

## Alkoholpolitiskt forums synpunkter på insatser som borde prioriteras för att begränsa tillgängligheten i den kommande ANDT-strategin.

*Inledningsvis är det viktigt att nämna att alkoholkonsumtionen fortfarande ligger på historiskt sätt höga nivåer, trots minskningar under senare år. Det finns därför en betydande risk att den minskade prioriteringen i frågan, som är tydlig från nationell nivå under senare år, i form av neddragningar i medel och satsningar, kan bidra till att alkoholkonsumtionen och de relaterade problemen ökar framöver.*

Eftersom alkoholens skadeverkningar drabbar många olika områden finns åtgärder för att minska skadeverkningarna med i flera av WHO:s handlingsplaner både på global och europeisk nivå. Tre områden som är särskilt kostnadseffektiva är **begränsning av tillgängligheten, höjda priser genom alkoholskatter och förbud mot alkoholreklam** (inklusive sociala medier). 2018 initierade WHO SAFER initiativet för att begränsa alkoholskador globalt. SAFER står för:

- **Strengthen** restrictions on alcohol availability.
- **Advance** and enforce drink driving countermeasures.
- **Facilitate** access to screening, brief interventions, and treatment.
- **Enforce** bans or comprehensive restrictions on alcohol advertising, sponsorship, and promotion.
- **Raise** prices on alcohol through excise taxes and pricing policies.

WHO fullföljer genom SAFER satsningen på "the three best buys", beskriven ovan, med tillägg av Screening och korta insatser i hälso- och sjukvården samt trafiknykterhetsinsatser.

### Insatser på nationell nivå

Mot bakgrund av denna kunskap är det angeläget att bibehålla och förstärka insatser som syftar till att begränsa tillgängligheten vilket främst handlar om insatser på befolkningsnivå. Det handlar om att värna **Systembolaget** som säljer utan vinstintresse och har en god kontroll på åldersgränser men det handlar också om att **inte** öppna upp för **gårdsförsäljning** och förstärka lagstiftningen för **distanshandeln**. Distanshandeln med alkohol har successivt ökat och bedrivs nu med stöd av aggressiv reklam och annan marknadsföring. Till stor del handlar det om en detaljhandelsliknande verksamhet. Det krävs att den svenska lagstiftningen skärps med bestämmelser som förbjuder kommersiell förmedling och främjande av försäljning av alkoholdrycker från utlandet. Den ska gälla även reklam och annan marknadsföring för sådan försäljning. Genom lagstiftningen kan även tiden för servering på restaurang begränsas, tex genom att besluta att tillstånd inte kan förlängas till längre än kl 03.00.

Höjda priser är ett underutnyttjat styrmedel. **Alkoholskattepolitiken** saknar färdriktning, den präglas av en ängslighet över tänkbara konsekvenser på den allmänna opinionen – på hur införsel och smuggling påverkas av sådana förändringar. Skatterna höjdes ytterst blygsamt under 2014, 2015 och 2017. De reala skatterna på alkohol har sjunkit för öl, vin och sprit med 32, 22 respektive 15 procent jämfört med 1995.

Förutom reglering av punktskatter kan priserna förändras av andra skäl, ex genom förändrad momsats, men också genom att leverantörerna förändrar sina priser. En nackdel med skattehöjning är att det inte kan förhindra att en del konsumenter istället för att dricka mindre övergår till att dricka billigare drycker. Forskning från USA och Storbritannien, men också från Sverige, visar att storkonsumenter, med hög risk för hälsoproblem, tenderar att

köpa den billigaste alkoholen. Det är ett starkt motiv för att ett system med **minimipriser** införs vilket säkerställer att alkohol inte kan säljas under en viss prisnivå. Utvärderingar av minimipriser från Canada och Skottland har visat sig leda till sänkt alkoholkonsumtion, minskad dödlighet och färre sjukhusinläggningar, särskilt för personer med lägre socioekonomisk ställning, dvs de bidrar till att utjämna ojämnheter i hälsa.

**Insatser mot illegal handel** med alkohol måste förstärkas både när det gäller langningen av alkohol från Systembolaget och den alkohol som smugglas in i Sverige för försäljning till både unga och vuxna. Även försäljningen via digitala medier.

Substanser och produkter som är skadliga och beroendeframkallande ska inte marknadsföras men trots att alkohollagen är skriven så att unga personer inte ska nås av alkoholreklam så får en person som är mellan 15 till 24 år en vanlig medievecka ta del av 280 stycken alkoholbudskap via sociala och traditionella medier, dvs 13 440 alkoholbudskap per år enligt IQ. WHO förordar, med starkt stöd från forskning, ett förbud mot alkoholreklam, varför AF anser att ett heltäckande **förbud mot alkoholreklam bör införas**.

### **Insatser på lokal nivå**

På kommunal nivå bör politikerna besluta om en alkoholpolicy, i vilken de understryker vikten av att både begränsa tillgängligheten och efterfrågan. Den bör baseras på en kartläggning över hur problemen ser ut i kommunen.

Restaurangpersonal bör utbildas i **ansvarfull alkoholservice** i syfte att inte servera till minderåriga eller till berusade personer och samtidigt som kommunen bör **stärka tillsynen över hur restaurangerna** sköter sitt uppdrag. Normaltiden för servering på restaurang är mellan kl 11.00 och 01.00, men kan förlängas. AF menar att det inte borde vara tillåtet att förlänga serveringstiderna till längre än kl 03.00.

Att upprätthålla **föräldrars kunskaper att inte bjuda och köpa ut** alkohol till minderåriga är en annan angelägen strategi, liksom att genomföra **kontrollköp i livsmedelsbutiker** för att kontrollera att livsmedelsbutikerna upprätthåller 18-årsgränsen för inköp av folköl. Metoden fyller flera syften både att påminna livsmedelshandeln om lagen och att metoden är ett viktigt verktyg för uppföljning och styrning av **kommunens tillsynsverksamhet**.

När det gäller specifika metoder bör speciellt den s.k. **Kronobergsmodellen** nämnas som i en utvärdering av Brå visat sig vara effektiv i att förebygga alkoholkonsumtion bland unga och våldsbrott. Modellen består av åtgärder för att motverka både efterfrågan på och tillgången till alkohol bland ungdomar. Den ena delen av modellen är riktad mot ungdomar som är berusade i offentlig miljö. Polisen ska ingripa mot dessa ungdomar och hålla ut den alkohol de innehar, de ska också ringa omyndiga ungdomars föräldrar och uppmana föräldrarna att hämta ungdomarna. Den andra delen riktar sig mot langare som olagligt säljer eller anskaffar alkohol till ungdomar. Genom ungdomarna försöker de spåra försäljningen, få bättre underlag för utredning och lagföring av langarna, och därmed strypa försäljningen.

Sven Andreasson

**Ordförande i Alkoholpolitiskt forum**

*Alkoholpolitiskt forum är en förening där forskare, opinionsbildare och beslutsfattare möts och diskuterar alkoholpolitiska frågor.*

