



Lussemburgo, il 22/07/2003

**Progetto di verbale della riunione del
GRUPPO DI LAVORO "ALCOL E SALUTE"
del 11-12 giugno 2003 a Lussemburgo**

**Riunione congiunta con i rappresentanti dei gruppi interessati
(industria delle bevande alcoliche, settore pubblicitario, organismi di
autodisciplina e ONG)**

**11 giugno 2003
14.00 - 17.30**

Adozione dell'ordine del giorno

Benvenuto e introduzione del presidente, sig. John F. Ryan (capo unità, DG SANCO/G3).

L'ordine del giorno è approvato; inversione dei punti 3 e 4; nessuna questione da menzionare al punto "varie".

Introduzione

dei servizi della Commissione

Il programma di sanità pubblica (2003-2008) e il piano di lavoro 2003

Il presidente presenta il programma di sanità pubblica e il piano di lavoro 2003 a nome dei servizi della Commissione. In precedenza, gli otto programmi di sanità pubblica erano incentrati su malattie o azioni specifiche. I problemi legati all'alcol rientravano prevalentemente nel programma di promozione della salute.

Questi programmi specifici sono stati sostituiti da un nuovo programma di sanità pubblica (2003-2008), realizzato principalmente attraverso il finanziamento di progetti secondo un piano di lavoro annuale. I progetti sono prevalentemente finanziati attraverso inviti a presentare proposte, ma il 18% del bilancio è riservato ai bandi di gara. Il nuovo programma di salute pubblica ha un bilancio annuale di 52 milioni di euro.

Il programma è articolato in tre parti:

1. Informazioni sulla salute
2. Allarme rapido per le minacce per la salute
3. Determinanti sanitari

Il presidente fornisce un aggiornamento sulla valutazione delle proposte di progetto. L'invito a presentare proposte del 2003 scadeva il 16 maggio 2003. Attualmente la valutazione delle proposte è in corso e la selezione finale dei progetti avrà luogo nel luglio 2003 dopo che il comitato del programma avrà presentato il proprio parere.

I problemi legati all'alcol assumono un'importanza centrale nel piano di lavoro 2003. Nella raccolta di informazioni sulla salute della prima parte rientra anche una raccolta di dati su alcol e stile di vita, al fine di elaborare indicatori relativi per esempio al consumo e alla promozione dell'alcol e alla legislazione in materia. Nella serie di relazioni sulla sanità pubblica menzionate nel piano di lavoro la relazione sull'impatto economico e sociale dell'alcol è stata scelta tra i temi prioritari dell'anno in corso.

Nella terza parte il piano di lavoro 2003 prevede l'istituzione di una rete di organismi esperti per sostenere l'applicazione della raccomandazione del Consiglio sul consumo di bevande alcoliche da parte dei giovani e per contribuire all'ulteriore elaborazione di una strategia comunitaria destinata a ridurre i danni provocati dall'alcol. Il piano ha inoltre l'obiettivo di avviare la preparazione di una conferenza sull'alcol, la salute e la società da tenersi nel 2005 e di promuovere la partecipazione dei giovani nell'elaborazione di politiche e attività di lotta contro l'alcolismo, priorità indicata nella raccomandazione del Consiglio sull'alcol e i giovani (raccomandazione del Consiglio del 5.6.2001, GU L 161 del 16.6.2001, pag. 38).

Riorganizzazione della DG SANCO/G

Il presidente illustra i piani relativi alla riorganizzazione della DG-SANCO/G, che in futuro comprenderà tre unità (strutturate in funzione delle tre parti del programma di sanità pubblica), due delle quali affronteranno problemi legati all'alcol: l'unità informazioni sulla salute e l'unità determinanti sanitari. Una quarta unità tratterà questioni finanziarie e organizzative. Per sostenere l'attuazione del programma sarà inoltre istituita un'agenzia esecutiva.

Presentazione relativa all'applicazione dell'articolo 15 riguardante le bevande alcoliche nel contesto della revisione della direttiva "televisione senza frontiere"

a cura di EUROCARE

La sig.^{ra} Florence Berteletti Kemp introduce l'argomento a nome di EUROCARE. La presentazione PowerPoint è allegata.

La parola è data poi al sig. Wim Van Dalen, responsabile della *Foundation for alcohol prevention*. Il sig. Van Dalen commenta la posizione di EUROCARE sulla direttiva "televisione senza frontiere" illustrata nella presentazione e osserva che i codici di autoregolamentazione devono essere chiari e concreti per poter essere applicati nel settore pubblicitario. Non ritiene l'autoregolamentazione uno strumento valido, specialmente per quanto concerne bambini e giovani.

Segue una discussione sulla direttiva "televisione senza frontiere". Si rileva che criteri come "successo sociale o sessuale" (articolo 15, lettera c)) sono molto difficili da definire e da applicare. Nel corso del dibattito il sig. Niels Hald, rappresentante dei *Brewers of Europe* si richiama alle conclusioni positive della Commissione nella 4^a relazione sull'applicazione della direttiva "televisione senza frontiere". Il presidente propone che alla prossima riunione con le parti interessate venga effettuata una presentazione da un rappresentante della DG EAC.

Un'altra questione affrontata riguarda il problema dell'elusione di normative e legislazioni nazionali da parte di emittenti televisive che trasmettono da un paese

rivolgendosi (solo) a consumatori di un altro paese, per esempio nel caso di un programma trasmesso a Londra, ma destinato solo a consumatori danesi. In tal modo le emittenti riescono a pubblicizzare bevande alcoliche in Danimarca. Secondo i rappresentanti delle ONG il problema può essere risolto solo attraverso una legislazione comunitaria o un processo di armonizzazione.

Si decide di proseguire la discussione nella prossima riunione del gruppo di lavoro.

Aggiornamento relativo all'autoregolamentazione nella promozione delle bevande alcoliche

a cura dei rappresentanti delle imprese, The Amsterdam Group

A nome delle rispettive organizzazioni, i sigg. H. Wagner (*The Amsterdam Group*), N. Hald e Jacobo Ollala Maranon (*The Brewers of Europe*), R. Connor (CEPS), C. Graham e D. Lyle (EASA) informano sui progressi compiuti nei diversi settori, l'*Amsterdam Group* e EASA, dall'ultima riunione con le parti interessate nel novembre 2002. La presentazione fatta a nome dei *Brewers of Europe* è allegata.

I rappresentanti delle imprese introducono il tema dei reclami relativi alle pubblicità di bevande alcoliche, segnalando che attualmente in Europa si registra un basso livello di reclami. Segue una discussione tra i partecipanti sulle possibili cause di questa situazione. Alcuni rappresentanti delle ONG spiegano che non ricorrono alla presentazione di reclami poiché li ritengono inutili e che la mancanza di fiducia nella procedura motiva l'esiguo numero di reclami. A questo proposito si discute sull'eventuale utilità di una consulenza sulla redazione dei testi pubblicitari, unita alla condivisione delle migliori prassi, in alternativa alle denunce. In rapporto alla consulenza potrebbero sorgere problemi se successivamente si presenta un reclamo presso la stessa autorità che in precedenza aveva approvato il testo pubblicitario.

Il presidente sottolinea che le imprese devono operare nel rispetto delle norme fissate dalla legislazione comunitaria. Si tratta anche di una questione di concorrenza. Le norme comunitarie in materia garantiscono condizioni omogenee per i pubblicitari. Nessuno può trarre profitto dal mancato rispetto delle regole.

Campagne di promozione del vino

a cura del Comité des Vins

Il *Comité des Vins* segnala una diminuzione del consumo di vino. Nelle proprie campagne pubblicitarie l'industria vinicola promuove un messaggio a favore di un consumo moderato, associato a una corretta alimentazione.

A nome dei *Brewers of Europe*, il sig. P. Perron esprime l'opinione che la responsabilità sociale andrebbe condivisa da tutte le parti interessate e che c'è ancora spazio per miglioramenti, anche attraverso la formazione del personale delle imprese, se necessario.

Libido Drinks "Viagra Pops"

a cura di Chris Graham, presidente della "European Advertising Standards Alliance" (EASA)

I partecipanti alla riunione discutono brevemente sull'argomento. Si rileva che le imprese svolgono un ruolo determinante al riguardo.

Il sig. Graham sottolinea che le imprese dopo essere state informate sul prodotto hanno rapidamente proceduto all'adozione di misure di autoregolamentazione, riuscendo a impedirne il lancio nel Regno Unito. Nell'eventualità in cui tale prodotto o prodotti analoghi compaiano su altri mercati le imprese si impegnano inoltre ad adottare misure adeguate come nel caso descritto.

Cooperazione futura con le parti interessate

Si sottolinea che anche in futuro la cooperazione tra le parti interessate e i servizi della Commissione rivestirà un'importanza centrale. La prossima riunione congiunta verrà quindi organizzata entro la fine del 2003. I temi da discutere vanno comunicati ai servizi della Commissione.

Varie

Il presidente informa i partecipanti che la Commissione europea pubblicherà presto una relazione Eurobarometro sul consumo delle bevande alcoliche.

Riunione del gruppo di lavoro
(rappresentanti degli Stati membri, dei paesi del SEE e dei paesi candidati)

12 giugno 2003
9.30 - 17.00

Adozione dell'ordine del giorno

Benvenuto e introduzione del presidente, sig. John F. Ryan; l'ordine del giorno è approvato. Nessuna questione da menzionare al punto "varie".

Introduzione dei servizi della Commissione

Il sig. Matti Rajala, capo unità della DG-SANCO/G2, riferisce sulla collaborazione tra le due unità che si occuperanno di problemi legati all'alcol dopo la riorganizzazione della DG-SANCO/G (vedasi il punto 2 della riunione dell'11 giugno 2003).

Il programma di sanità pubblica 2003-2008

a cura del presidente, sig. John F. Ryan, capo unità (DG SANCO/G3)

Viene presentato il programma di sanità pubblica 2003-2008 e le azioni previste in rapporto all'alcol:

Piano di lavoro 2003: progetti relativi all'alcol:

Parte 1:

* Informazione e conoscenza:

- raccolta dei dati
- dati sullo stile di vita
- diffusione delle informazioni
- relazione sanitaria della Commissione relativa all'impatto economico e sociale dell'alcol

Parte 3:

* Determinanti sanitari:

- istituzione di una rete di organismi esperti
- preparazione di una conferenza sull'alcol, la salute e la società da tenersi nel 2005.
- promozione della partecipazione dei giovani nell'elaborazione di politiche e attività di lotta contro l'alcolismo.

Aggiornamento sugli inviti a presentare proposte/offerte:

La DG SANCO-G ha ricevuto proposte di progetti per un valore circa dieci volte superiore al bilancio (annuale di 52 milioni di euro). Gli esperti dell'unità hanno analizzato e valutato più di 400 progetti e altri servizi della Commissione sono stati consultati per tenere conto anche del loro parere.

La selezione finale dei progetti avrà luogo nel luglio 2003. I contratti saranno firmati nella seconda metà del 2003 e i progetti avranno inizio nel gennaio 2004.

La Commissione può finanziare fino all'80% (in precedenza solo il 70%) del progetto se il finanziamento avviene nell'ambito dell'invito a presentare proposte, mentre le offerte sono finanziate integralmente. Il 18% del bilancio dell'anno in corso è riservato ai bandi di gara.

Piano di lavoro 2004

Attualmente il testo è in fase di redazione e sarà inviato al comitato del programma. I riporti dal piano di lavoro 2003 dipendono dai progetti selezionati nell'anno in corso.

I rappresentanti degli Stati membri fanno domande dettagliate sul passaggio dagli otto programmi precedenti al nuovo programma di sanità pubblica. Il sig. Ryan spiega che il principale vantaggio del programma di sanità pubblica rispetto agli otto programmi precedenti consiste in un approccio più strutturato che consente di inserire i progetti nel contesto degli obiettivi del programma e di incentivare gli approcci trasversali.

Viene chiesto se sia opportuno trattare i problemi legati all'alcol separatamente o in rapporto ad altri problemi, quali le droghe o il fumo. L'argomento sarà inserito nell'ordine del giorno della prossima riunione del gruppo di lavoro.

Si sottolinea che le reti dei rappresentanti degli Stati membri e delle parti interessate contribuiranno a rafforzare i legami con gli Stati membri. E' necessario inoltre un gruppo specifico sulle bevande alcoliche che discuta aspetti quali la politica fiscale, il coinvolgimento dei giovani e il ruolo della salute nelle altre politiche.

Il presidente rileva che occorre trovare un equilibrio tra sanità e mercato interno. In questo contesto i ministeri della sanità nazionali svolgono un nuovo ruolo.

I rappresentanti degli Stati membri ribadiscono inoltre la necessità di garantire una coerenza tra gli obiettivi della sanità pubblica e il sostegno accordato ai prodotti agricoli (vino) e industriali (birra e liquori). Esiste una differenza nell'approccio della Comunità a queste due categorie di prodotti, che consente di privilegiare in certa misura i prodotti agricoli. Per esempio in rapporto alle campagne di promozione del vino. In questo caso la Commissione approva il messaggio relativo al consumo moderato, mentre le altre bevande alcoliche sono considerate determinanti sanitari. Il presidente risponde che i ministeri della sanità nazionali ora possono esprimere il proprio parere sulla promozione della salute proposta dall'industria vinicola. Le questioni sanitarie nell'ambito di altre politiche comunitarie saranno trattate da una nuova unità di sanità pubblica, che sarà costituita nel contesto della riorganizzazione.

E' importante evidenziare che le categorie di prodotti sono una questione di qualificazione e occorre tenere conto di altre politiche, quali aspetti relativi all'agricoltura e al commercio.

Negoziati nell'ambito dell'Accordo generale sugli scambi di servizi (GATS) – Distribuzione delle bevande alcoliche

a cura del sig. Nicholas Bernier-Abad

La rappresentante dei Paesi Bassi, sig.^{ra} Sandra B. Van Ginneken, apre la discussione domandando se l'UE, nel contesto dei negoziati OMC/ASD, abbia sollecitato i membri dell'OMC a modificare la normativa in materia di distribuzione delle bevande alcoliche, anche in rapporto ai monopoli statali.

La DG TRADE effettua una presentazione relativa al GATS e alla distribuzione delle bevande alcoliche che dà luogo a un breve scambio di opinioni. I rappresentanti degli Stati membri mostrano soddisfazione per le informazioni ricevute sull'accordo GATS e i suoi meccanismi, così come sullo stato attuale dei negoziati dell'agenda di sviluppo di Doha (ASD). Il rappresentante della DG TRADE spiega che l'accordo GATS prevede un'adeguata tutela del diritto dei governi nazionali a regolamentare le questioni di ordine sanitario. Molti partecipanti dichiarano non disporre di molte informazioni sul GATS, sebbene alcuni abbiano ricevuto chiarimenti su alcuni aspetti della posizione comunitaria nei negoziati sull'agenda di sviluppo di Doha, in particolare per quanto concerne le nostre richieste ad alcuni membri dell'OMC in merito alla distribuzione delle bevande alcoliche.

Segue un dibattito molto utile e costruttivo. Numerosi rappresentanti condividono l'opinione secondo cui nell'approccio ai negoziati GATS vanno tenuti in considerazione alcuni aspetti della sanità pubblica. Tutti comprendono l'interesse dell'UE a sollecitare garanzie da parte dei membri dell'OMC per un trattamento non discriminatorio. Alcuni tuttavia temono seriamente che l'UE nel contesto dei negoziati miri all'abolizione di specifici strumenti di controllo, come i monopoli pubblici, ove sono applicati.

I partecipanti concordano sull'importanza di rafforzare la collaborazione e lo scambio di informazioni sugli aspetti relativi alla distribuzione di bevande alcoliche e di altri prodotti, quali il tabacco e i prodotti farmaceutici.

Il presidente conclude che il dibattito è importante e occorre proseguirlo.

Promozione delle vendite

A cura della sig.^{ra} Francesca Siniscalchi, DG SANCO/G2

Attualmente una proposta di regolamento relativa alla promozione delle vendite nel mercato unico è in fase di negoziazione al Consiglio (dopo la prima lettura al PE). La proposta mira all'armonizzazione e al reciproco riconoscimento; il Coreper tuttavia ha deciso di escludere i prodotti del tabacco dall'ambito di applicazione, in modo da consentire il mantenimento delle politiche nazionali in materia di controllo del tabacco. Il testo attuale (non ancora approvato come posizione comune) propone tra l'altro di vietare l'offerta di regali gratuiti a base di prodotti alcolici, in particolare le bevande alcoliche, a persone di età inferiore ai 18 anni (articolo 5, paragrafo 3). Alcuni Stati membri hanno proposto un'esclusione dei prodotti alcolici dall'ambito di applicazione della proposta, analogamente a quanto concordato in merito ai prodotti del tabacco. E' improbabile che la proposta diventi un regolamento, poiché la maggior parte degli SM sembra preferire una direttiva.

Revisione della direttiva "televisione senza frontiere"

a cura del sig. Emmanuel Joly, DG EAC

Il presidente riassume brevemente il dibattito sulla direttiva "televisione senza frontiere" svoltosi in occasione della riunione con le parti interessate l'11 giugno 2003.

La DG EAC effettua una presentazione degli antecedenti e della revisione della direttiva.

Il presidente informa gli Stati membri che la direttiva sarà applicata per via legale e non attraverso misure di autoregolamentazione. L'autoregolamentazione è accettata come forma di applicazione della raccomandazione sui giovani e l'alcol ma non è applicabile nel caso della direttiva "televisione senza frontiere". Deve esistere la possibilità di adire a vie legali.

La presentazione è seguita da un dibattito tra i rappresentanti degli Stati membri. Alcuni dichiarano che la direttiva "televisione senza frontiere" ha avuto un impatto negativo sulle questioni di ordine sanitario. In Polonia l'applicazione della direttiva si è basata su un'interpretazione molto letterale, comportando l'esclusione dello "sport" dall'elenco di restrizioni in materia di pubblicità degli alcolici in vigore nel paese. La Commissione sottolinea che la direttiva "televisione senza frontiere" stabilisce requisiti minimi che non pregiudicano la parallela applicazione di misure nazionali.

Il sig. Lars Moller dell'OMS fa riferimento a un sistema di sorveglianza per controllare l'autoregolamentazione e precisa che l'OMS vorrebbe partecipare a tale sistema. La Commissione informa che la pubblicità rappresenterà probabilmente un settore prioritario del piano di lavoro 2004.

Applicazione della raccomandazione sull'alcol e i giovani – brevi contributi degli Stati membri

Gli Stati membri presentano informazioni sulle modalità di applicazione della *raccomandazione del Consiglio del 5 giugno 2001 sul consumo di bevande alcoliche da parte di giovani, in particolare bambini e adolescenti*, Gazzetta ufficiale L 161 del 16.06.2001, pp. 38 – 41

La raccomandazione prevede l'autoregolamentazione come strumento di applicazione. La maggior parte degli Stati membri considera la raccomandazione un documento molto importante. L'industria delle bevande alcoliche ora è incentivata ad avviare un dibattito sull'autoregolamentazione, anche in rapporto alle "happy hours", ecc. D'altra parte alcuni Stati membri esprimono preoccupazioni in merito al prezzo e alla disponibilità delle bevande alcoliche e non ritengono che l'autoregolamentazione sia uno strumento di applicazione affidabile.

Esempi di applicazione e risultati:

Portogallo:

La raccomandazione ha condotto all'elaborazione di un piano d'azione di due anni che prevede la protezione precoce dei giovani, un codice di condotta e l'etichettatura dei prodotti alcolici ("Sii responsabile, bevi con moderazione").

Finlandia:

Programma in materia di alcolici 2000-2004, incentrato sull'alcol e la salute, sui danni e i condizionamenti dell'alcol e sulla guida in stato di ebbrezza.

Italia:

E' stata introdotta una legge intesa a ridurre i pericoli dell'alcol, specialmente per quanto concerne i giovani e la guida in stato di ebbrezza. Le scuole guida informano i giovani sui potenziali rischi dell'alcol. Le imprese hanno elaborato codici di autoregolamentazione relativi alla pubblicità degli alcolici.

Austria:

Campagna informativa per gli adulti sulla base del messaggio "Adulti bevitori dietro a un bambino che beve".

Svezia:

La pubblicità degli alcolici era interamente vietata in ogni forma, ma ora il divieto è stato abrogato a causa della decisione della CGCE. Il rappresentante svedese sottolinea che il consumo di alcolici è aumentato del 25% da quando la Svezia ha aderito alla Comunità europea, il tasso più elevato raggiunto nel paese negli ultimi 100 anni.

Danimarca:

Il rappresentante danese informa che il consumo di alcol dei giovani danesi è il più elevato della Comunità. Nel 1998 è stata adottata una legge per vietare la vendita di alcolici ai giovani di età inferiore a 15 anni, ora si valuta la possibilità di elevare il limite di età a 16 anni. Un'attenzione particolare è rivolta inoltre ai genitori alcolizzati al fine di individuare precocemente i bambini confrontati a problemi connessi con l'alcol all'interno della famiglia.

Germania:

E' stata adottata una legge che vieta la pubblicità di alcolici nei cinema durante la proiezione di film per minorenni.

Libido Drinks ("Viagra Pops")

Si fa riferimento alla riunione con le parti interessate dell'11 giugno 2003. Non vengono affrontati punti supplementari.

Varie

Il presidente ringrazia i partecipanti per la riunione particolarmente utile e invita a comunicare alla DG-SANCO/G3 i temi da trattare alla prossima riunione.



EUROPEAN COMMISSION
HEALTH & CONSUMER PROTECTION DIRECTORATE-GENERAL
Directorate G - Public Health, Luxembourg
G3 - Health promotion, health monitoring and injury prevention

Meeting of the Working Group on "Alcohol and Health"
(with representatives of Member States, EEA Countries, Candidate Countries and interest groups)

LIST OF PARTICIPANTS

Luxembourg, 11-12 June 2003

MEMBER STATES

11 - 12 June 2003, room JMO M6

AUSTRIA:

Dr. Brigitte MARX
Anton-Proksch-Institut
Mackgasse 7-11
A-1237 WIEN
Tel.: (+43 1) 88010 155
Fax: (+43 1) 88010 77
E-mail: marx-b@api.or.at

BELGIUM:

Ms. Michaëla VAN MELKEBEKE *(unable to attend)*
WVC, Administration Healthcare
Division of Preventive and Social Health Care
Unit Druguse (Alcohol, Tobacco, Drugs, Medication, Gambling)
Markiesstraat 1
B-1000 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 553 35 53
Fax: (+32 2) 553 36 35
E-mail: michaëla.vanmelkebeke@wvc.vlaanderen.be

DENMARK:

Ms. Kit BROHOLM
Senior Consultant
The National Board of Health
Islands Brygge 67
PO Box 1881
DK-2300 COPENHAGEN S
Tel.: (+45) 72 22 74 00
E-mail: kib@sst.dk

FINLAND:

Mr. Ismo TUOMINEN
Ministerial Advisor
Ministry for Health and Social Affairs
PO Box 33
FIN-00023 Government
Tel.: (+358 9) 16074018
Fax: (+358 9) 16074492
E-mail: Ismo.tuominen@stm.vn.fi

FRANCE:

Dr. Dominique MARTIN
Ministère de l'Emploi et de la Solidarité
Direction générale de la Santé
Bureau SD6B (Pratiques Addictives)
8, avenue de Ségur
F - 75350 PARIS 07 SP
Tel.: (+33) 1 40 56 54 68
Fax: (+33) 1 40 56 40 44
E-mail: dominique.martin@sante.gouv.fr

Dr. Michel CRAPLET
Association Nationale de Prévention de l'Alcoolisme
20, rue Saint-Fiacre
F – 75002 PARIS
Tel.: (+33) 1 42 33 51 04
Fax: (+33) 1 45 08 17 02
E-mail: mcraplet@anpa.asso.fr

GERMANY:

Ms. Michaela SCHREIBER
Ministerialrätin
Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung
Am Propsthof 78 a
D - 53121 BONN
Tel.: (+49 228) 941-3330
Fax: (+49 228) 941-4937
E-mail: michaela.schreiber@bmg.bund.de

GREECE:

Professor Dimitra GEFOU-MADIANOU
Head of the Social Anthropology Section
Panteion University
136 Syngrou Avenue
GR - 17671 ATHENS
Tel.: (+30 1) 9298 024 or 8015 273
Fax: (+30 1) 9223 690 or 8015 273
E-mail: dmadia@panteion.gr

(unable to attend)

IRELAND:

Dr. Ann HOPE
National Alcohol Policy Advisor
Department of Health
Hawkins House
DUBLIN 2
Ireland
Tel.: (+353) 91 593245
Fax: (+353) 635 4372
E-mail: annhope@eircom.net

ITALY:

Dr. Emanuele SCAFATO
Istituto Superiore di Sanità
Centro di Epidemiologia, Sorveglianza e Promozione
della Salute
Viale Regina Elena
I - 00161 ROMA
Tel.: (+39 6) 49 90 31 44
Fax: (+39 6) 49 38 70 69
E-mail: scafato@iss.it

LUXEMBOURG:

Dr. Yolande WAGENER
Ministère de la Santé
Villa Louvigny
L - 2120 LUXEMBOURG
Tel.: (+352) 478 5544
Fax: (+352) 29 61 42
E-mail: Yolande.Wagener@MS.ETAT.Lu

(unable to attend)

NETHERLANDS:

Ms. Sandra B. VAN GINNEKEN
Ministry of Health, Welfare and Sport
Directorate of Public Health
P.O. Box 20350
NL - 2500 EJ THE HAGUE
Tel.: (+31 70) 340 6946
Fax: (+31 70) 340 7303
E-mail: sb.v.ginneken@minvws.nl

PORTUGAL:

Dr. Joao BREDA
Direccao Geral da Saude
Alameda Afonso Henriques, 45
P – 1049-005 LISBOA
Tel.: (+351) 218430530
Fax: (+351) 218430500
E-mail: joobreda@dgsaude.min-saude.pt

SPAIN:

Ms. Teresa ROBLEDO DE DIOS *(unable to attend)*
Ministerio de Sanidad y Consumo
Paseo del Prado 18-20
E - 28071 MADRID
Tel.: (+34 91) 596 41 67/68
Fax: (+34 91) 596 41 95
E-mail: trobledo@msc.es

SWEDEN:

Ms. Maria RENSTRÖM Ministry of Health and Social Affairs SE - 10333 STOCKHOLM Tel.: (+46 8) 405 31 80 Mobile: (+46) 70 6871619 E-mail: maria.renstrom@social.ministry.se	<i>replaced by:</i>	Mr. Gert KNUTSSON Ministry of Health and Social Affairs SE - 10333 STOCKHOLM Tel.: (+46 8) 405 33 27 Mobile: (+46) 70 660 56 50 gert.Knutsson@social.ministry.se
---	---------------------	--

UNITED KINGDOM:

Mr. Mark PRUNTY *(unable to attend)*
Department of Health
Skipton House
80 London Road
UK - LONDON FA1 6LH
Tel.: (+44
Fax: (+44
E-mail: mark.prunty@doh.gsi.gov.uk

EEA countries

LIECHTENSTEIN:

Ms Bettina EBERLE-FROMMELT *replaced by:* Mag. Mohammad ASSADZADEH
Amt für Soziale Dienste
Landesverwaltung
FL - 9490 VADUZ
Tel.: (+41 75) 236 72 72
Fax: (+41 75) 236 72 74
E-mail: Mohammad.Assadzadeh@asd.llv.li

NORWAY:

Mr. Dag REKVE
Senior Adviser
Norwegian Ministry of Social Affairs
P.O. BOX 8019 Dep
N - 0030 OSLO
Tel.: (+47) 22 24 76 82
Fax: (+47) 22 24 27 68
E-mail: dag.rekve@sos.dep.no

Ms. Lilly Sofie OTTESEN
Adviser
Norwegian Ministry of Social Affairs
PO BOX 8019 Dep
N – 0030 OSLO
Tel.: (+47) 22 24 85 53
Fax: (+47) 22 24 27 68
E-mail: lso@sos.dep.no

Candidate countries

SLOVENIA:

Mrs. Mojca GRUNTAR-CINC *(unable to attend)*
Ministry of Health
Stefanova 5
SLO – 1000 LJUBLJANA
Tel.: (+386) 1 478 60 01
Fax: (+386) 1 478 60 58
E-mail: mojca.cinc@gov.si

SLOVAK REPUBLIC:

Mr. Lubomir OKRUHLICA
Chief expert in Dependencies with Slovak Ministry of Health
Centrum pre liecbu drogovych zavislosti
Hranicna 2
SK – 821 05 BRATISLAVA
Tel./Fax: (+421) 253 41 7475
E-mail: okruhli@gtsi.sk or okruhlica@cpldz.sk

ROMANIA:

Ms. Cristina PETCU *(unable to attend)*
General Directorate of Public Health
Ministry of Health and Family
Cristian Popisteanu Street, no. 1-3
RO – 70109 BUCHAREST
Tel.: + 40 21 307 26 78
E-mail: cpetcu@ms.ro

LITHUANIA

Mrs. Gelena KRIVELIENE *(unable to attend)*
Ministry of Health
Division of Public Health
Vilniaus st. 33
LT – 2001 VILNIUS
Tel.: (+370) 5 266 1400
Fax: (+370) 5 266 1402
E-mail: gelena.kriveliene@sam.lt

POLAND

Prof.dr. hab. Jerzy MELLIBRUDA
State Agency for Prevention Alcohol-related Problems - Director
25 Szancowa Street
PL – 01-458 WARSAW
Tel.: (+48) 22 532 03 20
Fax:
E-mail: jurekm@wp.pl

LATVIA

Dr. Astrida STIRNA
State Narcology Center
Hospitalu street 55
LV – 1013 RIGA
Tel./Fax: (+371) 7372337
E-mail: narko_c@latnet.lv

TURKEY

Dr. Mesut YILDIRIM *(unable to attend)*
Ministry of Health
General Directorate of Primary Health Care
Section for Substance Abuse
Atatürk Bulvari No 65 Kat 8
Sihhiye ANKARA
Tel.: +904304204
Fax: +90 312 4304204
E-mail: mesuty@spgk.saglik.gov.tr

MALTA

Prof. Richard MUSCAT *(unable to attend)*
National Commission for the Abuse of Drugs, Alcohol
and other Dependencies
Ministry of Social Policy
Palazzo Ferreria
310 Republic Street
VALLETTA
Malta
Tel.: + 356 3290 2053
Fax: + 356 310577
E-mail: rmusc@biotech.um.edu.mt

ESTONIA

Mr. Andrus LIPAND *(unable to attend)*
Chief specialist of the Public Health Department
Ministry of Social Affairs
Gonsiori 29
EE – 15027 TALLINN
Tel.: + 372 6 269 733
E-mail: Andrus.Lipand@sm.ee

HUNGARY

Dr. Eva FORIZS *(unable to attend)*
National Institute of Alcoholology
Central out patient Clinic
Liget u.10
H – 1102 BUDAPEST
Tel.: + 36 1 262 5465/30 464 1383
Fax: + 36 1 431 0440
E-mail: e.gaal1@chello.hu

CYPRUS

Dr. Panicos OXINOS
Centre of Mental Health
Director of a detoxification Centre for Alcoholics
Nicosia General Hospital
Nicosia
Cyprus
Tel.: (+357) 22 402101
Fax: (+357) 22 487941

CZECH REPUBLIC

Ms. Jarmila KLIMESOVA *(unable to attend)*
Health Care Department
Ministry of Health of the Czech Republic
Palackeho namesti 4
128 01 PRAGUE 2
Czech Republic
Tel.: (+420) 2 2497 2582
Fax: (+420) 2 2491 5984
E-mail: jarmila.klimesova@mzcr.cz

INTERNATIONAL
ORGANISATION

Mr. Lars MOLLER
WHO - EURO
8 Scherfigsvej
DK - 2100 COPENHAGEN
Tel.: (+45) 39 17 17 17
Fax.: (+45) 39 17 18 18
E-mail: lmo@who.dk

Dr. Philip LAZAROV
Alcohol and Drugs
WHO - Regional Office for Europe
Scherfigsvej 8
DK – 2100 COPENHAGEN 0

PRODUCERS OF
ALCOHOLIC
BEVERAGES -
ADVERTISING
ORGANISATIONS

Luxembourg, 11 June 2003
Room JMO M6

AICV

Mr. Jean-Pierre STASSEN
AICV (Association des Industries des Cidres
et Vins de fruits de l'U.E.)
rue de la Loi 221, Boîte 5
B – 1040 BRUSSELS
Tel.: (+32) 2 235 06 20
Fax: (+32) 2 282 94 20
E-mail: aicv@skynet.be

ADVERTISING INFORMATION GROUP (AIG)

Mme Marick LEFEBVRE
AIG
c/o Grayling
58, avenue des Arts
B – 1000 BRUXELLES
Tel. : (+32 2 732 70 40)
E-mail : mlefebvre@grayling.be

CBMC

Mr. Rodolphe DE LOOZ-CORSWAREM
CBMC - The Brewers of Europe
Chaussée de la Hulpe, 181, bte 20
B - 1170 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 672 23 92
Fax: (+32 2) 660 94 02 or 675 17 29
E-mail: info@cbmc.org

Mr. Piero PERRON, President
CBMC - The Brewers of Europe
Chaussée de la Hulpe, 181, bte 20
B - 1170 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 672 23 92
Fax: (+32 2) 660 94 02 or 675 17 29
E-mail: info@cbmc.org

Mr. Niels HALD
CBMC - The Brewers of Europe
Chaussée de la Hulpe, 181, bte 20
B - 1170 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 672 23 92
Fax: (+32 2) 660 94 02 or 675 17 29
E-mail: info@cbmc.org

Mr. Jacobo OLALLA MARANON
CBMC - The Brewers of Europe
Chaussée de la Hulpe, 181, bte 20
B - 1170 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 672 23 92
Fax: (+32 2) 660 94 02 or 675 17 29
E-mail: info@cbmc.org

Mr. Pierre-Olivier BERGERON
CBMC - The Brewers of Europe
Chaussée de la Hulpe, 181, bte 20
B - 1170 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 672 23 92
Fax: (+32 2) 660 94 02 or 675 17 29
E-mail: info@cbmc.org

Ms. Janet WITHERIDGE
CBMC - The Brewers of Europe
Chaussée de la Hulpe, 181, bte 20
B - 1170 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 672 23 92
Fax: (+32 2) 660 94 02 or 675 17 29
E-mail: info@cbmc.org

AIM

Mr. Chris SCOTT-WILSON
AIM – European Brands Association
9 Avenue des Gaulois
B - 1040 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 736 03 05
Fax: (+32 2) 734 67 02
E-mail: brand@aim.be

CEPS

Mme Stéphanie EYRAUD
CEPS
Avenue de Tervuren 192, bte 3
B - 1150 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 779 24 23
Fax: (+32 2) 772 98 20
E-mail: cepsse@skynet.be

Mr. Rick CONNOR
CEPS
Avenue de Tervuren 192, bte 3
B - 1150 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 779 24 23
Fax: (+32 2) 772 98 20
E-mail: cepsse@skynet.be

COMITE VINS

Mr. Pau ROCA
Comité Vins
avenue des Arts 43
B - 1040 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 230 99 70
Fax: (+32 2) 230 81 95
E-mail: ceev@ceev.be

Ms. Catherine BAUDRY
Comité Vins
avenue des Arts 43
B - 1040 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 230 99 70
Fax: (+32 2) 230 81 95
E-mail: ceev@ceev.be

Mr. Jean-Michel THIERRY
Comité Vins
avenue des Arts 43
B - 1040 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 230 99 70
Fax: (+32 2) 230 81 95
E-mail: ceev@ceev.be

Mr. Stefano FRESI
Comité Vins
avenue des Arts 43
B - 1040 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 230 99 70
Fax: (+32 2) 230 81 95
E-mail: ceev@ceev.be

Mr. Ottavio CAGGIANO
Comité Vins
avenue des Arts 43
B - 1040 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 230 99 70
Fax: (+32 2) 230 81 95
E-mail: ceev@ceev.be

COPA - COGECA

Ms. Ursula FRADERA
COPA/COGECA
23-25, rue de la Science
B - 1040 Bruxelles
Tel.: (+32 2) 287.27.70
Fax : (+32 2) 287.27.00
E-mail: crisinaruedacatry@copa-cogeca.be

EACA

Mr. Dominic LYLE
EACA
Director General
152 bld Brand Whitlock
B – 1200 BRUSSELS
Tel.: (+32 2) 740 07 10
Fax : (+32 2) 740 07 17
E-mail : dominic.lyle@eaca.be

EASA

Dr. Oliver GRAY
Director General
rue de la Pépinière 10 a
B – 1000 BRUSSELS
Tel.: +32 2 513 78 06
Fax: +32 2 513 28 61
E-mail: library@easa-alliance.org

EURALIA

Mr. Cédric GROLLEAU
EURALIA
Rue Montoyer, 47
B – BRUXELLES
Tel.: (+32) 2 506 88 20
Fax: (+32) 2
E-mail: Cedric.grolleau@euralia.com

THE AMSTERDAM GROUP

Mr. Helmut B. WAGNER
Director General
The Amsterdam Group
rue Wiertz 50/28
B – 1050 BRUSSELS
Tel.: (+32) 2 401 6135
Fax: (+32) 2 401 6868
E-mail: helmut.b.wagner@amsterdamgroup.org

Mr. Philippe MOUTON
Pernod Ricard
Chairman Task-Force Self-Regulation
The Amsterdam Group
rue Wiertz 50/28
B – 1050 BRUSSELS

Mr. Andrew JOHNSON
The Amsterdam Group
rue Wiertz 50/28
B – 1050 BRUSSELS

THE PORTMAN GROUP

Mr. David POLEY
The Portman Group
7-10 Chandos Street
Cavendish – Square
UK - LONDON W1M 9DE
Tel.: (+44 20) 7907 3700
Fax: (+44 20) 7907 3710
E-mail: info@portmangroup.org.uk

THE WINE & SPIRIT ASSOCIATION

Mr. Quentin RAPPOPORT
Director
The Wine & Spirit Association
Five Kings House
1 Queen Street Place
London EC4R 1XX
United Kingdom
Tel.: (+44) 20 7248 5377
Fax: (+44) 20 7489 0322
E-mail: gillian@wsa.org.uk

INTERESTED
PARTIES

Luxembourg, 11 June 2003
Room JMO M6

AICAT

Mr. Ennio PALMESINO
A.I.C.A.T. (Associazione Italiana Club Alcolisti in Trattamento)
Piazza De Marini 3/75
I - 6123 Genova
Tel. : (+39) 10 24 69 341
Fax. : (+39) 10 24 69 348
E-mail: info@aicat.net

ANPA

Mr. Claude RIVIERE
Affaires Européennes
32, rue de Thionville
F – 59000 LILLE
Tel.: (+33) 686 490 886
E-mail: clriviere@anpa.asso.fr

***DEUTSCHE HAUPSTELLE FÜR
SUCHTFRAGEN***

Mr. Rolf HÜLLINGHORST
Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen
Westring 2
D - 9065 HAMM
Tel. (+49) 2381 90 15 10
Fax.: (+49) 2381 90 15 30
E-mail: huellinghorst@dhs.de

EPHA

Mr. Anders ULSTEIN
European Public Health Alliance (EPHA)
33 Rue de Pascale
B – 1040 BRUXELLES
Tel.: (+32)2 230 30 56
Fax: (+32)2 233 38 80
E-mail: epha@epha.org

EUROCARE

Mr. Derek RUTHERFORD
EUROCARE
Alliance House
12 Caxton Street
UK - London SW1H 0QS
Tel.: (+44) 1 480 466 766
Fax: (+44)
E-mail: derek@ias.org.uk

Mr. Andrew McNEILL
EUROCARE
Alliance House
12 Caxton Street
UK - London SW1H 0QS
Tel.: (+44) 1 480 466 766

Ms. Florence BERTELETTI KEMP
EUROCARE
96-98, rue des Confédérés
B – 1000 BRUXELLES
Tel.: (+32) 2 732 67 82 / 736 05 72
Fax: (+32) 2 736 73 51
E-mail: f.bertelettikemp@ias.org.uk

Dr. Peter ANDERSON
Public Health Consultant
St AnnaStraat, 286
NL – 6525 HC NIJMEJEN
Tel.: +31 24 344 5130
Fax: + 31 24 344 3137
E-mail: PDanderson@compuserve.com

SOCIDROGALCOHOL

Ms. Alicia RODRIGUEZ MARTOS
Socidrogalcohol
Via Augusta, 229, bajos
E - 08021 Barcelona
Tel. : (+34 9) 3 201 98 56
Fax. : (+34 9) 3 414 75 88
E-mail: amartos@imsb.bcn.es

STAP

Mr. Wim VAN DALEN
Manager Foundation for Alcohol Prevention
Postbus 8181
NL - 3503 RD Utrecht
Tel. : (+31) 030 65 65 041
E-mail: wvandalen@alcoholpreventie.nl

HOTREC

Mr. Sergi CORBALAN
HOTREC – Hotels, Restaurants and Cafés in Europe
111, boulevard Anspach, box 4
B – 1000 BRUSSELS
Tel. : (+32) 2 513 63 23
Fax : (+32) 2 502 41 73
E-mail : sergi.corbalan@hotrec.org



EUROPEAN
COMMISSION

- Mr. John F. RYAN, Head of Unit SANCO G/3
- Mr. Kari PAASO, DG SANCO G/2
- Ms. Francesca SINISCALCHI, DG SANCO G/2
- Mr. Bernard LEFEVRE, DG AGRI D/4
- Mr. Nicolas ABAD BERNIER, DG TRADE D/2
- Mr. Emmanuel JOLY, DG EAC C/1
- Mr. Louis-Marie BOUTHORS, ENTR F/4
- Ms. Sylvie MANGUIN, DG SANCO G/3



WORKING IN EUROPE FOR THE PREVENTION OF ALCOHOL RELATED HARM

Alcohol and Health Working Group

*Revision of the Television Without
Frontiers Directive and Article 15*

Luxembourg, 11th June 2003



WORKING IN EUROPE FOR THE PREVENTION OF ALCOHOL RELATED HARM

- ↪ *The Harm done by alcohol*
- ↪ *Advertising on the most powerful media medium*
- ↪ *Article 15*
- ↪ *Aim of the public consultation*
- ↪ *Cultural differences are becoming narrower with regards to the drinking of young people*
- ↪ *The Nipo Study*
- ↪ *Problems with the application of article 15*
- ↪ *Eurocare Recommendation*



The Harm Done By Alcohol:

- ↪ *1 in 4 European men and 1 in 10 European women consume alcohol at levels hazardous and harmful to health*
- ↪ *1 in 4 drinking occasions include consumption of more than 6 units of alcohol (60g)*
- ↪ *5% of European adults are physically dependent on alcohol*
- ↪ *9.2% of all disability and premature death in Europe is due to alcohol (14% for men)*
- ↪ *Alcohol is no ordinary commodity*
 - *Source: World Health Organization, Global burden of disease study*



Advertising...on the most powerful medium. Did you know that:

- ↪ Although considered the essence of any act of communication, words only make up 7% of the memorised message while body language, colours and images account for 70% of what one will remember from a message, the remaining 23% being directly related to the voice and intonation adopted by a speaker*
- ↪ On average, children (defined as between four and 15) spend two hours and 23 minutes a day watching TV, an hour and 11 minutes less than adults. One in five children still watches after the 9pm watershed, although this falls to one in 10 by 10pm.*

↪ broadcasting standards commission and the independent television commission,



Article 15:

Television advertising and teleshopping for alcoholic beverages shall comply with the following criteria:

- (a) it may not be aimed specifically at minors or, in particular, depict minors consuming these beverages;*
- (b) it shall not link the consumption of alcohol to enhanced physical performance or to driving;*
- (c) it shall not create the impression that the consumption of alcohol contributes towards social or sexual success;*
- (d) it shall not claim that alcohol has therapeutic qualities or that it is a stimulant, a sedative or a means of resolving personal conflicts;*
- (e) it shall not encourage immoderate consumption of alcohol or present abstinence or moderation in a negative light;*
- (f) it shall not place emphasis on high alcoholic content as being a positive quality of the beverages.*



The Public Consultation

- ↪ *The main goal of the public consultation is to provide the Commission with information which will help it to assess whether there is a need to update or adapt the "TWF" Directive.*
- ↪ *The Commission recognises that the TWF Directive should demonstrate the validity of a common European approach to audio-visual issues and the Member States' commitment to achieve this goal*
- ↪ *Paradoxically, the Commission recognises that there are a remarkable number of differences at Member State level regarding the specific provisions covering alcohol advertising*



Cultural differences are becoming narrower and narrower....

↪ *One of the most important concerns reported in the Council Recommendation 2001/458/EC is that “binge drinking patterns” are becoming a general trend among young people in all European countries and that levels of alcohol consumption by young people and related harm are high, and growing. At the same time, research evidence suggests that young people respond to alcohol marketing on an emotional level, changing their beliefs and expectations about drinking. (Nipo research)*



The NIPO Study 2002

- ↪ *Dutch children between the ages of 10 and 15 are very aware of TV commercials advertising alcoholic drinks. (Nipo study)*
- ↪ *Research shows that the commercials for Bacardi Breezer and Smirnoff Ice are the most effective with young people*
- ↪ *22% of young watchers say they feel like having a Smirnoff Ice after watching the Smirnoff commercial*



Problems with application of article 15:

- ↪ The current system sees itself as being there to prevent excesses of individual advertisements but the cumulative weight and thrust of advertising leaves no doubt that alcohol is seen as an essential part of a successful social – and increasingly, sex – life*
- ↪ It is becoming extremely difficult to prove that alcohol is portrayed as playing a key role in implied sexual success. For instance, complainants need to prove that there is sexual success “off camera” or that without the alcohol, there would be no sexual success*
- ↪ The Commission has received several complaints explaining these problems*



Eurocare's response to the public consultation:

- ↪ *Eurocare has already participated in the hearing that took place on the 2 and 3rd April 2003 and will send its final written contributions.*

- ↪ *“All interested parties are invited to participate in the public debate by responding to the questions specified in the discussion papers and submitting their written contributions by 15 July 2003.”*
 - http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/review-twtf2003/consult_fr.htm
 -
 -



Eurocare's response to the public consultation:

- ↪ How has Article 15 been implemented in the different Member States? Eurocare would recommend that the monitoring looks at images as well as the code of conduct that sustain them*
- ↪ The setting up of an advisory expert group which would look at reducing and resolving the differences of the specific provisions covering alcohol advertising in all the Member States, including the applicant countries.*



Eurocare's Recommendations

- ↪ The Advisory expert group would also look at adding objective parameters which could be measured, such as time limits (e.g. 21:00 hours), programme limits (e.g. youth and sports) and limit on concentration of alcohol advertising (e.g. no more than 1 commercial per advertiser per programme)*
- ↪ The advisory expert group should be made up of at least 50% of professionals working in public health as well as professionals working in television advertising in order to be recognized as a valid entity by all people involved*

WORKING IN EUROPE FOR THE PREVENTION OF ALCOHOL RELATED HARM

**Thank you for your
attention**

eurocare

FBK For Eurocare

eurocare

This paper was produced for a meeting organized by Health & Consumer Protection DG and represents the views of its author on the subject. These views have not been adopted or in any way approved by the Commission and should not be relied upon as a statement of the Commission's or Health & Consumer Protection DG's views. The European Commission does not guarantee the accuracy of the data included in this paper, nor does it accept responsibility for any use made thereof.



Responsible Commercial Communications

European Brewing Industry
Action



European Brewing Industry Action

- support TAG and EASA efforts
- Brewers' own initiatives: *responding to the challenge*

Commitment made in November 2002 :

- *Progress in sharing best practice*
- *Improving compliance*
- *Encouraging effective self-regulation in new Member States*
- *Raising consumer awareness*



Brewers' Action in an enlarged Europe

Brewers' deeds since November 2002

self-regulation task force



Coordinating national efforts in the European brewing community



Producing the necessary tools



Developing tools

Guidelines for Responsible Commercial Communications

- Ensuring effective application of a self-regulatory process for commercial communications about beer
- Encouraging the implementation of the Common standards throughout an enlarged Europe
- Incorporating 3 essential elements



Guidelines

3 essential elements

- Common Standards
 - Application of a Code for Beer
- Compliance Principles
 - Ensuring an effective complaints mechanism
 - Building in additional checks and balances
- Communication Strategy
 - Communication to the Brewing Industry
 - Communication to Consumers



Implementation

Background

- Different cultural, commercial and regulatory backgrounds
- Sharing responsibility
- Building upon national experiences



Building upon Brewers' national experiences

Cerveceros de España

- Self-Regulatory Code on Commercial Communications for Beer updated in 2003
- Under the supervision of the main Spanish Consumers organisation
- Stricter provisions regarding minors, in the light of the Council Recommendation
- System for all commercial communications, in co-operation with Autocontrol (EASA member)



Building upon Brewers' national experiences

Deutscher Brauer Bund

Code of Conduct for alcoholic beverages developed by the German Advertising Industry:

- since 1976
- signed by the associations of all producers and importers of alcoholic beverages
- low level of complaints



Building upon Brewers' national experiences

Czech Brewers

1st quarter 2003 : The Czech Brewers have adopted a *Code of Responsible Brewers*, including:

- detailed provisions on advertising
- additional provisions:
 - on promotions
 - on packaging

with special attention to the protection of minors



Our directions for the future

- pursue the activities undertaken by the Brewers of Europe Self-Regulation Task Force:
 - Dissemination of the Guidelines for Responsible Commercial Communications
 - Providing support to the Brewers' network in implementation
- continue to support the overall efforts produced by TAG and EASA
- continue to report to the Stakeholders on the progress achieved
- Report back to the WHO following initial exchange of views



This paper was produced for a meeting organized by Health & Consumer Protection DG and represents the views of its author on the subject. These views have not been adopted or in any way approved by the Commission and should not be relied upon as a statement of the Commission's or Health & Consumer Protection DG's views. The European Commission does not guarantee the accuracy of the data included in this paper, nor does it accept responsibility for any use made thereof.

Meeting of the Working Party on Alcohol and Health GATS Negotiations and Distribution Services of Alcohol Beverages



Nicolas Bernier

European Commission

DG Trade

Trade in Services (including e-commerce)

Nicolas.bernier-abad@cec.eu.int

<http://europa.eu.int/comm/trade/>

**Luxembourg,
June 12th, 2003**

GATS: General Agreement on Trade in Services

- Economic development and governance
- The GATS is a multilateral agreement created by the Members of the World Trade Organisation (WTO) in 1994 at the end of the Uruguay round
- It is about opening market access and granting national treatment to non-national providers of services
- The agreement includes a work programme (“built-in agenda”) committing Members to successive rounds of negotiations aimed at progressively higher level of trade liberalisation
- First round of negotiations: Doha Development Agenda (DDA),
 - Initiated in November 2001
 - Target completion by end 2004



GATS: General Agreement on Trade in Services

- The GATS is about trade in services, including:
 - Professional services
 - Business services
 - Computer-related services
 - Postal and courier
 - Telecommunications
 - Audio-visual
 - Construction
 - **Distribution**
 - Educational services
 - Environmental services
 - Financial services - Banking and insurance
 - Tourism and travel-related services
 - Health-related and social services
 - Transport
 - Recreational, cultural and sporting services
 - Others

GATS: modes of service supply

- Mode 1 Cross-border supply
- Mode 2 Consumption abroad
- Mode 3 Commercial presence
- Mode 4 Presence of natural people

GATS principles

- Most-favoured-nation treatment - MFN
 - But exemptions are allowed for cases specified by the WTO Member, and among countries that are members of regional trading agreements (economic integration)
- The GATS does not interfere with the right of governments to regulate
- Respect for the Members' right to create and apply domestic regulation
 - Measures must be applied reasonably, objectively and impartially
 - Licencing requirements will not constitute unnecessary barriers to trade in services
- Members have the right to modify or withdraw commitments, within certain rules and appropriate compensation

GATS/Distribution services - EU's existing commitments

- EU's commitments since the Uruguay round (1995)
- The EU has already a very significant commitments on distribution services
- Our commitments include distribution of all products, except:
 - arms,
 - chemical products,
 - explosives and
 - precious metals
- In addition, there are country-specific limitations

GATS/Distribution of alcoholic beverages - EU's existing commitments

- The EU has commitments for distribution of alcoholic beverages comparable to other products, with the following exemptions:
 - Ireland does not have commitment for commercial presence of retailing services
 - Sweden has no commitments on retailing services
 - Finland has no commitments on any distribution service
- **This is fully compatible with our measures of domestic regulation governing distribution of alcoholic beverages**
- **Our GATS commitments are not in conflict with our highly responsible regulation of distribution of alcoholic beverages**



The EU and the GATS/DDA round of negotiations

- The EU is committed to progressively liberalise trade in services on a multilateral basis
- Leading the GATS/DDA negotiations to a significant, successful outcome is a responsibility of all major Members of the WTO
- The EU is seeking to promote effective liberalisation of the distribution sector in the context of the DDA negotiations
- We firmly believe that distribution is a key service sector to convey welfare to consumers around the world

GATS/DDA round - EU's initial offer

- The EU presented its DDA initial offer in April 2003
- The European Commission conducted a highly successful **Public Consultation Process**
- The EU has made a very significant offer on distribution services, among other sectors
- **But we have left unchanged the existing limitations on distribution of alcoholic beverages**

GATS/DDA round - Initial offers of other WTO Members

- Around 25 WTO Members have already presented initial offers
- At this time, this is a reasonable number, although it should be significantly higher by Cancun
- Only a few countries are making significant offers on distribution services
- A significant number of countries have not made any offer on distribution services
- The EU will continue making a significant effort to promote trade liberalisation of distribution services

The EU and the DDA round - Initial requests

- According to the GATS procedures, initial requests were exchanged among WTO Members as of June 2002
- The EU sent requests to 109 WTO Members
- We included requests for liberalisation of distribution services (all sub-sectors, modes and products)
- Requests were modulated for middle-low income and least developed countries
- We firmly believe that all our requests are legitimate, fully in line with the GATS agreements and DDA objectives, and will benefit consumers world-wide

Wrap up

- The EU is committed to regulate effectively the distribution of alcohol beverages, in order to protect public interests
- ...And to promote liberalisation of trade in services on a multilateral basis (WTO/GATS)
- ...Respecting the right of WTO Members to regulate
- These objectives are not in conflict and are fully compatible
- The GATS has effective mechanisms to promote trade liberalisation and respect domestic regulation

TRADE



Your perspective, comments

Thanks a lot :)

REVIEW OF THE 'TELEVISION WITHOUT FRONTIERS' DIRECTIVE

LUXEMBOURG, 12 JUNE 2003

Ladies and Gentlemen,

- In fact, it is the development of satellite broadcasting in the beginning of the eighties that prompted the first initiatives in this field. In 1984, the Commission presented a Green Paper on the establishment of a Common market in broadcasting. In 1989, the 'Television Without Frontiers' Directive, was adopted as the main Community instrument in the broadcasting sector. It was revised and updated in 1997.
- Member States had until the end of 1998 to implement the revised Directive into national legislation. It has now been applied for more than 4 years. As foreseen in the Directive itself, which provides for a review every two year, an in-depth work programme for the evaluation of the Directive has been adopted by the Commission at the beginning of the year. It is being carried out as we speak.
- The principal aim of the Directive is to ensure the free movement of broadcasting services in Europe and to promote the development of a European market in broadcasting and related activities, such as television advertising and the production of audiovisual programmes.
- To this end, the Directive is based on two basic complementary principles:
 - **Control by the country of origin of the broadcast:** the originating Member State must verify that broadcasts comply with national law as co-ordinated by the

Directive without secondary control on the same grounds in the receiving Member State.

- **Freedom of reception and retransmission:** All Member States must ensure freedom of reception and shall not restrict retransmissions on their territory of television broadcasts from other Member States for reasons co-ordinated by the Directive.
- The Directive provides for the Community co-ordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States in the following areas:
 - the law applicable to television broadcasts;
 - the promotion of the production and distribution of European works;
 - access by the public to major events for society;
 - advertising, sponsoring and teleshopping;
 - the protection of minors and the right to reply.
- It is important to bear in mind that these provisions have been laid down in order for the single market to operate constitute the minimum level of harmonisation necessary to ensure the freedom to provide broadcasting services in the European Union. This is of course the primary purpose of the Directive.
- The Commission also considers that regulation in the media sector should be proportionate and kept to the minimum necessary to achieve these public interest objectives. In the media sector, the fundamental principle of freedom of expression as enshrined in Article 10 of the European Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms and Article 11 of the European Union's Charter of Fundamental Rights is of paramount importance.

STATE OF PLAY IN IMPLEMENTING THE DIRECTIVE

- The Directive is now implemented in all Member States. Its geographical scope has been extended to the Candidate countries through the alignment process on the

‘Community *acquis*’. It is worth noting that at present, the Directive is implemented in more than 27 countries.

- The Directive is considered to be an effective and appropriate instrument by all market players and has accompanied the creation and development of an increasing number of channels throughout Europe. The application of the Directive is subject to very few complaints and disputes.
- However, there is a need to assess the appropriateness of the current regulatory framework in the light of technology and market developments. The increase in the number of channels available, the offer of broadband entertainment services, the development of Personal Videorecorders (PVR), full interactivity and new advertising techniques present new challenges as well as the general economic development and its impact on the sector.
- In order to address these challenges, the Commission already proposed in its 1999 Communication on ‘*Principles and Guidelines for the Community’s Audiovisual Policy in the Digital Age*’ five general principles for regulatory action. According to the Commission, regulation should:
 - be based on clearly defined policy objectives;
 - be kept to the minimum necessary to meet those objectives (proportionality);
 - further enhance legal certainty in a dynamic market;
 - aim to be technologically neutral, and;
 - be enforced as closely as possible to the activities being regulated (subsidiarity).
- On 6 January 2003, the Commission adopted the Fourth Report on the application of the ‘Television without Frontiers’ Directive.
- In an annex to this report, the Commission proposes a work programme which aims to open a debate on the possible need to adjust the regulatory framework because of the developments in markets and technologies.

- As part of this public consultation exercise, there are two series of public hearings organised in the Commission's premises in Brussels, to enable interested parties to contribute fully to the debate.
- A set of public hearings took place in the beginning of April. More than 300 representative of the audiovisual sector (broadcasters, producers, sports associations, advertising agencies, right owners, national regulatory authorities) participated, including some from the candidate countries.
- At this point in time, it is impossible to prejudge the results of the public consultation. However, some of the participants have expressed interest in clarifying the rules applicable to TV advertising with regards to the development of new advertising techniques. In this respect, the Commission will look at all the possible solutions to enhance legal certainty in this area.
- A second set of public hearings will be held on 23, 24 and 25 June. These public hearings will address the three following themes:
 - Promotion of cultural diversity and of competitiveness of the European programme industry;
 - Protection of minors and public order and the right to reply;
 - Aspects related to the application of the Directive (determination of the competent authority, role of the National Regulatory Authorities, etc.)
- All interested parties are invited to participate in the public debate by attending the hearings and by responding to the questions specified in the discussion papers and sending their written contributions to the Commission by 15 July 2003.
- The purpose of this open debate is to provide the Commission with the necessary input that could lead to the decision to update or adapt the present regulatory framework.
- All contributions received in the course of this public consultation exercise will be made public, unless requests not to do so have been expressly formulated (where

appropriate by adding a confidential annex). They will be posted on the website of the Education and Culture Directorate-General.

FUTURE ACTIONS

- In the light of the reactions we receive, the Commission will decide whether there is a case to table further proposals and if so, what will be the nature of and the timetable for such proposals.
- At the end of this year or in the beginning of 2004, the Commission will publish a communication on the results of the consultation process and make proposals, if appropriate. In addition, the Commission will prepare a new evaluation report on the implementation of the 1998 Council Recommendation on protection of minors and human dignity in audiovisual services and information services.

TELEVISION ADVERTISING FOR ALCOHOLIC BEVERAGES

- Within the set of rules on Television advertising are included the provisions advertising for certain products like tobacco, medicinal products and alcohol:
- According to Article 15, Television advertising and teleshopping for alcoholic beverages shall comply with the following criteria:
 1. It shall not be aimed specifically at minors or in particular depict minors consuming these beverages;
 2. It shall not link the consumption of alcohol to enhanced physical performance or to driving;
 3. It shall not create the impression that the consumption of alcohol contributes towards social or sexual success;
 4. It shall not claim that alcohol has therapeutic qualities or that it is a stimulant, a sedative or a means of resolving personal conflicts,
 5. It shall not encourage immediate consumption of alcohol or present abstinence or moderation in a negative light;
 6. It shall not place emphasis on high alcoholic content as being a positive quality of the beverages.

- These provisions are quite restrictive but are now generally well-accepted by operators – advertisers and broadcasters -. They have been so far applied in a satisfactory manner. Recently in March and in April two complaints concerning the same member State have however been filed to the Commission and we are now considering whether the Member State concerned has failed to comply with its obligation to ensure that the provision concerned (Article 15, paragraph c) of the directive is effectively complied with at national level. We are now currently dealing with these cases. But apart from these complaints we had not received before any complaint about the application of these provisions, which means, we assume, that these provisions were correctly applied.