

# (MEZI)NÁRODNÍ DOPORUČENÍ NA NÁRODNÍ KONFERENCI

Vážené čtenářky a vážení čtenáři,

témata užívání alkoholu a tabáku jsou u nás opět v pohybu. Jakkoliv je míra užívání obou návykových látek u nás stále vysoká, relativně málo pozornosti bylo doposud věnováno regulaci jejich reklamy a propagace, a to zejména ve smyslu stále nových možností, které nabízejí digitální média. Na přelomu roku 2019 se však konala národní konference Alkohol a tabák v České republice 2019, na které obě tato témata velmi rezonovala. Konference proběhla 27. listopadu 2019 v Lichtenštejnském paláci pod koordinací sekretariátu Rady vlády pro koordinaci protidrogové politiky ve spolupráci s Ministerstvem zdravotnictví ČR a Světovou zdravotnickou organizací. Jedním z hmatatelných výsledků spolupráce Světové zdravotnické organizace, Ministerstva zdravotnictví a Kliniky adiktologie 1. LF UK se stala politická doporučení pro tvorbu politiky v oblasti alkoholu a tabáku, která byla na konferenci slavnostně představena odborné veřejnosti. Klíčové výstupy nově vzniklých politických dokumentů si dovoluujeme představit i vám v editorialech tohoto čísla časopisu *Adiktologie v preventivní a léčebné praxi*.

Spotřeba alkoholu je u nás přes některé příznivé trendy, jakými jsou například určitý pokles užívání alkoholu u mladistvých, podle všech dostupných a na různých metodických přístupech založených statistikách vysoká. Politická doporučení *Uplatnění iniciativy WHO SAFER pro snížení škod souvisejících s alkoholem v České republice*, tedy doporučení pro tvorbu a realizaci politiky v oblasti alkoholu, zpracoval pro Kancelář WHO v ČR autorský kolektiv Centra veřejného zdraví se zaměřením na alkohol Kliniky adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze. Anglické akronymum SAFER obsahuje počáteční písmena celkem pěti zásadních oblastí alkoholové politiky, které jsou nejen podle Světové zdravotnické organizace zásadní pro omezování škodlivého užívání alkoholu. Jedná se o posílení omezení dostupnosti alkoholu, rozvoj a realizaci opatření souvisejících s řízením pod vlivem alkoholu, zprostředkování dostupnosti a screeningu, krátkých intervencí a léčby, prosazení zákazu nebo obsáhlého omezení reklamy na alkohol, sponzorství a propagace a v neposlední řadě zvyšování ceny alkoholu prostřednictvím spotřebních daní a cenových politik. Cílem doporučení je poukázat na aktuální situaci v České republice, která je samozřejmě domácím odbornému publiku známá, ale také navrhnout „nejlepší volby“ pro tvorbu a realizaci politiky veřejného zdraví ve vztahu k alkoholu. Data Světové zdravotnické organizace ukazují, že „nejlepší volby“ WHO SAFER jsou efektivní, kdy jeden investovaný americký dolar přináší návratnost více než devět dolarů. Prosazení těchto opatření není otázkou krátkodobou a diskuse v rámci konference, ale také na dalších fórech ukázala, že názory různých aktérů na jednotlivá opatření jsou skutečně

velmi odlišné. V rámci konference byla několikrát zmíněna možná inspirace tvorby politiky v oblasti alkoholu z úspěchů, kterých se podařilo dosáhnout v oblasti tabáku, a to zejména v oblasti omezení dostupnosti, reklamy a sponzorování.

Kouření tabáku bezpochyby představuje jedno z největších veřejnozdravotních témat. Nedávno vydaná třetí edice reportu Světové zdravotnické organizace „WHO global report on trends in prevalence of tobacco use 2000–2025“ potvrdila pokračující pokles globální prevalence kouření, a to poprvé také mezi muži. Jedná se o výsledek mnohaletého úsilí v oblasti kontroly tabáku jednotlivých států. Jedním z těchto opatření je také regulace reklamy. Tabákový průmysl totiž od počátku svého působení využíval vysoce sofistikovaných marketingových strategií. Cigarety tak byly prezentovány např. jako prostředek na potlačení kašle doporučovaný lékaři, jako módní doplněk, symbol ženské emancipace, součást image mužného kovboje apod. Tabákový průmysl také intenzivně spolupracoval se známými osobnostmi, cílil reklamu na děti a dospívající jakožto budoucí rostoucí generaci kuřáků či veřejně popíral negativní dopady kouření na zdraví. Neetické a invazivní marketingové techniky tabákového průmyslu proto začaly být postupně legislativně regulovány. S reklamou na cigarety se tak u nás již nesetkáme v televizi, v rádiu, v tištěných médiích, v kině či na billboardech. Tam, kde přímá tabáková reklama v ČR nadále zůstala, jsou obaly tabákových výrobků a místa prodeje. Kromě těchto nástrojů využívá tabákový průmysl také nepřímých forem propagace a sponzorování – sdílení a rozšiřování značky (kdy např. jiný netabákový produkt jako parfém, káva nebo oblečení nese značku tabákové společnosti), podpory kulturně-spoolečenských a sportovních akcí (např. Filmového festivalu v Karlových Varech) nebo sponzorství neziskových organizací. Jakousi revoluci zažila tabáková reklama s příchodem nových forem tabákových výrobků, zejména pak zahřívávaného tabáku. Novým nástrojem se stal influencer marketing a hlavním dějištěm sociální sítě. Strategie využívané před 50 lety jako by se dnes přenesly do online světa. Zahřívávaný tabák je prezentován jako stylová technologická novinka v ruce celebrit spojená se zdravým životním stylem, mladými lidmi a luxusem. V mnoha státech včetně ČR využívají tabákové firmy absentující vymezení výrobků zahřívávaného tabáku v legislativě.

Souhrnná opatření týkající se nejen regulace tabákové reklamy přináší WHO v Rámcové úmluvě o kontrole tabáku (FCTC) a strategii zvané MPOWER. Česká republika se stala smluvní stranou Rámcové úmluvy WHO FCTC v roce 2012, a je tedy povinna plnit její právní závazky. Opatření pro regulaci reklamy, propagace a sponzorování v oblasti tabáku jsou obsažena především v článku č. 13 a č. 11 Rámcové úmluvy a jejich prováděcích pokynech. Na základě těchto doporučení také vznikl dokument ve spolupráci WHO, Ministerstva zdravotnictví ČR a expertního týmu Centra pro výzkum a prevenci užívání tabáku Kliniky adiktologie 1. LF UK a VFN nazvaný *Regulace reklamy, propagace a sponzorování v oblasti tabáku v České*

*republice: Politická doporučení.* Čtenáři zde mohou nalézt popis výchozího stavu v České republice včetně přehledu právních norem týkajících se regulace tabákové reklamy a také politická doporučení pro posílení regulatorních opatření – zejména pak přijetí komplexních zákazů reklamy, propagace a sponzorování v souladu s WHO FCTC, zavedení tzv. jednotných balení tabákových výrobků a přísnější regulace reklamy a propagace výrobků zahřívávaného tabáku na internetu.

Nově vzniklá politická doporučení WHO týkající se alkoholu a tabáku i odborné diskuze expertů v rámci představení těchto dokumentů na národní konferenci Alkohol a tabák v České republice 2019 přinesly nové pohledy na současný stav veřejnozdravotní politiky v ČR. Přestože u nás již mnohá z doporučení strategie SAFER a MPOWER byla aplikována v praxi, nadále je potřeba vyvíjet snahy pro implementaci dalších legislativních a veřejnozdravotních opatření vedoucích ke snížení vysoké míry užívání alkoholu a tabáku v české populaci.

V Praze dne 14. února 2020

**Dr. Srđan Matić**

Představitel Světové zdravotnické organizace  
a ředitel Kanceláře v ČR

**PhDr. Miroslav Barták, Ph.D.**

Vedoucí Centra veřejného zdraví  
se zaměřením na alkohol  
Klinika adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze

**Mgr. Adam Kulhánek**

Vedoucí Centra pro výzkum a prevenci užívání tabáku  
Klinika adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze