

Lauri Beekmann

Eesti tubaka- ja alkoholikahjude vähendamise koda

Põhjamaade alkoholi- ja narkopoliitika võrgustik (NordAN)

PARIMAD PRAKTIKAD ALKOHOLIPOLIITIKAS, MIDA EESTI SAAB OMA NAABRITELT ÕPPIDA

PÕHJA- JA BALTIMAAD

Valdkond	Eesti	Läti	Leedu	Soome	Rootsi	Norra	Island
Jaemüügi mudel	Eramüük tavakaubanduses	Eramüük tavakaubanduses	Eramüük tavakaubanduses; tanklates keelatud	Monopol (Alko), poodides osa jooke lubatud (kuni 8%)	Monopol (Systembolaget, alates 3,5%)	Monopol (Vinmonopolet, alates 4,7%)	Monopol (Vínubúðin, alates 2,25%)
Kaupluse müügiaeg	10.00–22.00	E–L 10.00–20.00, P 10.00–18.00	E–L 10.00–20.00, P 10.00–15.00	Jaemüük üle 2,8% 9.00–21.00, Alko poed üldjuhul lühemalt	Monopoli kaudu, piiratud lahtiolekuajad	Monopol: üldiselt lühemad ajad, pühapäeval suletud	Monopol: üldiselt E–N 11–18, R 11–19, L 11–18
Minimaalne ostuiga	18	18	20	18, üle 22% jookidel 20	20 Systembolagetis, 18 restoranis	18 kuni 22%, 20 üle 22%	20
Reklaam ja turundus	Lubatud ainult rangelt piiratud neutraalne tooteteave, välireklaamikeeld	Laialdased sisupiirangud, kohustuslik hoiatus ja välireklaami keeld	Täielik reklaamikeeld	Kangete jookide reklaamikeeld, lahjade ranged sisupiirangud ja sotsiaalmeedia piirangud	Range mõõdukuse nõue, ringhäälingukeeld ja väga piiratud reklaamisisu	Täielik reklaamikeeld	Täielik reklaamikeeld
Kättesaadavuse üldpilt	Balti võrdluses pigem leebem	Eestist rangem	Eestist rangem	Põhjamaine tugev kontroll, aga 2024 tehti osaline liberaliseerimine	Põhjamaine tugev kontroll	Põhjamaine väga tugev kontroll	Põhjamaine väga tugev kontroll
Eesti suhteline positsioon	Lähtepunkt	Eesti on müügiaegade osas leebem, turunduse osas veidi rangem	Eesti on ostuea, müügiaegade ja reklaami osas leebem	Eesti on selgelt liberaalsem	Eesti on selgelt liberaalsem	Eesti on väga palju liberaalsem	Eesti on väga palju liberaalsem

PÕHJAMAADE ALKOHOLIMONOPOLID

- Soome, Alko:** monopol kääritatud jookidele üle 8% ja jookidele, mis sisaldavad üle 5,5% destilleeritud alkoholi.
- Rootsi, Systembolaget:** monopol jookidele üle 3,5%.
- Norra, Vinmonopolet:** monopol jookidele üle 4,7%.
- Island, Vínbúðin:** riiklik monopol alates 2,25%-st.
- Ühine põhimõte on lihtne: **alkohol ei ole tavaline kaup**, seega ei jäeta tugevamate jookide jaemüüki tavapärase kasumiloogika kätte.
- Praktikas tähendab see vähem müügikohti, lühemaid müügiaegu, tugevamat vanusekontrolli ja neutraalsemat müügikeskkonda.

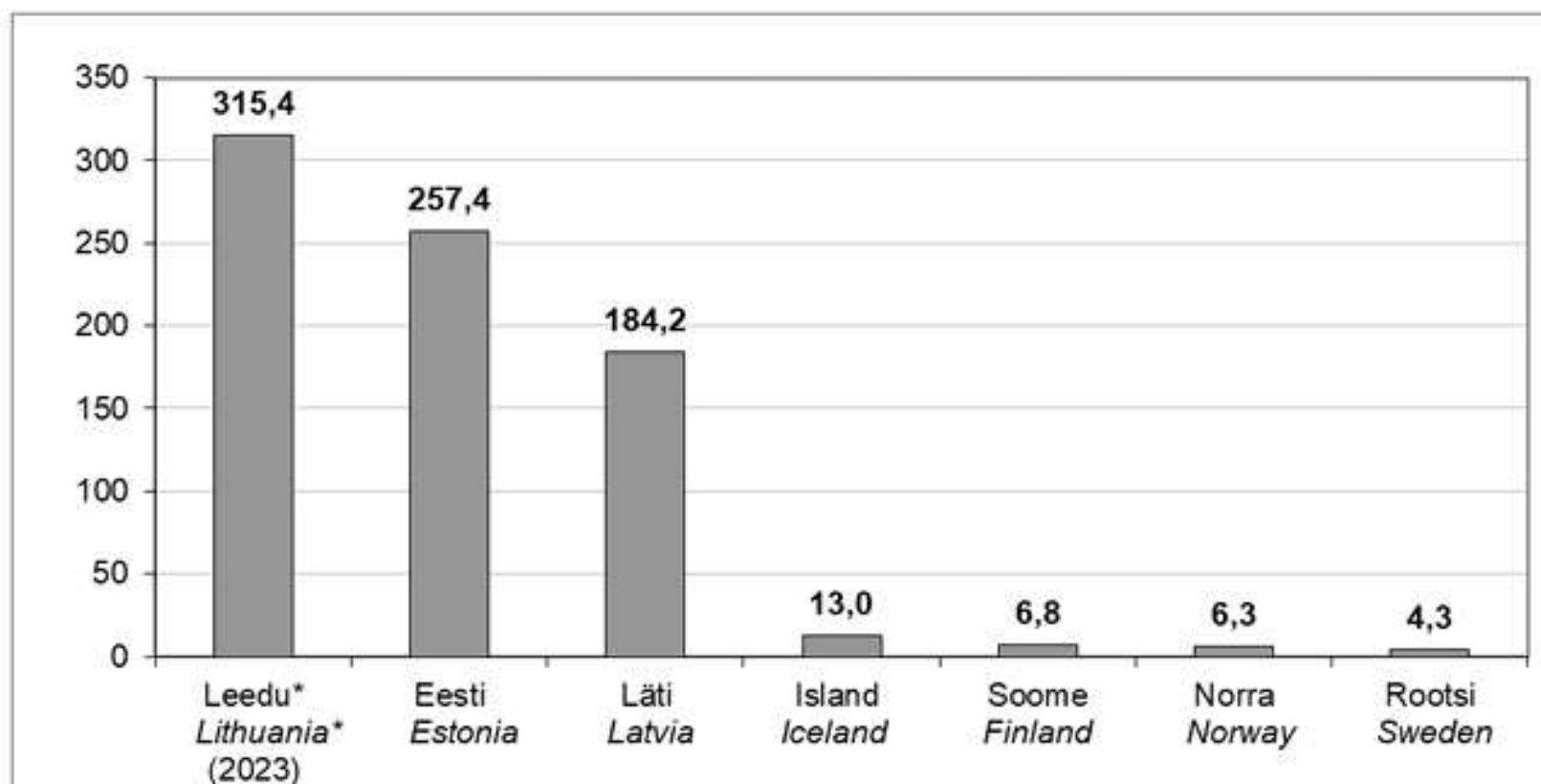
[lin hälsa och alkohol](#)
[Hållbarhet](#)
[Jobba hos oss](#)
[Företagsfakta](#)

This is Systembolaget

Systembolaget exists for one reason: To minimize alcohol-related problems by selling alcohol the right way, without profit motive. Our vision is a society in which alcoholic beverages can be enjoyed without harming people or the environment.

Joonis 48. **Registreeritud kange alkoholi jaemüügikohtade arv 100 000 elaniku kohta**
Põhjamaades ja Balti riikides 2024

Number of registered retail shops selling strong alcohol per 100 000 inhabitants in Nordic countries and Baltic states 2024



Allikad: Alko; Systembolaget; Vinmonopolet; Vinbudin; Läti riigieelarve talitus; Leedu uimastite, tubaka ja alkoholi kontrolli amet; Majandustegevuse register, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium; Statistikaamet.

Sources: Alko; Systembolaget; Vinmonopolet; Vinbudin; State Revenue Service of Latvia; Drug, Tobacco and Alcohol Control Department of Lithuania; Register of Economic Activities, Ministry of Economic Affairs and Communications; Statistics Estonia.



REKLAAM ON TARVITAMISE PROPAGEERIMINE

Täielik keeld:

- a. Norra
- b. Island
- c. Leedu (alates 2018)

Leedu on seega hetkel ainuke EL-i liikmesriik, kus on täielik reklaamikeeld. Viimati kehtis see Soomes ja Rootsis (enne 1995).

AGA GLOBALISED KANALID?

Google Ads follows local alcohol laws and industry standards, so certain kinds of alcohol-related advertising, both for alcohol and drinks that resemble alcohol, are not allowed. Some types of alcohol-related ads are allowed if they adhere to the policies outlined below, don't target minors, and only target locations that are allowed to show alcohol ads.

In this article

- [Alcohol sale](#)
- [Alcohol information](#)
- [Irresponsible alcohol advertising](#)
- [Ad serving for Alcohol ads](#)
- [Alcohol advertising location specifics](#)

Alcohol sale

Ads that feature one or more alcoholic beverages or beverages that resemble alcohol in the ad and lead to a destination or app where alcohol can be purchased are considered to be promoting the sale of alcoholic beverages.

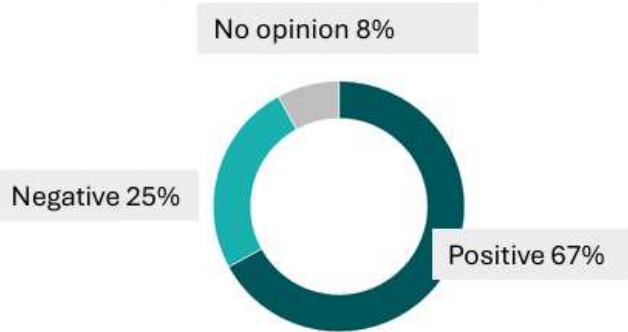
 Ads promoting the sale of alcoholic beverages are allowed as long as they don't target minors and only target approved locations.

 Ads that promote the sale of alcoholic beverages with alcohol by volume (ABV) under a certain percent are allowed as long as they don't target minors, only target approved locations, and indicate the highest alcohol by volume (ABV) on the landing page.

 Ads for the online sale of alcoholic beverages are not allowed to run outside of the list of approved locations.

VANUSEPIIRANG

Do you support increase of alcohol purchase age?



Would you support full ban on alcohol advertising 2015/Are you satisfied with ban? 2020/2023

	2015	2020	2023
YES	57%	60%	66%
NO	29%	21%	22%
DON'T KNOW	14%	19%	12%

Source: NTAKD, Sprinter surveys, 2015, 2020, 2023

Leedu: ostuiga tõsteti 2018. aastal **20 aastani**

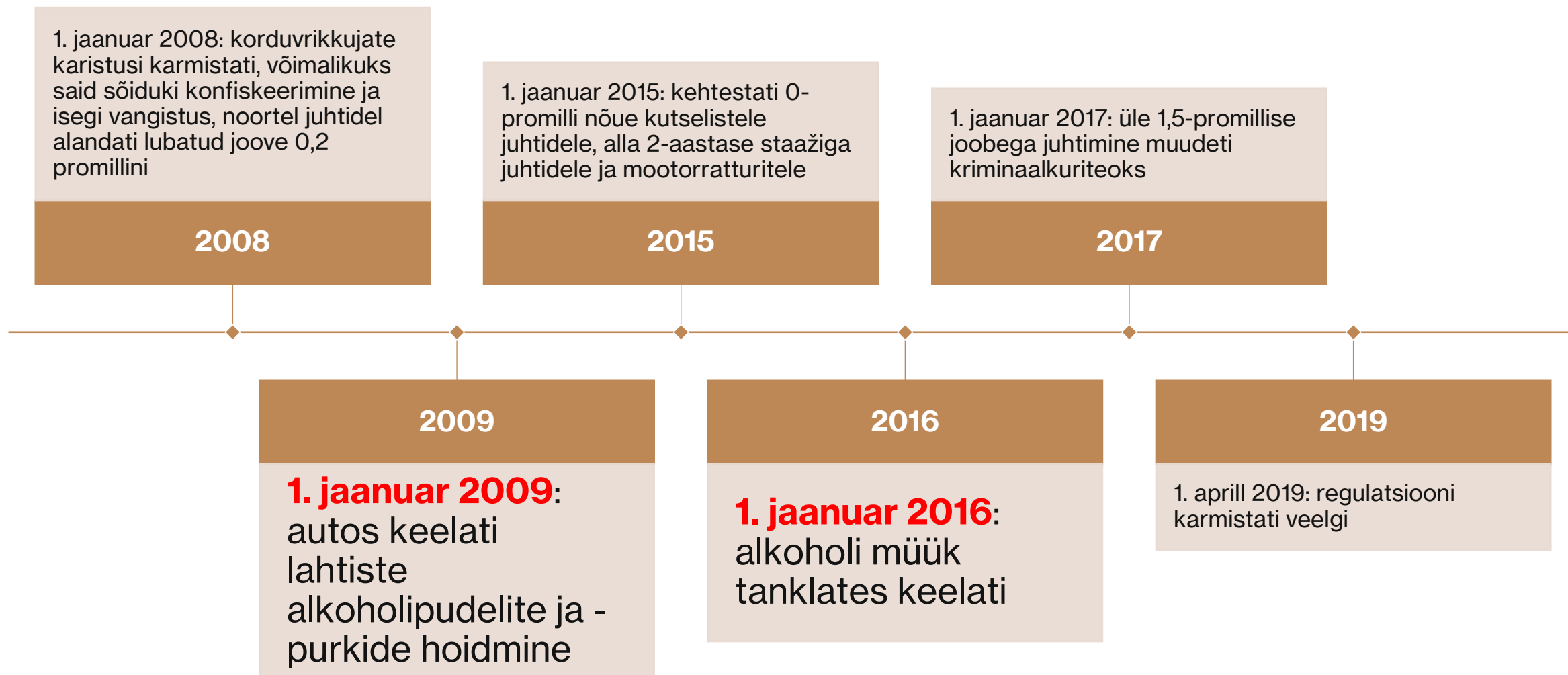
Rootsi: **20** Systembolagetis, **18** restoranis

Soome: **18 / 20**, sõltuvalt joogi kangusest

Norra: **18 / 20**, sõltuvalt joogi kangusest

Island: **20**

LEEDU SAMMUD ALKOHOLIGA SEOTUD LIIKLUSOHUTUSES



LÄTI: 6 TUNNI REEGEL KAUGMÜÜGILE

- Alates 1. augustist 2025 võib veebist või mobiilirakendusest ostetud alkoholi kliendile üle anda mitte varem kui 6 tundi pärast tellimuse esitamist.



ALCOHOL

NO ORDINARY COMMODITY

research and public policy

SECOND EDITION



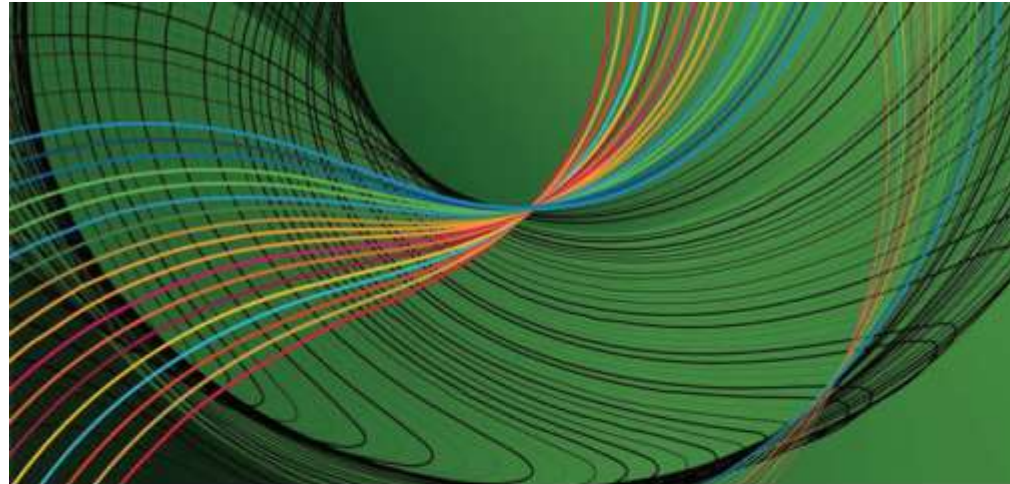
Thomas Babor, Raul Caetano, Sally Casswell, Griffith Edwards,

ALCOHOL IS NO ORDINARY COMMODITY

- WHO käsitleb alkoholi kui toodet, mille kahju ulatub tarbijast kaugemale ja mõjutab kogu ühiskonda.
- Seetõttu ei lähtuta alkoholipoliitikas vabaturu loogikast, vaid rahvatervise kaitsest.
- WHO kõige tõhusamad meetmed on kõrgem hind, piiratud kättesaadavus ja tugevad reklaami ning turunduse piirangud.
- Mida vähem taskukohane, nähtav ja kergesti kättesaadav alkohol on, seda vähem sünnib kahju.

ALKOHOLIGA SEOTUD SUREMUS PER 100 000

- Global status report on alcohol and health and treatment of substance use disorders (2019)
- **Norra – 14.1**
- **Rootsi – 16.9**
- **Island – 17.3**
- **Soome – 29.5**
- **Eesti – 83.9**
- **Läti – 127.0**
- **Leedu – 128.0**



Global status report
on alcohol and health and treatment
of substance use disorders