

Innspill til nasjonal alkoholstrategi

NCD-alliansen samarbeider i kampen mot ikke-smittsomme sykdommer. Alliansen består av Diabetesforbundet, Kreftforeningen, Rådet for psykisk helse, LHL og Nasjonalforeningen for folkehelsen. Vi representerer de store sykdomsgruppene som ligger innenfor definisjonen ikke-smittsomme sykdommer: diabetes, kreft, psykiske lidelser, kroniske lungesykdommer og hjerte- og karsykdommer. Vi jobber for en bred og inkluderende folkehelsepolitikk, og et helhetlig syn på helse, der fysisk og psykisk helse henger sammen.

NCD-alliansen jobber for at det iverksettes tiltak som reduserer risikofaktorene knyttet til disse sykdommene, der alkoholbruk er en slik risikofaktor. NCD-alliansen mener at Regjeringen gjennom den kommende strategien må videreføre hovedlinjene i norsk alkoholpolitikk, men at det også kommer nye tiltak som er med på å begrense alkoholbruken og skadevirkningene ytterligere.

Vi ønsker oss en bred og befolkningsrettet nasjonal alkoholstrategi med strukturelle virkemidler der det kommer konkrete tiltak som sørger for å:

- øke alkoholavgiftene ut over vanlig prisstigning og begrense tilgjengeligheten
- innføre innholds- og helsemerking av alkoholvarer
- skjerme barn – og unge mot markedsføring av alkohol i nye kanaler

Øke alkoholavgiftene og begrense tilgjengeligheten.

I sin rapport om alkohol fra 2018¹, fastslår Folkehelseinstituttet at alkoholbruk er en av de viktigste risikofaktorene for tap av friske leveår i befolkningen, og er i tillegg årsak til sosiale problemer og skader for andre enn brukeren selv. Vi vet også at forekomsten av selvmord øker i takt med et økende totalkonsum av alkohol i befolkningen².

Det er godt dokumentert at høye priser på alkohol og begrensninger i tilgjengeligheten er de mest effektive tiltakene for å begrense omfanget av de alkoholrelaterte skadene i befolkningen. I Folkehelse rapporten fra 2018 vises det til at i gjennomsnitt drikker nordmenn i alderen 15 år og eldre nesten 7 liter ren alkohol per år³. Sett i lys av dette og de alvorlige samfunns- og helseproblemer alkohol utgjør, mener NCD-alliansen at vi må nyttiggjøre den dokumenterte sammenhengen mellom pris og forbruk og utnytte avgiftssystemet enda bedre som virkemiddel i folkehelsepolitikken. NCD-alliansen forventer derfor at Nasjonal alkoholstrategi inneholder konkrete tiltak for å begrense alkoholkonsumet og skadeomfanget gjennom høye alkoholpriser og begrensninger i tilgjengelighet.

Innholds- og helsemerking

WHO anbefaler innholds- og helsemerking av alkoholvarer slik at forbrukere kan gjøre seg kjent med ingredienser, næringsinnhold samt helserisiko ved inntak av varen⁴. Ifølge WHO vil en slik merking bidra til at forbrukerne tar opplyste helsevalg. Flere land har innført merking av alkohol, enten med

¹ FHI: Rapporten Oversikt over Alkohol i Norge: Et folkehelseperspektiv på alkohol, <https://www.fhi.no/nettpub/alkoholinorge/beskrivelse-av-rapporten/oversikt-over-alkohol-i-norge-et-folkehelseperspektiv-pa-alkohol/?term=&h=1>

² UiO Rus, avhengighet og selvmord:

<http://www.med.uio.no/klinmed/forskning/sentre/nssf/kunnskapsressurser/fakta-selv-mord-selvskading/rus/>

³ Folkehelse rapporten 2018, FHI

⁴ [“What is the current alcohol labelling practice in the WHO European Region and what are barriers and facilitators to development and implementation of alcohol labelling policy?”](#) (2020). By Eva Jané-Llopis, Daša Kokole, Maria Neufeld, Omer Syed Muhammad Hasan, Jürgen Rehm: Health Evidence Network synthesis report 68

innhold eller helseadvarsler eller begge deler. I Norge er alkoholholdig drikke det eneste næringsmiddelet som er unntatt krav om innholdsmerking, og NCD-alliansen mener dette er uheldig. Alkohol virker negativt på mer enn 200 sykdommer eksempelvis kreft, diabetes, demens, hjertesykdommer og organsykdom, og forskningen blir stadig tydeligere på at det er en sammenheng mellom alkohol og kreft⁵. Befolkningsundersøkelser viser at kunnskapen om slike sammenhenger er lav i Norge⁶, og en nasjonal alkoholstrategi bør derfor omfatte tiltak som synliggjør alkoholens helsemessige konsekvenser for forbrukerne. For noen forbrukere med sykdom, eksempelvis diabetes, er det dessuten avgjørende å kjenne til innholdet i drikke- og matvarer for å kunne regulere sykdommen og unngå alvorlige senkomplikasjoner.

Studier viser at helsemerking av alkoholholdige varer påvirker kunnskap og holdninger til varen, men fremdeles trengs det mer kunnskap om hvordan plassering, innhold og størrelsen av merkingen påvirker atferd⁷. Erfaringer fra sammenlignbare varer, som tobakk, viser at helseadvarsler på tobakksvarer endrer atferd⁸. Det er derfor avgjørende at innholds- og helsemerking av alkoholholdige varer følger anbefalt innretning av størrelse, utforming og passering av merkingen⁹.

Skjerme barn og unge mot markedsføring i nye kanaler

Markedsføring av alkohol overfor barn og unge er et stort, uoversiktlig og foreløpig uhåndterlig problem globalt. Selv om alkoholreklame er forbudt i alle kanaler i Norge så viser studier fra Forbrukertilsynet at 25 prosent av 15-16-åringene blir utsatt for alkoholreklame i egne sosiale medieprofiler¹⁰. Kreftforeningens ungdomsundersøkelse viser også at 58 prosent i alderen 16-24 år har opplevd at bloggere/influensere snakker om alkohol i egne kanaler. NCD-alliansen mener at nye, sofistikerte, digitale markedsføringsmetoder som øker alkoholforbruket hos den yngre generasjonen må forhindres, og at det må etableres et system for å overvåke og slå ned på slik ulovlig reklame.

Med vennlig hilsen

Ingrid Stenstadvold Ross

Generalsekretær



KREFTFORENINGEN

Mina Gerhardsen

Generalsekretær



Bjørnar Allgot

Generalsekretær

diabetesforbundet

Frode Jahren

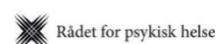
Generalsekretær



LHL

Tove Gundersen

Generalsekretær



Rådet for psykisk helse

⁵ [The association of lifetime alcohol use with mortality and cancer risk in older adults: A cohort study \(2018\)](#). In Plos Medicine

⁶ [Hvorfor skal alkohol merkes. Forbrukerne har rett til å vite hva de drikker \(2018\)](#) via Actis Rusfeltets samarbeidsorgan.

⁷ [Alcohol: No Ordinary Commodity, Research and Public Policy, Second Edition \(2010\)](#). By: Thomas F. Babor, Raul Caetano, Sally Casswell, Griffith Edwards, Norman Giesbrecht, Kathryn Graham, and others

⁸ [Warnings on alcohol containers and advertisements: International experience and evidence on effects \(2009\)](#). Published in Drugs and Alcohol Review.

⁹ [Health information on alcoholic beverage containers: has the alcohol industry's pledge in England to improve labelling been met? \(2015\)](#). In addiction. Written by: Mark Petticrew Nick Douglas Cécile Knai Mary Alison Durand Elizabeth Eastmure Nicholas Mays

¹⁰ Markedsføring og personvern i sosiale medier, oppdragsrapport nr 13, SIFO 2018
<https://ndla.no/subjects/subject:1/topic:1:172361/topic:1:186069/resource:4541ec6c-1e45-497d-9992-4a2d71aa7b22>