

1. Romania – unde ne aflam

Deși problemele legate de alcool sunt percepute de unii ca fiind serioase, România și locuitorii săi nu sunt conștienți de nivelul și caracterul problemelor și nu intuiesc felul în care majoritatea problemelor semnificative pot fi abordate într-un mod eficient. România este un exemplu de țară în care sistemele pieței noi deschise permit societăților care produc alcool să utilizeze campanii moderne de marketing în vederea introducerii unor noi produse bazate pe alcool și a unor noi stiluri de consum de alcool. Consumatorii români rămân influențați de preț, dar disponibilitatea alcoolului și reclama reprezintă ambele instrumente puternice. Competiția strânsă între producătorii de bere de pe piața dinamică din România, duce la costuri pentru reclame de peste 38 de milioane US\$ numai pentru bere¹. Rangul producătorilor de top reprezintă, în general, o reflectare a eforturilor lor privind reclama. Mărcile care fac cel mai des obiectul reclamelor sunt Ursus de la SAB, Bergenbier de la Interbrew și Brau și Ciuc de la Brau Union. Reclamele la vinuri și spirtoase s-au înmulțit, de asemenea, în ultimii ani, mai ales pentru mărcile nou lansate. Astfel de inițiative comerciale, în combinație cu creșterea veniturilor, duce la creșterea substanțială a consumului de alcool pe cap de locuitor, împreună cu numărul problemelor legate de societate care derivă din consumul de alcool. La rândul său, cheltuielile din sectorul public necesare pentru a reacționa la creșterea numărului problemelor legate de alcool în societate consumă resurse necesare pentru dezvoltarea țărilor în ceea ce privește dezvoltarea economică.

2. Cateva date statistice

În general, consumul de alcool este raportat a fi moderat, 33% din populație nu consumă alcool² și doar 17% dintre tineri (peste vârsta de 16 ani) consumă alcool (ESPAD, 2003). Deja piața occidentală începe să influențeze generația tânără. Conform rapoartelor, tinerii și-au schimbat comportamentul față de consumul de alcool, începând să consume alcool la vârste mai mici și să bea cantități mai mari. Există din ce în ce mai multe preocupări cu privire la impactul negativ al consumului de alcool asupra ordinii publice, a forței de muncă și a sănătății generației viitoare. Cercetările arată că în absența unei politici eficiente privind alcoolul, consumul de alcool pe cap de locuitor crește, împreună cu numărul problemelor legate de societate care derivă din consumul de alcool³.

Statisticile arată că vânzarea de alcool înregistrată în România⁴ a crescut de la mai puțin de 6 litri pe cap de locuitor, în anul în 1960, la aproape 13 litri pe cap de locuitor, în anul 1981 (vârsta 15+). De atunci s-a înregistrat o scădere constantă până în anul 2001 (când a ajuns la aproximativ 7,5 litri). Totuși, consumul de alcool care nu este înregistrat este estimat la o cantitate suplimentară de 4 litri de alcool pur pe cap de locuitor. Într-un raport recent Eurobarometer, 33% dintre cei care au răspuns la întrebări au menționat că nu consumă deloc alcool⁵. Raportul ESPAD din 2003 arată că 17% dintre tinerii de peste 16 ani menționează faptul că au consumat alcool în peste 40 de situații în toată viața lor. Aproximativ 5% dintre tineri au menționat că sunt băutori înrăiți (cel puțin 5 pahare cu alcool la rând de cel puțin 3 ori în ultimele 30 de zile).

¹ Majoritatea reclamelor la bere se concentrează pe promoții: mașini, locuințe și premii în bani reprezintă principalele premii utilizate de către producători pentru a atrage consumatori

² Special Eurobarometer 272b / Wave 66.2 – TNS Opinion & Social. *Attitudes towards Alcohol*. Comisia Europeană, martie 2007.

³ Babor, T.F., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., Grube, J., Gruenewald, P., Hill, L., Holder, H., Homel, R., Österberg, E., Rehm, J., Room, R. & Rossow, I. (2003). *Alcohol: no ordinary commodity - Research and public policy*. Oxford and London: Oxford University Press.

⁴ <http://www.eurocare.org/pdf/profiles/romania/romania.pdf>, retrieved 20 March 2007.

⁵ Special Eurobarometer 272b / Wave 66.2 – TNS Opinion & Social. *Attitudes towards Alcohol – Atitudini față de alcool*, Comisia Europeană, martie 2007.

Statistici suplimentare arată că:

- Incidența ratei psihozei alcoolice la 100.000 de locuitori a fost de 36,33 în anul 2001, de 37,55 în anul 2002 și de 45,24 în anul 2003.
- Rata mortalității la 100.000 de locuitori cauzată de ciroză hepatică și hepatită cronică a fost de 46,71 în anul 2000, de 52,11 în anul 2001, de 55,09 în anul 2002 și de 51,19 în anul 2003.
- Rata mortalității la 100.000 de locuitori cauzată de alcoolism (ICD-10 F10) a fost de 3,76 în anul 2000, de 4,17 în anul 2001, de 5,01 în anul 2002 și de 4,58 în anul 2003.
- Numărul de accidente rutiere cauzate de consumul de alcool la o populație de 100.000 de locuitori a fost de 2,57 în anul 1999 și de 2,42 în anul 2000.

3. Diferențe rural-urban?

- România practică în mod tradițional piața pe scară largă a produselor din alcool făcute în casă, ceea ce face dificilă controlarea situației și obținerea unei cifre corecte a consumului total de alcool.⁶ Majoritatea oamenilor⁷, în special în mediul rural, consideră consumul de alcool în fiecare zi ca un stil de viață normal. Ei își fac în casă vinul și băuturile spirtoase și consideră că băuturile alcoolice produse fără aditivi sunt naturale și sănătoase. După părerea lor, este bine să bei în fiecare zi, atât timp cât nu te îmbeți (iar limita beției crește din când în când). Ei sunt, de obicei, foarte surprinși când sunt diagnosticați în jurul vârstei de cincizeci de ani cu, de exemplu, ciroză hepatică ca urmare a consumului de alcool. În același timp, se consideră că este foarte degradant ‘să îți piezi mințile’ din cauza alcoolului și să te angajezi în acte violente, cum ar fi violența domestică. În aceste zone rurale, opinia publică cu privire la consumul de alcool este mai tolerantă în cazul bărbaților, decât în cazul femeilor.
- În mediul urban, consumul de alcool este considerat, în cea mai mare parte, ca o activitate de distracție și de socializare. oamenii beau în baruri cu prietenii, după orele de program. Ei beau și acasă, având în vedere că acest lucru poate fi de 2-3 ori mai ieftin. Consumul de alcool în rândul tinerilor este obișnuit, după cum se arată în rezultatele ESPAD (Programului European de Studiu pentru Alcool și Droguri - The European School Survey on Alcohol and Other Drugs) din anul 2003. Consumul de alcool este adesea asociat cu libertatea de sub tutela părintească / constrângerile școlare, curajul, comportamentul macho / cool și muzica / distracția. proporția tinerilor care consumă alcool este constantă și mulți dintre aceștia nu vor deveni consumatori cronici de alcool după perioada adolescenței.

O abordare sistemică a politicii de prevenire a consumului de alcool

1. Momentul actual din perspectiva legislației

- Nu există nici o politică integrată de prevenire, numai câteva legi naționale și mai multe instituții naționale cu responsabilități în acest sens. Dar la nivelul comunității, nu este desemnată o politică integrată de prevenire a consumului de alcool. La nivelul comunității, consecințele negative ale consumului excesiv de alcool sunt totuși cele mai resimțite, iar vizibilitatea acestor consecințe negative determină dorința de a acționa.

⁶ Nivelul cirozei în cadrul EU10 s-au apropiat încet de acest nivel, dar deși anumite țări au nivel similar celor EU15, în altele – cum ar fi România și Ungaria – nivelul este mult mai ridicat. Rata anormal de mare din Ungaria, Slovenia și România nu a putut fi încă explicată în totalitate, deși cercetările recente sugerează faptul că compușii hepatotoxici din băuturile spirtoase produse ilegal sunt, în mare parte, responsabili în acest sens. (Szűcs și colegii săi 2005); cu siguranță aceste țări au o cifră ridicată referitoare la consumul neînregistrat de alcool (Anderson & Baumberg, 2006; vezi 2).

⁷ Normele privind consumul de alcool nu sunt aplicabile în mod universal, dar se aplică în anumite contexte specifice, și adesea unor grupuri specifice.

- Legile și reglementările emise la nivel național interzic consumul de alcool în locurile publice (și vânzarea acestuia, dacă conducerea locală emite o reglementare specială). De asemenea, consumul de alcool este restricționat în anumite clădiri publice și în mijloacele de transport; există o interdicție de comercializare a băuturilor alcoolice în cadrul instituțiilor și al unităților de învățământ (precum și în împrejurimi) precum și o interdicție de a face reclamă la băuturi spirtoase între orele 6.00-22.00. România are, de asemenea, o tradiție îndelungată în interzicerea conducerii unui vehicul sub influența băuturilor alcoolice. Pentru a fi în conformitate cu legislația, un șofer nu are voie să aibă alcool în sânge, dar testele de verificare a nivelului alcoolemiei prin intermediul fiolei sunt rar efectuate. Un astfel de test se efectuează numai în cazul în care un șofer este tras pe dreapta pentru încălcarea codului rutier (de exemplu, încălcarea limitei de viteză) sau când acesta pare să fie sub influența băuturilor alcoolice.
- Deși este necesară obținerea unei autorizații pentru a vinde alcool, nu există restricții privind numărul de puncte de vânzare sau orele și zilele în care alcoolul poate fi cumpărat. Totuși, este interzisă vinderea băuturilor alcoolice la o distanță mai mică de 200 m de o școală, biserică sau unitate medicală, și este interzisă vinderea băuturilor alcoolice minorilor (sub 18 ani).

2. Comunitate pilot

- Scopul prevenirii consumului de alcool este acela de a preveni problemele, înainte ca acestea să apară. Acest lucru este dificil, dar posibil. Studiile au arătat că pentru a avea rezultate este esențială acțiunea la nivelul comunității și care să țintească mai degrabă mediul consumatorilor de alcool (decât consumatorii înșiși). Totuși, nu există o schemă ideală pentru prevenirea eficientă a consumului de alcool în cadrul comunității, deoarece mediile și modelele de consum de alcool diferă de la o comunitate la alta și, din acest motiv, problemele legate de alcool sunt diferite în fiecare comunitate. Datele concrete cu privire la mediul în care se consumă alcool și la problemele legate de consumul de alcool reprezintă baza unui model eficient de prevenire a consumului de alcool în cadrul comunității (Abordarea sistemică). România nu are experiență cu privire la prevenirea consumului de alcool prin intermediul acestei abordări. Acest proiect poate rezolva această problemă prin asistarea unei comunități locale în dezvoltarea unui model de prevenire a consumului de alcool la nivelul comunității. Pentru formarea experienței și a îmbunătățirii cunoștințelor legate de prevenirea consumului de alcool la nivelul comunității, vor fi implicați și specialiști din afară. Rezultatele din comunitatea pilot vor fi folosite ca exemplu și model pentru alte comunități din România. Proiectul ca fi creat pornind de la resursele existente în vederea realizării unui model care să poată fi repetat în alte comunități, fără resurse externe.
- În acest sens, conducerea la nivel local a municipiului Pitești, a fost de acord să participe la acest proiect, în calitate de comunitate pilot. Primarul și mai multe alte părți interesate (printre care școli și poliția) și-au exprimat susținerea pentru acest proiect și au oferit resurse în vederea dezvoltării politicii privind alcoolul la nivelul comunității.
- Acțiunile locale de prevenire a consumului de alcool au fost limitate la programe de educație în școli care evidențiază pericolele și riscurile consumului de alcool și de droguri.

3. Pe scurt despre teoria abordării sistemice

- Perspectiva sistemelor la nivelul comunității privind problemele legate de alcool⁸ este luată ca punct de referință în literatura de specialitate cu privire la componentele și eficiența intervențiilor legate de alcool.
- Problemele legate de alcool derivă din interacțiunea dintre consumul total de alcool și cererea și oferta de alcool. Din fericire, atât cererea, cât și oferta de alcool poate fi moderată prin politici publice, iar problemele legate de alcool pot fi astfel prevenite.
- Problemele legate de alcool ale indivizilor trebuie să fie plasate în contextul în care apar (Babor, 2003). Acest context îl reprezintă mediul în care trăiesc indivizii, precum și toți factorii prezenți în acest mediu și care influențează comportamentul indivizilor.
- Factorii cu cea mai mare influență sunt prețul alcoolului, sortimentele de alcool, numărul de puncte de vânzare (magazine și baruri/restaurante/discoteci), respectarea legislației cu privire la alcool (cum ar fi limita de vârstă admisă pentru cumpărarea băuturilor alcoolice), intensitatea pieței de alcool, normele sociale și atitudinea față de consumul de alcool și politica națională cu privire la alcool.
- Pentru ca o politică de prevenire a consumului de alcool să aibă succes, este necesar ca acești factori contextuali să fie luați în considerare. Concentrarea numai asupra unuia sau a doi astfel de factori și ignorarea prezenței și a influenței celorlalți factori va duce la eșecul strategiei. O politică de prevenire a consumului de alcool de succes trebuie să utilizeze metode și abordări cu eficiență demonstrată (reducerea disponibilității alcoolului este cea mai eficientă metodă), să conștientizeze comunitatea cu privire la problemele legate de alcool și să susțină măsurile prin atenția permanentă și intensivă a mijloacelor media (Holder, 1999). Cele trei elemente constitutive ale unei politici eficiente privind consumul de alcool sunt: susținere publică și politică, respectarea legislației și aplicarea acesteia (vezi figura 2) (Reynolds, 2003).

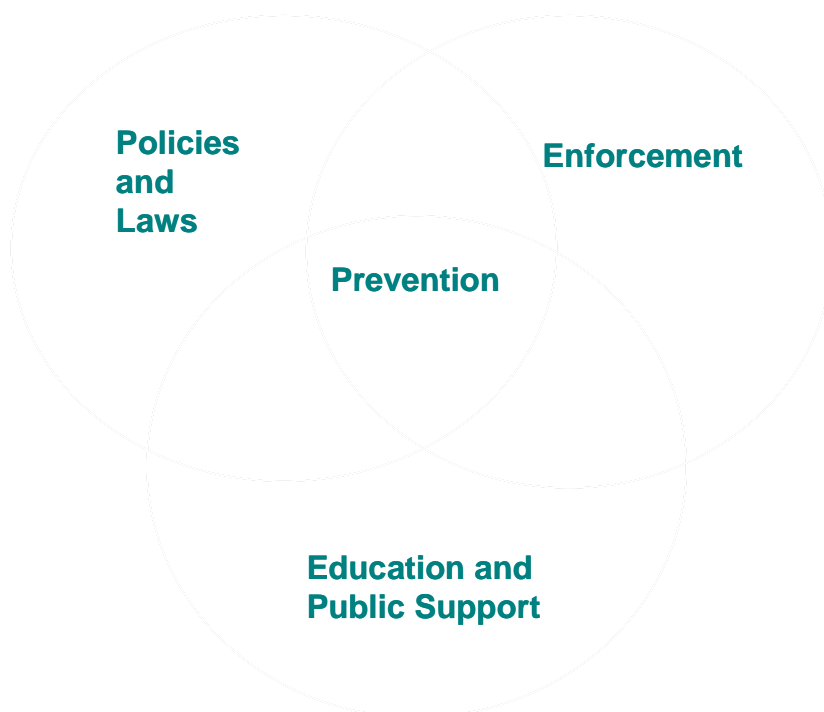


Figura 2 Elemente constitutive ale politicii de prevenire a consumului de alcool

⁸ Alcohol and the Community: A Systems Approach to Prevention; Holder, Harold; Cambridge University Press, 1998 and Addiction, "A Community Prevention Trial to Reduce Alcohol-Involved Trauma" Vol. 92, iunie, 1997.

Alcoolul poate fi obținut cu ușurință înainte de vârsta de 18 ani

Un sondaj științific realizat în rândul elevilor din Pitești a arătat faptul că tinerii din Pitești consumă mult alcool și că aceștia încep să consume alcool încă de la vârste fragede. Deși tinerii știu că părinții lor nu sunt de acord ca ei să consume alcool, elevii o fac adesea, în absența părinților lor și fără ca aceștia să știe. În conformitate cu cele spuse de elevi, părinții lor consideră că este mai important să obțină note bune la școală, decât să nu consume alcool sau să se îmbete. Totuși, alcoolul dăunează creierului și influențează rezultatele școlare ale tinerilor, ceea ce înseamnă că, în toate cazurile, cu cât aceștia consumă mai mult alcool, cu atât mai proaste vor fi notele acestora. Acum a venit momentul ca în Pitești tinerii să nu mai poată obține alcool atât de ușor și să se pună punct vânzării de alcool elevilor.

Studiu cu privire la consumul de alcool în rândul tinerilor din Pitești

În luna mai 2008, Universitatea din Pitești și Universitatea din Twente, Olanda, au cooperat în vederea realizării unui studiu științific în cadrul căruia a fost distribuit un chestionar în liceele din Pitești. Au răspuns la întrebări 1.300 de elevi, din 50 de clase de la 17 licee, având ca rezultat o bază de date de 1.026 de chestionare utile (ce clase?). Acest eșantion reprezentativ pentru tinerii din Pitești a dezvăluit câteva fapte interesante cu privire la comportamentul legat de consumul de alcool al tinerilor din Pitești. Rezultatele acestui studiu sunt prezentate în acest articol.

Câți dintre tinerii din Pitești consumă alcool?

Numai 12% dintre tinerii din Pitești (cu vârste cuprinse între 14 și 19 ani) nu consumă alcool, ceea ce înseamnă că 88% dintre tineri consumă alcool sau au consumat în trecut. Există mai mulți băieți care consumă alcool decât fete, 93 dintre băieții din Pitești și 85% dintre fete fiind consumatori de alcool. Aproape 50 % dintre băieți încep să consume alcool încă înainte de a împlini vârsta de 13 ani. Din fericire, acest procent este mult mai mic în cazul fetelor, având în vedere că 22 % dintre fete încep să consume alcool înainte de a împlini vârsta de 13 ani.

Ce băuturi alcoolice consumă tinerii din Pitești?

Vinul, berea și băuturile alcoolice fabricate în casă reprezintă băuturile preferate ale tinerilor din Pitești. Băieții beau bere în cea mai mare parte, iar fetele vin. Chiar dacă aceste băuturi alcoolice au% diferite de alcool, numărul de sticle/cutii consumate arată că este vorba de aceeași cantitate de alcool pur. O cutie de bere conține aceeași cantitate de alcool ca și o sticlă (mai mică) de vin, ceea ce înseamnă că berea este la fel de nocivă pentru sănătatea băieților cum este vinul pentru sănătatea fetelor. Berea nu este un aliment, ci o substanță dăunătoare pentru sănătatea fizică și mintală a tinerilor.

Cât de mult alcool consumă tinerii din Pitești?

Deși elevii din Pitești consumă alcool regulat și uneori în cantități mari, ei afirmă că nu se îmbată des. Totuși, acest lucru nu înseamnă că ei nu sunt afectați de alcool. Elevii au fost implicați în accidente, probleme cu părinții și prietenii, au obținut note mici la școală ca urmare a consumului de alcool. Acest lucru i-a făcut, de asemenea, să se simtă rău fizic, ceea ce reprezintă un semn clar de consum de alcool în cantități prea mari.

Cât de des consumă alcool tinerii din Pitești?

Numai 28 % au indicat faptul că nu au consumat alcool în ultimele 30 de zile, 20 % au consumat alcool o dată, ceea ce înseamnă că mai mult de 50 % sunt consumatori de alcool în mod regulat. Din nou acest model este mai grav în cazul băieților decât în cazul fetelor. 70 % dintre băieții din Pitești sunt consumatori de alcool în mod regulat. Majoritatea elevilor consumă alcool la sfârșitul săptămânii, dar 20 % dintre băieți și 12% dintre fete consumă alcool și în zilele din timpul săptămânii. Acesta reprezintă un indicator foarte grav pentru problemele legate de consumul de alcool, prezente sau viitoare.

De unde își cumpără băuturile alcoolice tinerii din Pitești?

Tinerii din Pitești își pot cumpăra băuturile alcoolice de unde vor. Proprietarii de magazine, discoteci și baruri nu au voie să vândă băuturi alcoolice persoanelor care nu au împlinit vârsta de 18 ani, dar în realitate, afirmă elevii în chestionare, ei nu întreabă care este vârsta elevilor și nici nu cer documente de identitate. Pentru a verifica aceste afirmații, în zilele de 17 și 18 octombrie, un cercetător științific a efectuat un studiu în cadrul căruia elevii au încercat să cumpere băuturi alcoolice și au înregistrat aceste experiențe. În 100 % din cele peste 50 de încercări de a cumpăra alcool tinerii au reușit să o facă, chiar și în cazul barurilor și al magazinelor situate în apropierea școlilor. Acest lucru arată clar faptul că vânzătorii de băuturi alcoolice nu respectă legislația și că aceștia vând băuturi alcoolice copiilor din Pitești, contribuind la efectele nocive asupra sănătății și asupra notelor acestora.

Ce trebuie să facem?

Părinții și persoanele care vând alcool tinerilor care nu au împlinit vârsta de 18 ani trebuie să își asume responsabilitatea și să îi protejeze pe tinerii din Pitești de consumul de alcool prea des și în cantități prea mari. Consumul de bere, vin sau de orice alte tipuri de băuturi alcoolice înainte de vârsta de 18 ani dăunează sănătății elevilor. Consumul de alcool nu numai că afectează elevii acum, dar are și consecințe pe termen lung. Tinerii care încep să consume alcool înainte de a împlini vârsta de 13 ani prezintă riscul deosebit de grav de a deveni dependenți de alcool mai târziu. Având în vedere faptul că majoritatea elevilor din Pitești intră în această categorie de risc, considerăm că a venit timpul să acționăm.

Minorii din Pitești pot cumpăra băuturi alcoolice de unde doresc!

Minorii pot cumpăra băuturi alcoolice de unde doresc în Pitești. Această bănuială a fost dovedită printr-un studiu de mystery shopping care a avut loc în luna octombrie 2008. Niște elevi au vizitat 58 de puncte de vânzare a băuturilor alcoolice din Pitești și au avut succes în încercarea lor de a cumpăra băuturi alcoolice în toate cele 58 de locații. În conformitate cu legislația din România, este interzisă vânzarea băuturilor alcoolice tinerilor care nu au împlinit vârsta de 18 ani. Acest studiu a fost inițiat de proiectul START, un proiect local de prevenire a consumului de alcool care are drept scop reducerea consumului de alcool de către minori. Studiul a fost efectuat de către cercetătorii de la Universitatea din Twente, Olanda, și de la Universitatea din Pitești.

Rezultatele studiului de mystery shopping

Clienții „sub acoperire” au vizitat 50 de supermarketuri și magazine alimentare și 8 baruri. În toate cele 58 de încercări de cumpărare a băuturilor alcoolice, elevii au reușit să cumpere băuturi alcoolice și nu au fost niciodată refuzați (ceea ce ar fi fost normal să se întâmple, în conformitate cu legislația). Clieții „sub acoperire” au fost atent selectați și instruiți în acest sens. În încercările lor de cumpărare a băuturilor alcoolice, ei au urmat un protocol standard. Misiunea lor a fost aceea de a intra într-un magazin sau bar și de a alege o băutură alcoolică. În cazul în care ar fi fost întrebați de către vânzător ce vârstă au, ei ar fi trebuit să răspundă că au împlinit vârsta de 18 ani (în loc de 17), așa cum ar fi mințit niște tineri în mod obișnuit cu privire la vârsta lor. În timpul încercărilor lor de a cumpăra băuturi alcoolice, elevilor li s-a pus această întrebare o singură dată și oricum li s-au vândut băuturile alcoolice. După cumpărarea băuturilor alcoolice, tinerii nu le-au consumat, ci le-au lăsat pe masă sau le-au înmănat cercetătorilor.

De ce un studiu de mystery shopping?

Coordonatorul proiectului START, Dna. Nina Sima, a inițiat acest studiu deoarece un sondaj în rândul elevilor din Pitești efectuat în mai 2008 a arătat un număr șocant de consumatori de băuturi alcoolice printre elevii cu vârsta de peste 14 ani. Numai 12% dintre tinerii din Pitești (cu vârste cuprinse între 14 și 19 ani) nu consumă băuturi alcoolice. Ceea ce înseamnă că 88% dintre tineri consumă băuturi alcoolice în prezent sau au consumat în trecut. Mai mulți băieți decât fete consumă băuturi alcoolice, 93% dintre băieții din Pitești și 85% dintre fete consumă alcool. Aproape 50% dintre băieți încep să consume alcool înainte de vârsta de 13 ani. Din fericire,

această cifră este mult mai mică în cazul fetelor, 22% dintre fete începând să consume alcool înainte de vârsta de 13 ani.

Numai 28% dintre elevi au menționat că nu consumaseră deloc băuturi alcoolice în ultimele 30 de zile, 20% dintre ei au consumat alcool o dată în această perioadă, ceea ce înseamnă că peste 50% dintre elevi consumă regulat băuturi alcoolice. Din nou, cifra este mai mare în cazul băieților comparativ cu fetele. 70% dintre băieții din Pitești consumă regulat băuturi alcoolice. Majoritatea elevilor consumă băuturi alcoolice în weekend, dar 20% dintre băieți și 12% dintre fete consumă alcool și în timpul săptămânii. Acesta este un indicator foarte important al problemelor legate de consumul de alcool, în prezent sau în viitor.

Ce reprezintă studiul de mystery shopping?

La acest studiu de mystery shopping au participat patru elevi de liceu în vârstă de 17 ani. Acești elevi au vizitat 58 de puncte de vânzare a băuturilor alcoolice din Pitești, comportându-se ca niște clienți obișnuiți care doresc să cumpere bere, dar observând, în același timp, și comportamentul vânzătorilor. Studiul de mystery shopping reprezintă un instrument obișnuit de evaluare a calității serviciilor magazinelor și ale centrelor medicale. Acest tip de studiu „sub acoperire” poate fi utilizat, de asemenea, pentru a se verifica în ce măsură comercianții cu amănuntul respectă legislația referitoare la vânzarea băuturilor alcoolice. Acest studiu se practică în S.U.A., Marea Britanie și Olanda de peste zece ani, cu rezultate bune și demne de încredere. Pitești este primul oraș din România în care s-a utilizat un studiu de mystery shopping în vederea verificării respectării legislației care stipulează că este interzisă vânzarea băuturilor alcoolice minorilor.

Ce se poate face pentru ca legislația privind vânzarea băuturilor alcoolice către minori să fie respectată?

Reducerea disponibilității alcoolului reprezintă cea mai eficientă metodă de reducere a consumului de alcool de către tineri. Legislația din România stipulează că este interzisă vânzarea băuturilor alcoolice tinerilor care nu au împlinit vârsta de 18 ani, în vederea protejării sănătății acestora. Ca urmare a sfaturilor cercetătorilor, coordonatorul proiectului START va face ca respectarea vârstei-limită pentru vânzarea băuturilor alcoolice tinerilor să devină unul dintre elementele principale ale proiectului local de prevenire a consumului de alcool. Vânzătorii de băuturi alcoolice ar trebui să fie instruiți astfel încât să învețe să îi recunoască pe minori și să știe cum să refuze să îi servească cu băuturi alcoolice. Respectarea vârstei-limită ar trebui să fie verificată periodic de către reprezentanții consiliului local și ai organismelor de autorizare, iar aceste verificări ar trebuie să fie urmate de aplicarea unor sancțiuni punctelor de vânzare a băuturilor alcoolice care încalcă legislația.