

## Stöd i EU för alkoholpolitiska åtgärder

S om bekant tillhör Sverige de länder i EU som har försökt lyfta alkoholfrågorna. Ett exempel är engagemanget för EUs strategi om alkohol och ett annat att Sverige under ordförandeperioden förra hösten bland annat fokuserade på alkoholreklam riktad till ungdomar. Kort efter ordförandeperiodens slut har det nu presenterats en omfattande undersökning av EU-medborgarnas attityder till alkohol.

Inom ramen för de regelbundet genomförda "EU-barometrarna" gjordes en datainsamling i oktober 2009 i alla 27 EU-länderna om medborgarnas alkoholkonsumtion, medvetenheten om alkoholens risker samt stödet för vissa alkoholpolitiska åtgärder. I varje land besvarades frågorna av ca 1000 slumpvis valda personer.

**Med reservation för** metodologiska oklarheter, kan man notera att en mycket stor majoritet instämmer i att alkohol kan bidra till olika sociala skador såsom gatuvåld (96 %), äktenskapsproblem (94 %) och produktivitetstförluster (94 %). Även när det gäller medicinska hälsoeffekter är det stora majoriteter som svarat att alkohol kan orsaka olika typer av skador; från 97 procent för levercirrhos till 67 procent för cancer. Det finns således en stor medvetenhet i EU-länderna om att alkohol bidrar till såväl sociala som medicinska hälsoeffekter.

Ett område där en stor majoritet av EU-medborgarna är överens gäller inställningen till vissa insatser om alkohol och trafik. Mer än fyra av fem personer i EU instämmer i vikten av att polisen gör slumpmässiga alkoholtester på bilförare. Det är också en stor majoritet av EU-medborgarna

(73 %) som instämmer i påståendet att det i alla EU-länder borde finnas en gräns på 0.2 promille för ungdomar och förare med nytt körkort. För dessa båda insatser för att minska alkohols roll i trafiken finns det således ett starkt stöd bland invånarna i EU.

**Mer än tre** av fyra EU-medborgare är bekymrade över alkoholreklam riktad till ungdomar och vill att detta borde vara förbjudet inom EU. I samtliga EU-länder är det en betydande majoritet som ser positivt på ett sådant förbud.

Oron för ungdomars alkoholkonsumtion kan även ses i det faktum att nio av tio personer i EU-länderna tycker att det i alla EU-länder borde vara förbjudet att sälja och servera alkohol till ungdomar under 18 år.

Varningstexter i samband med alkoholreklam (som redan finns i Sverige) och på flaskornas etiketter är andra åtgärder som betydande majoriteter inom EU tycker kan vara bra (82 respektive 79 %). Detta gäller i alla fall för varningstexter riktade till gravida kvinnor och bilförare, vilka var de två exempel som gavs i undersökningen.

Det är välkänt att det är stora skillnader mellan EU-länderna i priserna på alkohol, vilket bidragit till den omfattande gränshandeln från Tyskland och Danmark till Sverige. Från forskningen vet vi att priset är en viktig faktor för konsumtions- och skadenivån. En sak kan emellertid vara vad forskarna säger och en annan vad vanliga människor tror om prisets betydelse.

Sett över hela EU är det 30 procent som tror att de skulle minska sin konsumtion om alkoholpriserna skulle öka med 25 procent medan 53 procent svarade nej. Svaren är svåra att tolka

eftersom de bland annat påverkas av prisnivå i de olika länderna och möjligheten att köpa alkohol till lägre priser (till exempel i ett grannland eller på en "illegal" marknad) men en slutsats torde ändå vara att de flesta inte tror att en prishöjning skulle påverka hur mycket alkohol de själva dricker (vad som i så fall skulle hända i praktiken återstår naturligtvis att se).

**I mitten av** maj antog WHO den första globala alkoholstrategin. Enligt Eurobarometern finns det ett stöd för vissa alkoholpolitiska insatser i EU-länderna, även om en del av dem, såsom varningstexter, inte har starkt forskningsmässigt stöd. Andra åtgärder med stöd i befolkningen, såsom åldersgränser och slumpmässiga kontroller i trafiken, kan enligt forskningen förväntas minska konsumtionen och problemen.

Att insatser har ett folkligt stöd innebär naturligtvis inte att de kommer att genomföras, men som ansvarig politiker kan det vara en styrka att veta att det finns ett stöd i befolkningen för vissa åtgärder. Från detta till handling, det vill säga lagstiftning, kan dock stegen vara långt.

**Björn Hibell,**  
direktör CAN

