

ZÁKLADNÍ FAQ K PROBLEMATICE ALKOHOLU

- **VÝZVA K OCHRANĚ VEŘEJNÉHO ZDRAVÍ A OMEZENÍ DOSTUPNOSTI ALKOHOLU**

Proč je potřeba problematiku alkoholu řešit?

Patříme mezi světové premianty ve spotřebě alkoholu – ročně se u nás v přepočtu vypije 160 litrů alkoholických nápojů na osobu. Každoročně to znamená 6 000–7 000 úmrtí, desetitisíce hospitalizací, miliardové náklady (odhad na rok 2025 je přes 50 miliard korun). Alkohol ohrožuje i děti a mladistvé – nadměrné pití uvádí téměř polovina středoškoláků. Zároveň přispívá ke kriminalitě, domácímu násilí a rozpadu rodin.

Co by mohlo situaci zlepšit?

Ze zkušeností ze zahraničí i expertíz víme, že nejefektivnější je kombinace několika opatření, která samostatně mívají omezený dopad. Jde o takzvané „best buys“ – doporučení Světové zdravotnické organizace (WHO), která představují nejúčinnější a zároveň nákladově nejefektivnější přístup ke snížení spotřeby alkoholu. Patří mezi ně přísné omezení marketingu a reklamy, zvýšení ceny prostřednictvím zdanění a omezení dostupnosti alkoholických nápojů. Tato opatření opakovaně prokázala svou schopnost snižovat spotřebu alkoholu i s ní související úmrtnost a nemocnost.

Proto je doporučujeme také v naší Výzvě. Tu podpořilo celkem 25 renomovaných institucí z oblasti zdravotnictví, prevence či adiktologie. My všichni nabízíme politikům pomocnou ruku a rádi budeme spolupracovat na řešeních pro zlepšení zdraví a kvality života v naší zemi.

Jaký bude s Výzvou další postup?

Výzvu jsme zaslali klíčovým ministerstvům spolu s nabídkou spolupráce. Zároveň plánujeme k tématu uspořádat kulatý stůl, na který pozveme jak experty a expertky na danou problematiku, signatáře Výzvy, tak zástupce politických stran. Zdraví je totiž zájmem nás všech bez rozdílu.

Nestačí pouze osvěta?

Osvěta je důležitá, ale sama o sobě nestačí, což mnohokrát potvrdily výzkumy. Například zpráva Světové zdravotnické organizace uvádí, že samotné vzdělávací kampaně jsou málo účinné při snižování škod způsobených alkoholem – zejména pokud nejsou doprovázeny opatřeními jako je regulace reklamy, omezení dostupnosti alkoholu či zvýšení ceny.

Podobně studie Evropské komise a OECD potvrzují, že osvěta bez regulace nevede ke změně chování – obzvláště pokud je alkohol levný, snadno dostupný a intenzivně propagovaný.

Navíc se často opakuje mylná představa, že alkoholový průmysl se umí „uhlídat sám“. Realita ale ukazuje opak. Hodnocení tzv. samoregulačních kodexů ukázala, že v praxi nefungují spolehlivě a výrobci alkoholu je porušují – např. reklamy často cílí na mladé lidi a nedodržují deklarovaná pravidla.

Nejde o zásah do volného trhu?

Naším cílem není omezovat podnikání, ale chránit veřejné zdraví, zejména dětí a mladistvých. Obdobně jako se tomu děje třeba u tabáku. Zdravá společnost je základem pro prosperující ekonomiku i fungující stát. Racionálně nastavená dostupnost alkoholu je důležitým krokem k dosažení tohoto cíle. Nikdo nevolá po zákazu vína, piva nebo slivovice, ale po rozumném vyvážení a pravidlech.

Zdraví obyvatel a fungující podnikání se nevylučují. Pokud zlepšíme veřejné zdraví, klesnou náklady spojené s nadměrnou konzumací alkoholu pro stát i firmy, vzroste produktivita alepší se kvalita života. Regulace se osvědčila v zemích jako je Litva nebo Skotsko.

Neměla by opatření mířit jen na ty, kteří pijí nadměrně?

Neexistuje žádné bezpečné množství alkoholu. Podle vědeckých studií má i mírná konzumace negativní dopady na lidské zdraví – například zvyšuje riziko vysokého krevního tlaku, onemocnění jater nebo duševních poruch.

Další důkazy ukazují přímou souvislost mezi alkoholem a vznikem několika typů rakoviny – například prsu, jater, jícnu nebo tlustého střeva. Tyto účinky se projevují i při nízké nebo střední konzumaci. Potvrzuje to Mezinárodní agentura pro výzkum rakoviny, která zařadila alkohol mezi prokázané karcinogeny.

Nechceme lidem zakazovat pít. Ale látka, která má tak závažné dopady na zdraví a společnost, by neměla být levná, snadno dostupná a propagovaná jako běžné zboží. Cílem je, aby lidé měli přesné informace, stát nesl menší náklady – a každý mohl svobodně rozhodovat s vědomím všech rizik.

• EKONOMICKÉ OTÁZKY POJÍČÍ SE S ALKOHOLEM

Jaké náklady se z pohledu státu pojí s konzumací alkoholu?

Ekonomické náklady spojené s alkoholem se podle studie Ministra zdraví pohybovaly v roce 2021 kolem 43,4 miliard ročně, tedy 0,69 % HDP. S přihlédnutím k predikci vývoje mezd a spotřeby je kvalifikovaný odhad nákladů dle PAQ Research pro rok 2025 okolo 50,7 miliard.

Jak se vyčísluje například ztráta produktivity?

Ztráta produktivity, která představuje největší část nákladů (57,95 % z celkových 43,4 miliardy Kč v roce 2021), se počítá na základě dvou hlavních faktorů:

- Absence v práci (absentismus): Situace, kdy zaměstnanci chybí na pracovišti kvůli zdravotním problémům spojeným s alkoholem, případně úmrtí.
- Snížená výkonnost v práci (prezentismus): Případy, kdy jsou zaměstnanci sice přítomni, ale jejich produktivita je snížena vlivem předchozí konzumace alkoholu.

Ztráty se odhadují na základě průměrné mzdy a počtu zameškaných pracovních dnů či snížené efektivity práce. Metodiky výpočtu se mohou mírně lišit, což vede k rozdílu v odhadech mezi jednotlivými studiemi. Nicméně všechny tyto studie potvrzují významný ekonomický dopad konzumace alkoholu na společnost.

Kolik stát vybere na daních v kontextu alkoholu?

Podle analýzy Ministra zdraví dosáhly společenské náklady spojené s konzumací alkoholu v roce 2021 přibližně 43,4 miliardy Kč. Ve stejném roce stát na spotřební dani z alkoholu vybral 13,3 miliardy Kč.

Někdy zaznívá námitka, že alkohol přináší státu i další příjmy – například z DPH nebo daně z příjmu firem. Jenže tyto daně nejsou určeny ke kompenzaci škod. DPH platíme i z rohlíků, ale nikdo netvrdí, že by tím měly být hrazeny „náklady na jezení rohlíků“.

Pouze spotřební daň slouží k tomu, aby do ceny produktu započítala negativní dopady na společnost – tzv. externality. A v tomto srovnání stát výrazně prodělává: náklady jsou více než trojnásobně vyšší než příjmy ze spotřební daně.

Ministerstvo financí zveřejňuje celkové inkaso DPH. Detailní rozpis DPH podle konkrétních produktových kategorií, jako je alkohol, ale veřejně k dispozici není.

Odradí vyšší zdanění opravdu lidi od alkoholu?

Ano – vyšší cena alkoholu patří mezi nejúčinnější opatření, jak snížit jeho spotřebu i škody, které způsobuje. Nejde o spekulaci, ale o opakovaně potvrzený závěr desítek studií a analýz po celém světě, ověřený i reálnou praxí. Zvýšení ceny alkoholu, např. pomocí daní, vede k nižší spotřebě, hlavně u rizikových skupin (např. mladých nebo lidí s vysokou spotřebou). A tím pádem i k nižší nemocnosti, méně nehodám nebo nižší úmrtnosti.

OECD i WHO potvrzují, že cenová opatření mají nejlepší poměr cena/výkon ze všech intervencí. Jsou účinná, levná a přinášejí výsledky rychle. Příkladem může být právě Litva, která v reakci na extrémně vysokou spotřebu alkoholu zavedla balíček opatření – od zákazu reklamy přes omezení prodeje až po výrazné zvýšení daní a cen alkoholu. Výsledek? Do roku 2016 klesl počet let ztracených kvůli alkoholu o 20 %. Spotřeba alkoholu i úmrtnost mužů v produktivním věku také významně poklesly.

Podle návrhu PAQ Research by změna konstrukce spotřební daně na alkohol v Česku měla jasný dopad na snížení konzumace alkoholu, zejména u levných a silných alkoholických nápojů, které nejčastěji konzumují právě riziková uživatelská skupina, jejichž spotřeba je nejvyšší.

Nebudou pak lidé pít levný, nekvalitní nebo pančovaný alkohol? Neposílíte černý trh?

Právě naopak. Návrh nové konstrukce daně od PAQ Research cílí na to, aby nejvíce zdražil levný a silný alkohol s největšími dopady na zdraví, který je dnes paradoxně nejdostupnější. To znamená, že by největší daňové zatížení nesly právě rizikové nápoje, ne běžné či kvalitní produkty, a tím by se zmenšil prostor pro jejich masové zneužívání.

Pokud by se příjmy zvýšily, vyváží to jiná rizika alkoholu?

Cílem není „vykoupit škody“ penězi do rozpočtu, ale postupně snižovat samotné škody, které alkohol způsobuje. Je důležité mít na paměti skutečnost, že hodnota lidského života či jeho kvality se vyčíslit nedá. Sama o sobě je zásadním důvodem pro řešení této problematiky.

U spotřební daně na tiché víno odpůrci argumentují dopady na malé vinaře. Reflektujete to?

Cílem navrhovaných změn není vinaře „trestat“, ale narovnat daňový systém, který je dnes nespravedlivý a neodráží reálné dopady jednotlivých alkoholických nápojů na zdraví a společnost. V Česku je dnes tiché víno jako v podstatě jediný alkoholický nápoj úplně osvobozeno od spotřební daně, zatímco jiné druhy alkoholu – včetně piva nebo lihovin – dani podléhají.

PAQ Research proto doporučuje zrušení této výjimky, ale zároveň uvádí, že jakékoliv daňové změny musí být doprovázeny podporou pro drobné a lokální výrobce, zejména v sektorech, které čelí mezinárodní konkurenci.

Hovoříte o automatické valorizaci spotřební daně. Jaký to má důvod?

PAQ Research navrhuje automatickou valorizaci spotřební daně, například podle růstu průměrné mzdy nebo inflace – aby daňová zátěž na alkohol dlouhodobě odpovídala jeho dopadům na společnost a neztrácela účinnost v čase. Podobné systémy už fungují například ve Francii nebo Belgii.

• OMEZENÍ DOSTUPNOSTI ALKOHOLU

Jsou návrhy na omezení dostupnosti alkoholu účinné?

Světová zdravotnická organizace řadí tato opatření mezi tzv. “best buys” – tedy nejúčinnější a cenově nejvýhodnější nástroje alkoholové politiky. Zahraniční zkušenosti i odborné studie ukazují, že omezení dostupnosti alkoholu – tedy kdy a kde se může prodávat – má prokazatelný vliv na snížení jeho spotřeby a škodlivých dopadů.

Například studie ze severských zemí, Kanady nebo Litvy, ukazují, že zkrácení prodejní doby alkoholu vedlo k poklesu násilí, dopravních nehod, hospitalizací i úmrtí souvisejících s alkoholem. Výrazné dopady byly pozorovány zejména při omezení nočního prodeje. Tato opatření omezují impulzivní nebo rizikové nákupy, například v noci nebo při cestách autem.

Přestane bar v určitou hodinu nalévat alkohol?

Ne. Cílem není plošně zavřít všechny bary ve 23:00 ani omezit večerní zábavu. Opatření, která se zvažují, se týkají hlavně omezení nočního prodeje alkoholu v samoobslužných prodejnách a podobně.

Kdo by pravidla vymáhal?

V praxi by dohled nad dodržováním pravidel pravděpodobně zajišťovaly stávající kontrolní orgány, stejně jako je tomu už dnes u kontroly prodeje alkoholu nezletilým. Otázku posilování kapacit již dnes řeší Odbor protidrogové politiky Úřadu vlády.

Budou stejné limity platit i pro státní instituce a veřejné akce (městské slavnosti apod.)?

Pokud mají mít jakákoliv pravidla důvěru veřejnosti, musí být spravedlivá a platit pro všechny včetně státu, měst i veřejných akcí.

- **VYMÁHÁNÍ PRÁVA PŘI PRODEJI ALKOHOLU DĚTEM A MLADISTVÝM**

Navrhujete i důslednější vymáhání práva - aby prodejci skutečně neprodávali dětem a mladistvým. Co to přesně znamená? Větší pokuty, více kontrol?

Důslednější vymáhání práva neznámá automaticky víc pokut nebo plošné razie. Jde především o to, aby byl systém nastavený tak, že stávající i nová pravidla budou vymahatelná efektivně, jednoduše a bez zbytečných administrativních průtahů.

Dnes je problém často v tom, že i u jasného porušení pravidel je složité a zdouhavé cokoli vyřešit. Poctiví obchodníci se takových změn nemusí obávat – naopak, férové a funkční vymáhání pravidel chrání i je před nekalou konkurencí.

Co s online prodejem?

Online prodej alkoholu je dnes jedním ze slabších míst, pokud jde o kontrolu věku kupujících – a právě proto se hledá způsob, jak pravidla pro digitální prostředí zpřesnit a efektivně vymáhat.

Zvažuje se, že by se použil podobný model, který už dnes funguje například u některých rizikových látek, jako jsou psychomodulační látky. Ověření věku by probíhalo ve dvou krocích: při objednání by kupující musel projít ověřením přes tzv. identitu občana (např. Bank iD nebo eidentita), a při převzetí zboží by doručovatel nebo výdejní místo znovu ověřili, že alkohol přebírá plnoletá osoba.

Tento model je v Česku dobře technicky zvládnutý a nijak zásadně nekomplikuje nákup, pokud je jednou zaveden. Prodejci by tak mohli dál prodávat online, ale s jasnými pravidly, která zamezí přístupu nezletilých.

- **OMEZENÍ REKLAMY**

Proč je podle vás třeba regulace reklamy na alkohol?

Na základě výzkumů a doporučení odborných institucí je jasné, že reklama na alkohol významně přispívá k jeho konzumaci mezi mladistvými a zvyšuje riziko závislosti. Naším cílem je ochrana zdraví dětí a mladistvých a snížení celospolečenských nákladů spojených s alkoholem

Reklama na alkohol podporuje romantizaci a normalizaci konzumace alkoholu, což vede k vyšší míře jeho konzumace a souvisejícím zdravotním problémům. Omezení reklamy na alkohol je klíčovým krokem ke snížení jeho spotřeby a zlepšení veřejného zdraví, jak ukazují zkušenosti ze zemí jako Litva a Norsko, které zaznamenaly pozitivní výsledky po zavedení přísnějších regulací.

Jak se změnila situace v jiných zemích po zavedení regulace reklamy na alkohol?

V Litvě došlo po zavedení přísných regulací reklamy na alkohol v kombinaci s dalšími opatřeními (vyšší zdanění, omezení dostupnosti, apod.) ke snížení spotřeby alkoholu o 17 % mezi lety 2015 a 2017.

Norsko zaznamenalo po zákazu reklamy na alkohol výrazný pokles spotřeby alkoholu a snížení zdravotních a sociálních problémů spojených s konzumací alkoholu.

Jaké jsou důkazy o škodlivosti reklamy na alkohol?

Výzkumy ukazují, že vystavení reklamě na alkohol zvyšuje pravděpodobnost, že mladí lidé začnou pít dříve a zapojí se do nadměrného pití. Studie provedené na Johns Hopkins University potvrzují, že reklama má přímý vliv na zvýšení konzumace alkoholu mezi mladistvými.

Analýzy z různých studií po celém světě jednoznačně dokládají, že reklama na alkohol přispívá k pozitivním očekáváním mladistvých ohledně alkoholu a vede k jejich vyšší spotřebě. Přesvědčivé důkazy najdeme například ve studiích Jernigana a Rosse.

Případové studie a systematické přehledy uvádí, že alkoholový marketing významně přispívá k nástupu pití během dospívání a ke zvýšení četnosti a množství pití mezi mladými lidmi.

Proč nestačí samoregulace?

Samoregulace selhává, jak ukazují důkazy z 57 studií v 18 zemích, mladiství zůstávají vystaveni reklamám na alkohol i přes samoregulační opatření. Zpráva Evropské komise z roku 2012 také poukazuje na to, že samoregulační systémy nejsou dostatečně účinné.

Alkoholový průmysl často porušuje svá vlastní pravidla a používá inovativní „šedé“ reklamní praktiky, tzv. health washing, které cílí na mladé lidi a rizikové konzumenty. Efektivní ochrana zranitelných skupin vyžaduje přísnější legislativní opatření.

Současné samoregulační systémy nedokážou chránit mladistvé a osoby s problémovým pitím alkoholu. Vládní regulace je nezbytná k zajištění ochrany veřejného zdraví a snížení negativních dopadů reklamy na alkohol.