojimai (šalia turinio apribojimų) alaus reklamai per televiziją. Stipriojo alkoholio reklama uždrausta 14 šalių. Reklaminiai skydai ir reklama spaudoje reguliuojami mažiau. Šiuo atžvilgiu kas trečia šalis (daugiausia iš dešimties naujųjų ES narių) jokių apribojimų netaiko. Mažiausiai ribojamas sporto rėmimas. Šiuo atžvilgiu tik septynios šalys taiko kokius nors apribojimus.

Be minėtos ES strategijos, parengtos Tarybos rekomendacijos 2001/458/EC dėl jaunų žmonių, ypač vaikų ir paauglių, alkoholio gėrimo (*Council Recommendation 2001/458/EC of 5 June 2001 on the drinking of alcohol by young people, in particular children and adolescents [Official Journal L 161 of 16.06.2001]*)⁷.

Alkoholinių gėrimų reklamai televizijoje taikoma „Televizijos be sienų“ direktyva (1989 m. spalio 3 d. Tarybos direktyva 89/552/EEB dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų nuostatų, susijusių su televizijos programų transliavimu, derinimo; OL L 298, 1989 10 17, p. 22). 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu reglamentuoja klaidinančią ir agresyvią praktiką bei praktiką taikyti prievartą kaip pardavimo priemonę (OL L 149/22, 2005 6 11). Pagal „Televizijos be sienų“ direktyvos 15 str. alkoholinių gėrimų televizijos reklama turi atitikti tokius reikalavimus:

- a) ji neturi būti skirta nepilnamečiams ir, svarbiausia, neturėtų rodyti alkoholinius gėrimus vartojančių nepilnamečių;
- b) ji neturi sieti alkoholinių gėrimų vartojimo su padidėjusia fizine energija ar automobilio vairavimu;
- c) ji neturėtų sudaryti įspūdžio, kad vartojant alkoholį yra lengviau spręsti socialines bei sekso problemas;
- d) joje neturi būti teigiama, kad alkoholis turi gydomųjų savybių arba kad jis yra stimuliuojanti, raminanti ar asmenines problemas padedanti išspręsti priemonė;
- e) joje neturi būti skatinamas besaikis alkoholio vartojimas, o abstinencija ar saikingas jo vartojimas neturi būti nušviečiamas neigiamai;
- f) joje neturi būti pabrėžiama, kad didelis alkoholio kiekis (stiprumas) yra teigiama gėrimo savybė.

1.2. Alkoholio gamintojų savireguliacija ir jo svarba

Per Komisijos tarnybų įsteigto įvairių suinteresuotų šalių ir įvairių sektorių patariamojo apskritojo stalo diskusijas nustatyti keli pagrindiniai veiksmingo savireguliacijos aspektai, kurie išdėstyti 2006 m. liepos mėnesio ataskaitoje⁸. Joje pabrėžta, kad savireguliacija gali būti veiksminga, jei jis aiškiai apibrėžtas įstatymais, jei kodekso nariai jo laikosi ir yra nustatytos rimtos sankcijos už pažeidimus.

ES valstybės taiko įvairius savireguliacijos mechanizmus reklamos (taip pat ir alkoholinių gėrimų) srityje. Tai priklauso nuo daugelio aplinkybių, netgi nuo nacionalinių tradicijų. Kaip pažymi Europos reklamos standartų sąjunga (*European Advertising Standards Alliance, EASA*),

⁷ <http://europa.eu/scadplus/leg/en/cha/c11564.htm>

⁸ http://ec.europa.eu/consumers/overview/report_advertising_en.pdf

kai kuriose valstybėse, pvz., Danijoje, Suomijoje ir Švedijoje, viešasis interesas labiausiai ginamas per kontrolieriaus instituciją (taip pat per Rinkos teisimą). Vokietijoje ir Austrijoje įstatymais reklama ir jos priežiūra taip detalai reglamentuota, kad savireguliuojamam erdvės lieka nedaug. Tuo tarpu Prancūzijoje, Airijoje, Ispanijoje, Belgijoje, Olandijoje ir Jungtinėje Karalystėje (JK) savireguliuojamo mechanizmas yra labai svarbus. Pastarosiose valstybėse įstatymais yra griežtai apibrėžtos jo veikimo taisyklės. Visų pirma, čia akcentuojama savireguliuojamo struktūrų atsakomybė. Airijoje ir JK pastaraisiais metais, atsižvelgdamos į vaikų sveikatos apsaugą, jos pačios ėmėsi griežtinti reikalavimus alkoholinių gėrimų ir maisto produktų reklamai. Šiai grupei priskiriamas ir panašus savireguliuojamo modelis, kai reklama yra gana detalai reglamentuojama įstatymais, o savireguliuojamo sistemai paskirtas pagalbinis vaidmuo. Kaip geriausias tokio modelio pavyzdys EASA ataskaitoje nurodyta Prancūzija.

„Europos aludariai“ savo rekomendacijose aludarių pramonei „Atsakinga komercinė komunikacija“⁹ pažymėjo, kad savireguliuojamas turi ir plusų, ir minusų.

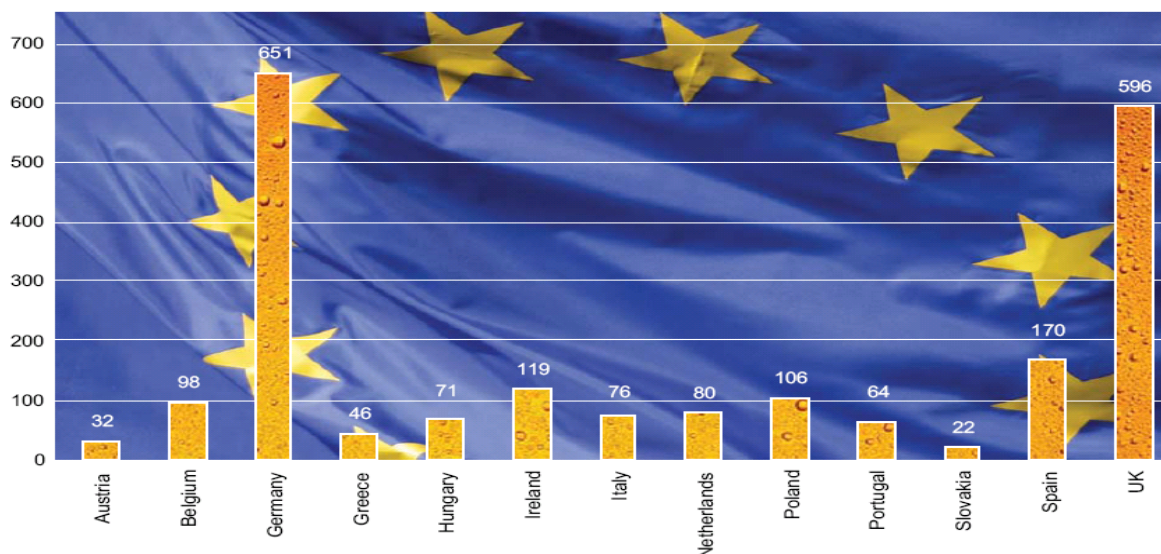
	Plusai	Minusai
Vyriausybei	Efektyvesnis nei teisės aktai Lankstesnis Greičiau sureaguoja į kiekvieną atvejį Mažiau kainuoja, nes jį finansuoja pramonė	Tenka pasitikėti pramone, kuri valdo sistemą Neatgraso tam tikros dalies praktikų nuo mėginimų pažeisti kodeksą
Visuomenei	Lankstesnis nei įstatymai Efektyvesnis Nekainuoja	Tenka pasitikėti pramone, kuri valdo sistemą Sistema turi būti suprantama kaip nepriklausoma ir objektyvi
Pramonei	Greitesnis ir lankstesnis Mažiau kainuoja Parodo socialinę atsakomybę	Reikalauja pramonės išsipareigojimų Dėl nesuvaldomos mažumos rizikuojama pakenkti pramonės reputacijai

Žemiau paveikslėlyje ši organizacija pateikia duomenis apie tai, kiek alaus reklamos atveju yra peržiūrėta kai kuriose ES valstybėse¹⁰.

⁹ <http://www.brewersofeurope.org/docs/publications/guidelines.pdf>

¹⁰ http://www.brewersofeurope.org/docs/publications/v1_23-4-2007.pdf

Number of beer advertisements monitored



Europos reklamos standartų sąjunga (EASA) 2006 m. ataskaitoje primena 2004 m. išrinktus geriausias reklamos reguliavimo pavyzdžius. Kaip vieną veiksmingiausių būdų ji paminėta parengtos reklamos išankstinį derinimą ir nurodo, kad visose valstybėse iškart to pasiekti nebus galima, tačiau apvaliojo stalo diskusijoje ji pageidautų, kad būtų susitarta, kokia struktūra ES mastu galėtų organizuoti tokią diskusiją. Apvaliojo stalo diskusijose buvo išskirtos dvi išankstinio derinimo koncepcijos. Pirma - derinimo su savireguliacijos organizacijomis procedūra yra iš esmės patarimo prašymas, kai ji yra konfidenciali ir neprivaloma, kai galima gauti išankstinę konsultaciją dar prieš rengiant užsakomąją reklamą ar visą kampaniją. Antra - savireguliacijos organizacija pareiškia savo nuomonę apie parengtą skelbti reklamą (tą daryti ji gali būti įpareigota arba pagal pageidavimą), ir tokiu atveju reklamuotojui, agentūrai ar žiniasklaidos organizacijai ji būtų privaloma, ir tokia nuomonė iš esmės atitiktų leidimo funkciją (*falls under the general heading of 'pre-clearance'*). Tokiu atveju, prieš transliuojant ar spausdinant reklamą, iš anksto patikrinama, ar ji atitinka visus įstatymų ir savireguliacijos taisyklių reikalavimus. Kol kas toks patikrinimas Jungtinėje Karalystėje yra privalomas reklamai, transliuojamai per radiją ir televiziją ir bet kokiai tabako reklamai, Prancūzijoje ir Airijoje - reklamai, transliuojamai per televiziją, o Italijoje - visai nereceptinių vaistų reklamai¹¹.

Minėtoje EASA ataskaitoje Lietuva nurodyta kaip valstybė, kuri rengiasi įkurti reklamos savireguliacijos sistemą, numatančią išankstinę konsultaciją. Tuo tarpu Latvija ir Estija paminėtos tarp valstybių, kuriose išankstinė konsultacija nenumatyta¹².

2. Alkoholio politikos priemonės ir poveikis

Pasaulio sveikatos organizacija (PSO) modeliavo reklamos draudimo poveikį. Pritaikius šį modelį Europos Sąjungai, išeina, kad jo dėka būtų išvengta 202000 negalios metų ir ankstyvų mirčių per metus, o tokių priemonių įgyvendinimo kaštai siektų 95 mln. eurų. Prof. Jürgenas Rehmas 2007 m. lapkričio 15 d. baigiamojoje alkoholio 2004-2007 m. vyriausybės programos konferencijoje Espo (Suomija) pažymėjo, kad yra nustatyti aiškūs ryšiai tarp alkoholio vartojimo

¹¹ Pastaba: JAV savireguliacijos kodeksus galima rasti: <http://www.ftc.gov/os/2003/09/alcohol08report.pdf>

¹² http://ec.europa.eu/consumers/overview/report_advertising_en.pdf psl. 18.

bei lūpų, burnos, ryklės, stemplės, kepenų, žarnyno vėžio. Rytų ir Centrinėje Europoje alkoholio vartojimas yra 15%, kitose ES valstybėse – 12% mirčių¹³ priežastis.

Įvairūs analitikai pažymi, kad nėra vienodai efektyvių alkoholio politikos priemonių. Be to, politikos priemonės, kurios daro įtaką ir keičia fizinę, socialinę bei kultūrinę alkoholio aplinką, yra efektyvesnės nei priemonės, nukreiptos į individualų gerėjimą. Politika, nukreipta į jaunos žmones, ignoruojant suaugusiuosius, yra iš anksto pasmerkta žlugti. Analitikai taip pat pažymi, kad švietimo programos gali veikti požiūrį į alkoholį, tačiau jos neefektyvios mažinant alkoholio vartojimą ar su tuo susijusią žalą.

PSO remiamos studijos parodė, kad geriausiai veikia tokios alkoholio politikos priemonės: mokesčiai, kontroliuojamas alkoholio prieinamumas, alkoholio kiekio matuokliai, mažesnis leidžiamas alkoholio kiekis visiems; minimalus vartojimo/pardavimo amžius, alkoholis tam tikrose vietose, bendruomenės mobilizavimas – rizikos grupėms; intervencija – didelės rizikos gėrėjams¹⁴.

Alkoholio rinkodara naudoja labai rafinuotus metodus, yra ypatingai gerai finansuojama ir daro labai didelę įtaką jauniems žmonėms, paaugliams ir tiems, kurie niekada nėra ragavę alkoholio. Alkoholio rinkodara suteikia alkoholiui jaunimo kultūros dalies įvaizdį, susieja alkoholį su socialiniu ar seksualiniu pasisekimu. Ji taip pat pakerta pastangas skatinti sveiką jaunimo gyvenimą. Kartu su pavieniais apribojimais turėtų būti ribojamas rėmimas, produktų pardavimo bei išdėstymo vietos ir specialios pardavimo akcijos, ypatingai orientuotos į jaunos vyrus, į didesnės rizikos grupes. Taip pat ekspertai pažymi, kad alkoholinių gėrimų gamybos pramonės savireguliacijos reklamos srityje efektyvumas yra mažas. Alkoholio reklama sparčiai plinta internete. ES valstybėse arba teisės aktuose, arba savireguliacijos taisyklėse reikalaujama rūpintis alkoholio gamintojų internetinių puslapių neprieinamumu nepilnamečiams. Peržiūrėjus keletą ekspertų siūlomų užsienio alkoholio gamintojų puslapių paaiškėjo, kad pirmiausia reikalaujama įvesti puslapio lankytojo gimimo datą. Jei ji įvedama sąžiningai ir paaiškėja, kad lankytojas nepilnametis, toks puslapis iš karto perorientuoja į puslapius, susijusius su alkoholio prevencija. Lietuvoje alkoholio gamintojų puslapiai prieinami be apribojimų (stumbras.lt, alita.lt).

Pažymėtina, kad Lietuvoje alkoholio įmonės, teikiančios paramą sportui (daugiausia krepšiniui), naudojami ir mokesstinėmis subsidijomis iš valstybės biudžeto, t. y., pvz., įmonė X skiria sporto klubui Ž 1 mln. litų paramą. Tokiu atveju pagal Pelno mokesčio 28 straipsnio nuostatas apmokestinamąjį pelną įmonė X mažins 2 kartus, t. y. 2 mln. litų. O tai reiškia, kad įmonei *de jure* skiriant 1 mln. Lt, *de facto* ji skiria 700 000 Lt., o mokesčių mokėtojai – 300 000 Lt. Rėmėjo pavadinimui atsiradus ant sportininkų marškinėlių, iškyla klausimų: ar tai parama, kaip ji apibrėžta Labdaros ir paramos įstatyme, ar reklama? Ar alkoholio įmonės yra remtinos iš valstybės biudžeto ir ar tokiu mastu? Ar biudžeto lėšų naudojimas alkoholio įmonėms skatinti yra suderinamas su Lietuvos Respublikos sveikatos ir švietimo programomis?

Įvairūs ekspertai pažymi, kad sporto rėmimas yra svarbi rinkodaros strategija, garantuojanti milžiniškus pelnus. Tai yra tiesioginė (visiems matomi užrašai ant marškinėlių) ir netiesioginė reklama (renginio pavadinimas panaudojant prekės pavadinimą)¹⁵. JAV Mokslo viešojo intereso naudai centras¹⁶, atlikęs tyrimą (2001-2003 m.), pažymi, kad 61,5% alkoholio reklamos išlaidų yra susijusios su sporto renginiais, rodomais per TV. Vien per trejus metus (2001-2003 m.) alkoholio pramonės išlaidos reklamai sporto laidoje, transliuojamoje per TV, padidėjo 350%. Šio darbo 2 priede pateikiamas keturių didžiausių alkoholio gamintojų JAV reklamos išlaidų ir reklamos per sportą TV santykio 2003 m. grafikas. Kita visuomeninė pelno nesiekianti organizacija Žiniasklaidos švietimo fondas (MEF) yra net parengusi algoritmus, kaip turėtų būti analizuojama alkoholio reklama¹⁷.

¹³ <http://www.stm.fi/Resource.phx/publishing/documents/13255/index.htm>

¹⁴ <http://www.eurocare.org/btg/conf0604/papers/hope.pdf>

¹⁵ <http://www.alcoholpreventie.nl/english/ALCOHOLMARKETINGINTHENETHERLANDS.doc>

¹⁶ <http://www.cspinet.org/booze/FactSheets/0311SportsAdsYouth.pdf>

¹⁷ <http://www.mediaed.org/handouts/pdfs/DeconstructingAnAlcoholAd.pdf>

3. Alkoholio reklamos politika ES valstybėse ir Norvegijoje

3.1. Norvegija

Alkoholinių gėrimų pardavimo įstatymo (Alkoholio įstatymo)¹⁸ 9-2 straipsnyje reglamentuojama alkoholio reklama. Tokia reklama yra draudžiama. Taip pat draudžiama reklama kitų produktų, turinčių tą patį prekės ženklą (angl. *brand*), kaip ir alkoholiniai gėrimai, kuriuose etilo alkoholis sudaro daugiau kaip 2,5% tūrio. Be to, tokie produktai negali būti įtraukiami į kitų prekių ar paslaugų reklamą. Ministerijai suteikta teisė nustatyti tam tikras išimtis (išplečiančias ar susiaurinančias draudimą).

Šio įstatymo 10-1 straipsnyje nustatyta, kad bet kuris asmuo, kuris tyčia ar netyčia pažeidžia įstatymo normas, gali būti nubaustas bauda arba įkalinimu iki 6 mėnesių. Rimtų pažeidimų atveju įkalinimas gali būti pailgintas iki 2 metų, tam tikrais atvejais - net iki 6 metų.

3.2. Švedija

Švedijoje nėra specialios teisės normos, draudžiančios nepilnamečiams vartoti alkoholį. Tačiau pagal Švedijos Alkoholio įstatymo (1994:1738) 4 skyriaus 8 str. alkoholinių gėrimų reklamai būtina ypatinga priežiūra. Reklama ar kitos rinkodaros priemonės, kurios yra ypač krentančios į akis ar net įkyrios, arba net skatina alkoholio vartojimą, yra negalimos. Draudžiama alkoholio reklama per TV ir radiją. Rinkodara negali būti nukreipta į vaikus ar jaunimą iki 25 m. amžiaus¹⁹.

Švedijos transliavimo komisija nagrinėja alkoholio įmonių rėmimo atvejus. Apribojimas remti nereiškia, kad visos alkoholinių gėrimų gamintojos negali to daryti. Minėta komisija nagrinėja kiekvieną atvejį, atsižvelgdama į tai, kokią gamintojo produkcijos dalį sudaro alkoholiniai gėrimai²⁰.

Pagal Rinkodaros įstatymo²¹ 22 str. yra mokama speciali bauda, jei verslininkas ar asmenys, veikiantys jo vardu, pažeidžia, be kita ko, alkoholio įstatymo 4 skyriaus tam tikras nuostatas.

Švedijos reklamos, aludarių asociacijų ir Švedijos spiritinių gėrimų ir vyno tiekėjų kartu patvirtintos rekomendacijas dėl alkoholinių gėrimų ir silpnų alkoholinių gėrimų reklamos galima rasti: <http://www.bryggareforeningen.se/eng/1-downloads/1-recommendation%20of%20advertising%20for%20alcoholic%20beverages%20and%20alcoholic%20soft%20drinks.pdf>

3.3. Danija

Alkoholio reklamą savo etikos kodeksuose reglamentuoja patys reklamos gamintojai, transliuotojai, leidėjai, alkoholio kompanijos. Pagal šiuos kodeksus, reklama negali būti nukreipta į

¹⁸ <http://www.ub.uio.no/ujur/ulovdata/lov-19890602-027-eng.pdf>

¹⁹ http://64.233.183.104/search?q=cache:feuX_AHCXTAJ:www.annons.se/%3Fget%3Dfiles%26action%3Ddownload%26id%3D14-887+swedish+Marketing+of+Alcoholic+Beverages&hl=en&ct=clnk&cd=1

²⁰ <http://www.bryggareforeningen.se/eng/drycker/1-marknadsforing-sponsring.html>

²¹ <http://www.sweden.gov.se/content/1/c6/05/03/14/b02d0909.pdf>

nepilnamečius, negalima teigti, kad alkoholis padeda sveikatai ar didina protinius bei fizinius gebėjimus. Alkoholis negali būti asocijuojamas su sportu, alkoholio firmos negali remti sporto, alkoholis negali būti reklamuojamas sporto leidiniuose²². Bendras nuostatas apibrėžia Rinkodaros praktikos įstatymo 8 str.²³ Be to, rinkodarą reglamentuoja savanoriškos Alkoholio rinkodaros taisyklės (*Regler om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer*)²⁴.

3.4. Suomija

Alkoholio įstatymas Nr. 1143/1994²⁵, priimtas 1994 m., galioja su pataisomis.

Draudžiama reklamuoti, netiesiogiai reklamuoti ar kitaip skatinti stiprių alkoholinių gėrimų pardavimą. Silpnų alkoholinių gėrimų ir gėrimų, turinčių mažiausiai 1,2 proc. etilo alkoholio, reklama, netiesioginė reklama ir kitas pardavimo skatinimas draudžiamas, jei:

1) nukreiptas į nepilnamečius, kuriems pagal 16 str.²⁶ negali būti parduodami jokie alkoholiniai gėrimai arba jei reklamoje vaizduojami tokie asmenys;

2) alkoholio vartojimas susietas su transporto priemonės vairavimu;

3) alkoholinio gėrimo alkoholio tūris pabrėžiamas kaip teigiama savybė;

4) gausus alkoholio vartojimas apibūdinamas teigiamai arba blaivybė ar nuosaikus alkoholio vartojimas – neigiamai;

5) pakiša mintį, kad alkoholis padidina funkcinį pajėgumą arba suteikia didesnę socialinę ar seksualinę sėkmę;

6) pakiša mintį, kad alkoholis turi medicininių ar gydomųjų savybių arba kad jis atgaivina, nuramina ir yra priemonė spręsti konfliktus;

7) prieštarauja geroms manieroms, naudoja būdus, kurie nederami vartotojo požiūriu arba kitaip suteikia neteisingą ar klaidingą informaciją apie alkoholį, jo vartojimą, poveikį ir kitas savybes.

Nepažeidžiant pirmos pastraipos nuostatų, leidžiama reklamuoti ar skatinti stiprių alkoholinių gėrimų pardavimą:

1) specialiuose prekybos žurnaluose įstaigų, patvirtintų Produktų kontrolės agentūros, arba kitoje spausdintoje medžiagoje, dalijamoje tiems, kurie dalyvauja alkoholinių gėrimų pardavime;

2) licencijuotose patalpose ir patalpose, kur vyksta alkoholinių gėrimų mažmeninė prekyba arba jie gaminami (33 str.).

2006 m. kovo mėn. Suomijos vyriausybė apsvartė priemonių paketą, skirtą sumažinti žalingą alkoholinių medžiagų poveikį²⁷. Vyriausybė, be kita ko, pritarė šioms priemonėms:

- bus uždraustos alkoholinių gėrimų reklamos per televiziją tomis valandomis, kai žiūri vaikai, t.y. reklamuoti bus leidžiama tik po 21 val. Alkoholinių gėrimų reklama bus draudžiama visuose filmuose, leidžiamuose žiūrėti nepilnamečiams;
- bus pradėtos derybos su sporto asociacijomis dėl alkoholio reklamos atsisakymo po trejų metų pereinamojo laikotarpio.

²² <http://www.ias.org.uk/resources/factsheets/advertising.pdf>

²³ <http://www.forbrug.dk/english/laws/the-marketing-practices-act/>

²⁴ <http://www.im.dk/publikationer/alkoholholdige/regler.htm>

²⁵ <http://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1994/en19941143.pdf>

²⁶ Alkoholiniai gėrimai negali būti parduodami mažmeninės prekybos parduotuvėse ar parduotuvėse alkoholiniam gėrimams: 1) asmenims, neturintiems 20 metų; tačiau silpni alkoholiniai gėrimai gali būti parduodami asmenims, kuriems suėję 18 metų ir daugiau; 2) asmenims, kurie elgiasi neramiai arba yra aiškiai girti; 3) jei yra priežasčių įtarti neteisėtą alkoholinių gėrimų vartojimą arba jų neteisėtą pristatymą ar parūpinimą kitiems asmenims.

Gėrimai, kuriuose yra mažiausiai 1,2 proc. ir daugiausia 2,8 proc. etilo alkoholio neturi būti parduodami asmenims, jaunesniems nei 18 metų.

²⁷ <http://www2.vnk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedote/fi.jsp?oid=149634>

3.5. Estija

Reklamos įstatymas, priimtas 1997-06-11, įsigaliojo nuo 1998-01-01²⁸.

§ 11. Alkoholinių gėrimų reklama, skatinanti pradėti vartoti alkoholinius gėrimus ar kurioje tiesiogiai apeliuojama įsigyti ar vartoti tokius gėrimus arba yra nukreipta į asmenis, nesulaukusius 21 metų, yra draudžiama.

§ 12. Stiprių alkoholinių gėrimų reklama draudžiama:

- 1) televizijoje ir radijuje tarp 7 ir 21 val.;
- 2) vaizdo kasetėse, video žaidimuose, kompaktiniuose diskuose ir kt. techninėse priemonėse;
- 3) laikraščių ir žurnalų pirmuose ir paskutiniuose puslapiuose;
- 4) spausdintuose leidiniuose, skirtuose pirmiausia vaikams ir jauniems žmonėms arba spausdintoje medžiagoje, kurioje esanti informacija skirta daugiausia vaikams ir jauniems žmonėms;
- 5) kino teatruose, muziejuose, teatruose ir koncertų salėse, išskyrus vietas, kur parduodamas alkoholis ar vietas, skirtas alkoholinių gėrimų vartojimui;
- 6) pastatuose ar ant jų, kuriuose yra vaikų darželiai, mokyklos ar kitos švietimo įstaigos, vaikų ar jaunimo centruose arba arti jų;
- 7) stadionuose ir gimnastikos salėse ar kitose vietose, skirtose sportui;
- 8) kaip lauko reklama, išskyrus ant pastatų, kuriuose parduodami stiprūs alkoholiniai gėrimai;
- 9) ligoninėje, ant jos ar jos teritorijoje ar kitoje sveikatos priežiūros įstaigoje;
- 10) viešojo transporto priemonių ir taksi viduje ir išorėje.

Stiprių alkoholinių gėrimų reklamoje neturi būti:

- 1) valstybės ar savivaldybių simbolių;
- 2) užuominų į filmų veikėjus, televizijos, popmuzikos, pramogų, sporto ar kitus viešuosius asmenis ar animacinių filmų veikėjus;
- 3) informacijos, įvykių ar veiklos, kurie galėtų įteigti, kad stiprių alkoholinių gėrimų vartojimas yra svarbus siekiant teigiamų rezultatų tam tikrose srityse.

Draudžiama stiprių alkoholinių gėrimų reklama, naudojant šiuos pardavimo skatinimo būdus:

- 1) viešai rodyti vietose, kur stiprūs alkoholiniai gėrimai neparduodami;
- 2) pardavinėti ar platinti nemokamai vaikams ar jauniems žmonėms produktus ar spausdintą medžiagą, susijusią su stipriais alkoholiniais gėrimais.

§ 13. Silpnų alkoholinių gėrimų reklama draudžiama:

- 1) televizijoje ir radijuje tarp 7 ir 20 val.;
- 2) pastatuose ar ant jų, kuriuose yra vaikų darželiai, mokyklos ar kitos švietimo įstaigos, vaikų ar jaunimo centruose arba arti jų;
- 3) stadionuose ir gimnastikos salėse ar kitose vietose, skirtose sportui;
- 4) ligoninėje, ant jos ar jos teritorijoje ar kitoje sveikatos priežiūros įstaigoje;
- 5) spausdintuose leidiniuose, skirtuose pirmiausia vaikams ir jauniems žmonėms arba spausdintoje medžiagoje, kurioje esanti informacija skirta daugiausia vaikams ir jauniems žmonėms;
- 6) kino teatruose, muziejuose, teatruose ir koncertų salėse, išskyrus vietas, kur parduodamas alkoholis.

²⁸ <http://www.legaltext.ee/en/andmebaas/ava.asp?m=022>

Silpnų alkoholinių gėrimų reklamoje neturi būti:

1) užuominų į filmų veikėjus, televizijos, popmuzikos, pramogų, sporto ar kitus viešuosius asmenis ar animacinių filmų veikėjus;

2) informacijos, įvykių ar veiklos, kurie galėtų įteigti, kad alkoholinių gėrimų vartojimas yra svarbus siekiant teigiamų rezultatų tam tikrose srityse;

3) draudžiama pardavinėti ar platinti nemokamai vaikams ar jauniems žmonėms produktus ar spausdintą medžiagą, susijusią su silpnais alkoholiniais gėrimais kaip reklamos būdą.

3.6. Jungtinė Karalystė

Jungtinės Karalystės reklamos kodekse²⁹ išdėstytos šios reklamos taisyklės:

1) reklamoje negali būti užsimenama, kad alkoholis gali prisidėti prie asmens populiarumo ar pasitikėjimo, ar kad jo atsisakymas yra silpnumo ženklas. Reklama negali įteigti, kad alkoholis sustiprina asmeninius privalumus;

2) reklama negali įteigti, kad sėkmė visuomenėje priklauso nuo alkoholio vartojimo;

3) reklama negali sieti alkoholio su draša, ryžtingumu, agresija ar nevisuomenišku elgesiu;

4) reklama negali sieti alkoholio su seksualiniu aktyvumu ar sėkme arba duoti suprasti, kad alkoholis gali padidinti patrauklumą;

5) reklamoje negali būti užsimenama, kad reguliarius gėrimas vienuoje yra priimtinas arba kad gėrimas padeda įveikti problemas;

6) reklamoje negali būti užsimenama, kad alkoholis turi gydomųjų savybių, taip pat siūlyti jį kaip stimuliuojantį, raminantį, keičiantį nuotaiką arba didinantį pasitikėjimą;

7) reklamoje negali būti užsimenama, kad gėrimas labiau mėgstamas dėl to, kad jame yra alkoholio, taip pat negalima perdėtai pabrėžti alkoholinio gėrimo stiprumo. (Tai netaikoma silpniems alkoholiniams gėrimams);

8) reklama negali rodyti, duoti suprasti ar skatinti nesaikingą gėrimą;

9) užuominos į papildomą gėrimų pirkimą yra nepriimtinos;

10) su alkoholiniais gėrimais turi būti elgiamasi ir jie patiekiami atsakingai;

11) reklama negali sieti gėrimo su galimai pavojingų mechanizmų naudojimu, su elgesiu, kuris būtų pavojingas pavartojus alkoholio (pvz., plaukimas) ar su vairavimu;

12) alkoholinių gėrimų reklama neturi siekti labai patikti asmenims iki 18 metų, ypač būti siejama su jaunimo kultūra;

13) alkoholinių gėrimų reklamoje neturi būti matomi ar girdimi vaikai, o joje matomi asmenys neturi būti jaunesni nei 25 metų. Niekas negali elgtis paaugliška;

14) silpnų alkoholinių gėrimų reklamoje rodomi asmenys turi būti mažiausiai 18 metų;

15) išimtis taikoma reklamoms, kuriose vaizduojamos atsakingai bendraujančios šeimos. Čia gali būti rodomi vaikai, bet jų vaidmuo turi būti šalutinis ir jie neturi būti siejami su alkoholio vartojimu;

16) alkoholinių gėrimų reklama neturi skatinti neatsakingo vartojimo;

17) reklamoje paprastai neturi būti rodoma, kad alkoholis geriamas darbo aplinkoje;

18) išimtis šioms reklamos taisyklėms taikomos reklamai gėrimų, kuriuose yra 1,2 proc. alkoholio ar mažiau, kai aišku, jog gėrime yra mažai alkoholio. Vis dėlto asmuo, siejamas su gėrimu, turi būti 18 metų.

Jungtinėje Karalystėje užbėgdama už akių „drakoniškoms“ vyriausybės taisyklėms alkoholio reklamos atžvilgiu Portmano grupė (multimilijardinė alkoholio pramonės gamintojų asociacija, kurios narės užima daugiau kaip 60% rinkos) pareiškė atsisakanti reklamos ant

²⁹ <http://www.ias.org.uk/resources/factsheets/advertising.pdf>

futbolininkų drabužių kopijų bei derino naujus savireguliacijos taisyklių³⁰ pakeitimus. Grupės vadovai pareiškė, kad „nors ir nėra įrodymų, kad tokia rinkodara didina nepilnamečių alkoholizmą, alkoholio bendrovės yra susirūpinusios dėl neigiamo požiūrio į jų logotipų atsiradimą ant vaikų marškinėlių“. Nors alkoholio pramonė neigia, kad yra nusitaikiusi į vaikus, jos kritikai pažymi, kad tokia rafinuota technika – futbolo komandų rėmimas – nukreipta į jaunimą. Ketvirtąjį kodekso leidimą, įsigaliojusį 2007-12-31 galima rasti adresu: <http://www.portman-group.org.uk/assets/documents/4th%20Ed%20of%20Code.pdf>. 3.2 (h) punkte nustatyta, kad gėrimas, jo pakuotė ir reklaminė medžiaga arba veikla negali būti tiesiogiai arba netiesiogiai nukreipta į asmenis iki 18 metų amžiaus (paramos atveju, kai asmenys iki 18 metų amžiaus sudaro ne daugiau kaip 25% auditorijos, dalyvių arba žiūrovų).

Prancūzijoje draudimai alkoholio reklamai per sporto įvykius jau taikomi, o Jungtinėje Karalystėje jie taikomi paramos sutartims sudarytoms po 2008 m. sausio 1 d. Kadangi „Carlsberg“ bendrovė ir „Liverpool“ futbolo komanda sudarė sutartį trejiems metams likus keliems mėnesiams iki apribojimų atsiradimo, jie nebus jai taikomi. JK mokytojų organizacijos reikalauja, kad alkoholio firmos neberemtų sporto po 2012 m. olimpinių žaidynių³¹.

Portmano grupės savireguliacijos komisija turi teisę taikyti sankcijas už kodekso pažeidimus. Kai kurie nagrinėti pažeidimų atvejai: per mažas butelis (245 ml) ir dėl to mažesnė kaina. To pasekmė – prieinamumas asmenims iki 18 metų. Gėrimo spalva: ar ne per šviesi ir dėl to patraukli jaunimui. Dovanų rinkiniai: kartu su alkoholio buteliuku pateikiamas meškiukas (prekė 3-5 metų vaikams), pakuotėje vyrauja rožinė spalva.

<http://www.portman-group.org.uk/?pid=25&level=2&bid=210>

3.7. Airija

Šiuo metu alkoholinių gėrimų reklama grindžiama savireguliacija, tačiau ketinama priimti įstatymus, reglamentuojančius šią sritį. Airijos reklamos standartų valdyba (ASAI), transliuotojai ir gėrimų pramonė turi savo kodeksus³², kuriuose nustatyta, kaip turi būti reklamuojamas alkoholis.

Visuomeninis transliuotojas RTE taip pat kontroliuoja alkoholio reklamą. RTE nereklamuoja spiritinių gėrimų nei viename iš dviejų savo televizijos kanalų ir radijo stočių. RTE1 kanalu alkoholio reklama gali būti transliuojama visą dieną, tuo tarpu RTE2 tokia reklama nerodoma iki 19.30 val. RTE1 taip pat neleidžia alkoholio reklamos, jei tuo metu rodomas filmas vaikams.

ASAI kodekse, skirtame alkoholiniams gėrimams, nurodyta, kad šių gėrimų reklama turi būti visuomeniškai atsakinga ir neišnaudoti jaunų ir nesubrendusių asmenų. Reklama neturi nei skatinti besaikio gėrimo, nei rodyti blaivumo ar saikingumo kaip neigiamų savybių. Spiritinių gėrimų reklama neleidžiama radijo ir televizijos transliacijose.

Reklama gali būti susijusi su visuomeniniu aspektu ar gaivinančiomis gėrimo savybėmis, bet:

- 1) neturėtų reikšti, kad alkoholis gali pagerinti fizines savybes;
- 2) neturėtų reikšti, kad gėrimas gali prisidėti prie visuomeninės ar verslo sėkmės arba pasižymėjimo ar kad tie, kurie negeria yra mažiau priimtini ar jiems blogiau sekasi;
- 3) neturėtų įteigti, kad koks nors alkoholinis gėrimas gali prisidėti prie seksualinės sėkmės ar padaryti geriantįjį patrauklesnį priešingai lyčiai;
- 4) neturėtų vaizduoti gėrimo kaip iššūkio nei įteigti, kad geriantieji yra narsūs;

³⁰ <http://www.ias.org.uk/resources/factsheets/advertising.pdf>

³¹ http://www.ias.org.uk/resources/publications/alcoholalert/alert200702/al200702_p12.html

³² <http://www.asai.ie/index.asp>

5) neturėtų sieti koku nors būdu alkoholio vartojimo su agresyviu ar nevisuomenišku elgesiu.

Reklama neturėtų įteigti, kad alkoholinis gėrimas gali užmaskuoti alkoholio poveikį tikrinant vairotojų blaivumą.

Reklama neturėtų būti nukreipta į nepilnamečius (iki 18 metų) ar kaip nors skatinti juos pradėti gerti. Todėl:

1) asmuo, vaizduojamas alkoholinių gėrimų reklamoje, turėtų būti virš 25 metų ir taip atrodyti;

2) elgesys, patinkantis nepilnamečiams, neturėtų būti vaizduojamas. Reklama neturėtų vaizduoti veikėjų, motyvų, spalvų ar stiliaus, kurie ypač patiktų nepilnamečiams, ir tai paskatintų juos gerti;

3) alkoholio reklamos neturėtų būti žiniasklaidoje, skirtoje pirmiausia nepilnamečiams. Sveikatos ir saugumo sumetimais reklama:

1) neturėtų skatinti nesaikingo gėrimo ar reguliaraus gėrimo vienuoje, o blaivumas ir saikingumas neturėtų būti vaizduojami neigiamai. Neturėtų būti vaizduojamas alkoholio pirkimas dideliais kiekiais;

2) neturėtų tvirtinti, kad alkoholis turi gydomųjų savybių ar kad jis stimuliuoja, ramina ar yra konfliktų sprendimo priemonė;

3) reklamuotojai turėtų užtikrinti, kad silpni alkoholiniai gėrimai (kuriuose yra 1,2 proc. alkoholio ar mažiau) nebūtų reklamuojami taip, kad skatintų nederamą vartojimą;

4) neturėtų vaizduoti veiklos ar vietos, kur alkoholio gėrimas būtų nesaugus ar neprotingas. Reklama neturėtų asocijuotis su mašinų valdymu, vairavimu, kokia nors su vandeniu ar svoriais susijusia veikla ir kt.;

5) gali būti pateikta informacija apie tam tikro gėrimo stiprumą, bet tai neturėtų būti pagrindinė reklamos skelbimo tema. Gėrimai neturėtų būti reklamuojami kaip labiau ar mažiau svaiginantys ar pateikiami kaip labiau mėgstami dėl jų alkoholio tūrio.

Airijos parlamento Bendrasis meno, sporto, turizmo, bendruomenės, kaimo ir gėlių reikalų komitetas 2007 m. kovo mėn. pateikė 13-ą ataskaitą dėl ryšio tarp piktnaudžiavimo alkoholiu ir alkoholio pramonės paramos sportui (*angl. The relationship between alcohol misuse and the drinks industry sponsorship of sporting activities*)³³. Ataskaitoje pažymima, kad daugelio autorių tvirtinimu, negalima nustatyti ryšio tarp alkoholio reklamos sporte ir alkoholio vartojimo augimo tarp jaunimo. Kartu paaiškinamas įstatymo projektas, pagal kurį bus draudžiama alkoholio reklama, jei 33% ir daugiau auditorijos sudaro asmenys iki 18 metų amžiaus.

3.8. Prancūzija

Siekiant kontroliuoti alkoholio reklamą, 1991 m. priimtas vadinamasis Evino įstatymas.

Įstatyme pateiktas aiškus alkoholio apibrėžimas – visi gėrimai, kuriuose yra daugiau kaip 1,2 proc. alkoholio, laikomi alkoholiniais.

Alkoholio reklama neturi būti nukreipta į jaunas žmones. Alkoholinių gėrimų reklama draudžiama televizijoje ir kino teatruose. Neleista remti kultūros ir sporto renginių.

Reklama leidžiama tik spaudoje, skirtoje suaugusiems, skelbimų lentose (iš pradžių leista tik alkoholio gamybos ir pardavimo vietose, vėliau leista visur), radijuje (tam tikromis valandomis), specialiuose renginiuose ar vietose (vyno mugėse, vyno muziejuose).

Kontroliuojamas reklamos turinys: tekstai ir vaizdai turi nurodyti tik produktų ypatybes – stiprumą, kilmę, sudėtį, vartojimo būdus.

³³ <http://www.oireachtas.ie/documents/committees/29thdail/committeereports2007/alchol-misuse.pdf>

Kiekvienoje reklamoje turi būti įspėjimas, kad piktnaudžiavimas alkoholiu pavojingas sveikatai.

Be to, ribojama alkoholinių gėrimų reklama per TV, netiesioginė reklama per sporto įvykius leidžiama tik priklausomai nuo įvykio. Praktiškai alkoholinių gėrimų buvimas televizijoje toleruojamas tik tuomet, jei tai nėra primygtinis stiklų ar butelių rodymas, manipuliavimas koku nors objektu, kuris tiesiogiai susijęs su alkoholiu, arba primygtinės aliuzijos į alkoholio produktus.

Radijo reklama draudžiama kasdien tarp 17 val. iki vidurnakčio ir visą dieną trečiadienį. Ribojama reklama kino teatruose.

Ribojimas netaikomas tik užsienio laikraščiams, parduodamiems Prancūzijoje.

Nuo 1991 m. buvo priimta keletas Evino įstatymo pataisų, kurios turėjo lemiamą įtaką reklamos kalbai ir išnyko dviprasmybės. Reklama, pažeidžianti įstatymą, buvo įvertinta Prancūzijos teismų. Paaiškėjo, kad įstatymą taikyti pakankamai lengva ir tai teismams nesudaro jokių problemų. 2005 m. sausio 19 d. Prancūzijos parlamentas pritarė šio įstatymo pataisoms, kurios iš pradžių buvo skirtos vyno reklamos galimybių išplėtimui. Pateikus šias pataisas valstybėje, kurioje dėl alkoholio kasmet miršta 45000 žmonių ir netenkama 17,6 mlrd. eurų, jos buvo palaikytos nesąmone. Tada pavyko pasiekti susitarimą tarp sveikatos specialistų ir vyno gamintojų, kad įstatymas leis reklamuoti objektyvias savybes, nenaudojant kokybinių argumentų. Iš esmės niekas nepasikeitė, nes Evino įstatymas iš pat pradžių leido tik objektyvią informaciją (faktus apie geografinę kilmę, spalvą ir skonį).

Nuo 2004 m. pradžios ANPAA (sveikatos institucijos, prižiūrinčios reklamą) advokatai iškovojo pergalę Prancūzijos teisingumo teisme dėl Bordo ir Burgundijos vynų reklamos neatitikimo Evino įstatymui. Po to įtakingi vyno lobistai pabandė įtikinti parlamentarų, kad Evino įstatymas turi būti lankstesnis. 120 parlamentarų, žinomų kaip vyno lobistai, pateikė atitinkamas pataisas, kurioms pasipriešino tuometinis premjeras Raffarinas ir sveikatos ministras Douste-Blazy, pateikdami savo pataisas, kurioms ir buvo pritarta³⁴.

3.9. Vokietija

Vokietijoje nėra įsigaliojusio įstatymo dėl Alkoholinių gėrimų reklamos. Tačiau galioja savanoriškos elgesio taisyklės. Jas patvirtino Vokietijos reklamos standartų įstaiga kartu su Reklamos federacija bei alkoholio pramonės organizacijomis ir federacijomis. Pagrindiniai šių taisyklių principai:

- neturi būti skatinamas vartojimas;
- neturi būti skatinamas vartojimas dėl mažo alkoholio tūrio;
- nepilnamečiai neturėtų būti skatinami gerti arba jiems tai siūloma, arba jie rodomi geriantys, arba jie kviečiami išgerti;
- joks rungtyniaujantis sportininkas negali būti rodomas geriantis ar kviešti tai daryti kitus;
- negalima pateikti alkoholio kaip vaistų ar kitaip sveikatai padedančios priemonės ir pan.

Taip pat taisyklėse nustatytos nuostatos dėl reklamos TV, suderintos su anksčiau minėta „Televizijos be sienų“ direktyva (89/552/EEB).

3.10. Italija

Ministro dekretu Nr. 425 (1991-11-30) Italijoje pritarta „Televizijos be sienų“ direktyvos nuostatomis dėl alkoholio reklamos TV.

³⁴ <http://www.eph.org/a/1641>

2001 m. kovo mėn. įsigaliojus įstatymui Nr. 125 uždrausta alkoholinių ir spiritinių gėrimų reklama, kuri:

- yra rodoma programose, kurias žiūri nepilnamečiai ir 15 min. iki jų ar po jų;
- susieja alkoholio vartojimą su terapeutinėmis galimybėmis, nepatvirtintomis Sveikatos ministerijos;
- rodo nepilnamečius, vartojančius alkoholį.

Taip pat draudžiama:

- tiesioginė ir netiesioginė alkoholinių ir spiritinių gėrimų reklama vietose, kurias lanko nepilnamečiai iki 18 m.;
- alkoholinių ir spiritinių gėrimų reklama radijuje ir TV nuo 16 iki 21 val.;
- bet kokia alkoholinių gėrimų reklamos forma, adresuota nepilnamečiams;
- reklama filmuose nepilnamečiams;
- prekiauti alkoholiu degalinėse prie greitkelių nuo 22 val. iki 6 val.

Pažymėtina, kad 2001 m. rugsėjo mėn. privačios ir viešos TV ir radijo stotys susitarė dėl reklamos savireguliacijos taisyklių.

3.11. Nyderlandai

Nyderlanduose teisės aktai nereguliuoja alkoholio reklamos ir rinkodaros. Tačiau 1963 m. įsteigtas Reklamos taisyklių komitetas (jo nariai yra verslo atstovai) nustatė elgesio taisykles visoms reklamos rūšims. Alkoholio reklamos taisyklės įsigaliojo 1977 m. 1987 m. alkoholio pramonei suteikta atsakomybė pačiai reguliuoti reklamą. Derybose tarp pramonės, vyriausybės ir Reklamos taisyklių fondo buvo parengtas Alkoholinių gėrimų kodeksas, kuris įsigaliojo 1990 m. rugsėjo 1 d. 2000 m. jis buvo atnaujintas ir įtrauktas į Olandų reklamos bendruomenės taisykles, už kurių pažeidimus numatyta 46000 eurų bauda. Taisyklių laikymąsi prižiūri Atsakingo alkoholio vartojimo fondas.

Šalia įprastų alkoholio reklamos draudimų nustatyta, kad tokia reklama draudžiama, jei ketvirtadalis ir daugiau auditorijos yra asmenys iki 18 metų, jei ji transliuojama programose, kurias žiūri nepilnamečiai, prieš jas arba po jų, per muzikinius kanalus. Alkoholinių gėrimų reklamoje draudžiama vartoti žodį „nemokamai“.

3.12. Portugalija

Alkoholio reklama Portugalijoje pradėta reguliuoti 1981 m. priimtame įstatyme nr. 29/81 vartotojų gynimo aspektu. 1983 m. įstatymo dekretu nr. 303/83 patvirtintas Reklamos kodeksas, pagal kurį buvo draudžiama alkoholio reklama nuo 18 iki 22 val. 1995 m. po pataisų, ginančių vartotojus, šis laikas patikslintas – per radiją ir TV reklama draudžiama nuo 7 iki 22.30 val. Iš esmės Portugalijoje yra leidžiama reklama, kuri neprieštarauja „Televizijos be sienų“ direktyvai. Pažymėtina, kad draudžiama reklama, kuri sieja alkoholinių gėrimų vartojimą su sportine veikla ir vairavimu.

Visi įstatymuose nustatyti apribojimai Portugalijoje, ekspertų teigimu, sąžiningai taikomi.

Papildomai žiūrėti:

http://ec.europa.eu/health/ph_projects/1998/promotion/fp_promotion_1998_a01_27_en.pdf

Costs, health effects and cost-effectiveness of alcohol and tobacco control strategies in Estonia:

http://www.who.int/choice/publications/p_2007_cea_alcohol_tob_Estonia.pdf

Baltic neighbours face alcohol crisis:

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/6957153.stm>

Trumpas apibendrinimas

1. Alkoholio reklama reguliuojama arba teisės aktais, arba ji paliekama alkoholio gamintojų savireguliacijai. Socialiai atsakingų gamintojų savireguliacija dažnai reiškia griežtesnius apribojimus, pvz., JK, nei egzistuojantys įvairių valstybių, pasirinkusių valstybės reguliaciją, teisės aktuose. Pažymėtina, kad savireguliacija yra susijęs su reklama prižiūrinčių institucijų atsakomybės teisiniu reglamentavimu.

2. Nors įvairūs ir gausūs informacijos šaltiniai pateikia įvairiausių autorių samprotavimus bei tyrimus apie alkoholio žalą, alkoholio reklamos ir jos reglamentavimo pasekmes, negalima būtų teigti, kad autoriai ir tyrimai yra visiškai nepriklausomi, kad tam tikra informacija dėl abiejų pusių „lobistinių“ interesų nėra manipuluojama, todėl ir šiame darbe jie nėra plačiai pateikiami ir analizuojami.

3. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad Lietuvoje alkoholio įmonėms, teikiančioms paramą, kaip ir kitiems juridiniams asmenims, taikomos pelno mokesčio lengvatos (mokestinės subsidijos). Dėl suteiktos dvigubo atskaitymo iš apmokestinamųjų pajamų galimybės ir esant pelno mokesčio tarifui, kuris lygus 15%, mokestinės subsidijos suma gali sudaryti iki 30% paramos sumos.

1 priedas

Alkoholio reklamos, renginių rėmimo ir prekės ženklo atpažinimo apribojimai kai kuriose Europos šalyse³⁵
Airija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Skelbimų lentos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kinas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Austrija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškas ribojimas
Kabelinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškas ribojimas
Palydovinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškas ribojimas
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškas ribojimas

³⁵ <http://data.euro.who.int/alcohol/?TabID=2421>

Remiamasi Pasaulio sveikatos organizacijos duomenimis.

Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Skelbimų lentos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kinas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Belgija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kabelinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Skelbimų lentos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kinas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Remiami renginiai, tapatinami su	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas

prekės ženklų			
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklų	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Bulgarija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV			
Nacionalinis radijas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Internetas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose			
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklų	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklų	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Čekija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta	Neribojama	Neribojama	Neribojama

žiniasklaida			
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Danija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kabelinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Palydovinė TV			
Nacionalinis radijas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Internetas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Spausdinta žiniasklaida	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Skelbimų lentos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kinas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas

Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra

Estija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Dalinis ribojimas
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Visiškai ribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Visiškai ribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Graikija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos	Neribojama	Neribojama	Neribojama

vaizdajuostės			
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose			
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu			
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu			
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Islandija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Skelbimų lentos	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Prekybos vietos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kinas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Ispanija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
--	------	-------	---------------------

Nacionalinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Visiškai ribojama
Palydovinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Visiškai ribojama
Nacionalinis radijas*	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida*	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas*	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Savanoriškas susitarimas	Dalinis ribojimas	Savanoriškas susitarimas
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Yra		

* Nėra apribojimų valstybės mastu, tačiau kai kurie apribojimai taikomi kai kuriuose regionuose (autonominėse bendrijose).

Italija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV			
Kabelinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Palydovinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nacionalinis radijas			
Internetas	Savanoriškas susitarimas	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida			
Skelbimų lentos			
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas			
Nuomojamos	Savanoriškas	Savanoriškas	Dalinis ribojimas

vaizdajuostės	susitarimas	susitarimas	
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Savanoriškas susitarimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Savanoriškas susitarimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Jungtinė Karalystė

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kabelinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Palydovinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nacionalinis radijas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Internetas			
Spausdinta žiniasklaida	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Skelbimų lentos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kinas			
Nuomojamos vaizdajuostės			
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose			
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu			
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu			
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		

Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra
---	------

Latvija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Neribojama	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Visiškai ribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Neribojama	Neribojama	Visiškai ribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Yra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Lenkija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Palydovinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Internetas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Skelbimų lentos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Prekybos vietos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Kinas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Produktų	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama

išstatymas TV šou ir filmuose			
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Visiškai ribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Yra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Liuksemburgas

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Internetas			
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizduotės			
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose			
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu			
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu			
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Malta

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kabelinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas

Palydovinė TV			
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Nyderlandai

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kabelinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Palydovinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nacionalinis radijas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Internetas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Spausdinta žiniasklaida	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Skelbimų lentos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kinas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Produktų išstatymas TV šou	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas

ir filmuose			
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Norvegija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Internetas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Spausdinta žiniasklaida	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Skelbimų lentos	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Prekybos vietos	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Kinas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nuomojamos vaizduojamos	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje			
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Portugalija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kabelinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama

Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Yra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Yra		

Prancūzija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Palydovinė TV			
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Internetas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kinas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas

Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Yra
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra

Rumunija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Skelbimų lentos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Slovakija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Palydovinė TV	Neribojama	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nacionalinis radijas	Neribojama	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Neribojama		
Skelbimų lentos	Neribojama		
Prekybos vietos	Neribojama		
Kinas	Neribojama		
Nuomojamos	Neribojama	Savanoriškas	Savanoriškas

vaizdajuostės		susitarimas	susitarimas
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Slovėnija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Skelbimų lentos	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Prekybos vietos	Neribojama	Neribojama	Visiškai ribojama
Kinas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Yra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Suomija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
--	------	-------	---------------------

Nacionalinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Palydovinė TV			
Nacionalinis radijas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Internetas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Skelbimų lentos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Prekybos vietos	Neribojama	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kinas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Švedija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Palydovinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nacionalinis radijas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Internetas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Skelbimų lentos	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Prekybos vietos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kinas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nuomojamos vaizdajuostės	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nealkoholiniai	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama

produktai, tapatinami su prekės ženklu			
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Yra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Šveicarija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Kabelinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Palydovinė TV	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Nacionalinis radijas	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Dalinis ribojimas
Spausdinta žiniasklaida	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Skelbimų lentos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Prekybos vietos	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Kinas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Vengrija

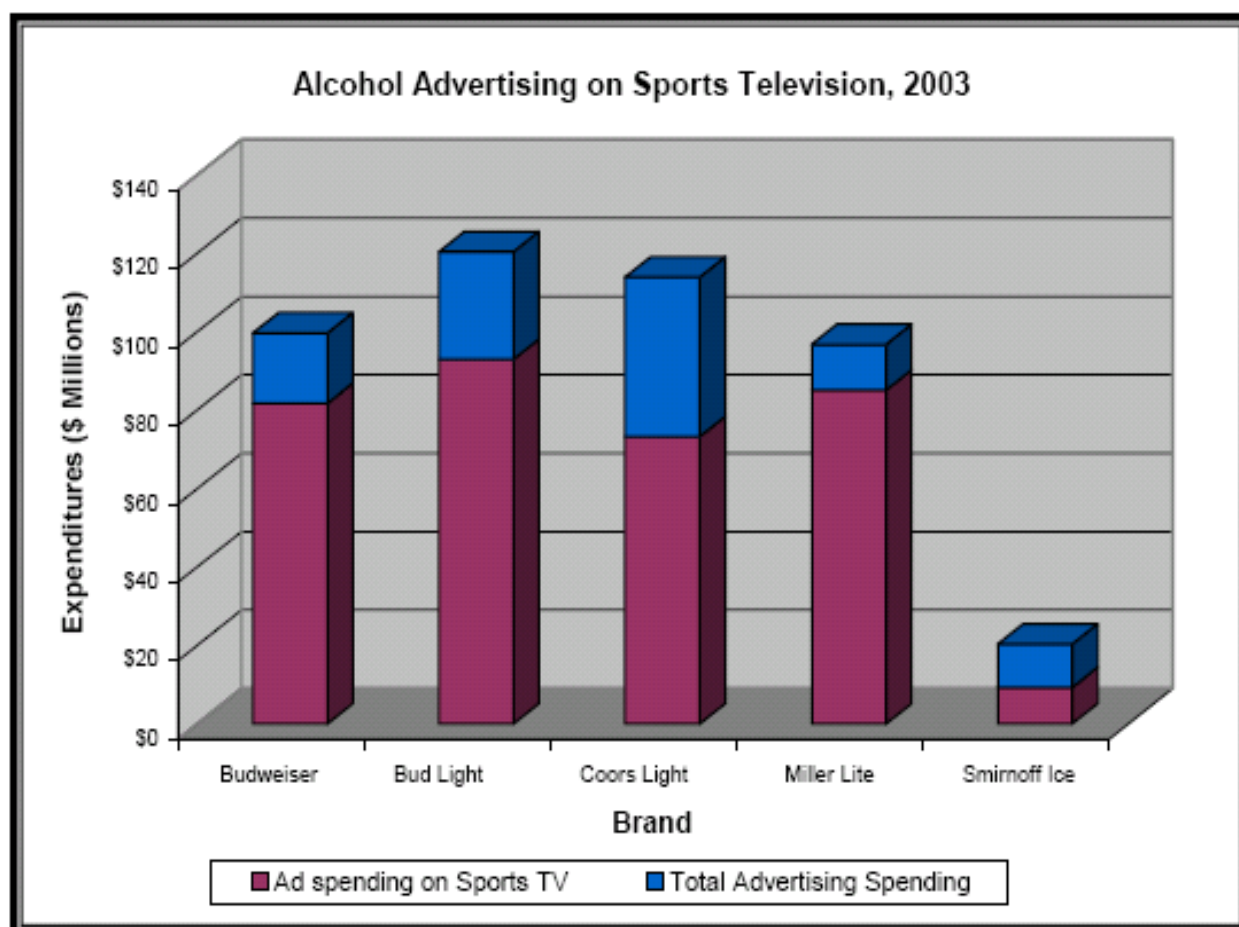
	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Neribojama	Visiškai ribojama	
Kabelinė TV			
Palydovinė TV	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nacionalinis radijas	Neribojama	Dalinis ribojimas	Visiškai ribojama
Internetas	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Spausdinta žiniasklaida	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Skelbimų lentos		Savanoriškas	

		susitarimas	
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas		
Kinas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		

Vokietija

	Alus	Vynas	Spiritiniai gėrimai
Nacionalinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kabelinė TV	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Palydovinė TV			
Nacionalinis radijas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Internetas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Spausdinta žiniasklaida	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Skelbimų lentos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Prekybos vietos	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Kinas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas
Nuomojamos vaizdajuostės	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas	Savanoriškas susitarimas
Produktų išstatymas TV šou ir filmuose	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama	Visiškai ribojama
Remiami renginiai, tapatinami su prekės ženklu	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas	Dalinis ribojimas

Nealkoholiniai produktai, tapatinami su prekės ženklu	Neribojama	Neribojama	Neribojama
Įspėjimai apie žalą sveikatai reklamoje	Nėra		
Įspėjimai apie žalą sveikatai ant taros	Nėra		



Source: Center on Alcohol Marketing and Youth