

Téma:

**TANÁCSADÁSI ELEMZÉS -
Kiskorúakra vonatkozó
alkoholpolitika Európában**

Időszak:

2012. május

Dátum:

2012. május 15.



SZÁZADVÉG
ALAPÍTVÁNY



SZÁZADVÉG
GAZDASÁGKUTATÓ ZRT.



STRATEGOPOLIS
KÖMPÖLTASZAKAI TANÁCSADÓ ÉS STRATÉGIAI ELEMZŐ KFT.

Az anyag az NFM_SZERZ/378/1 (2012) számú
szerződés teljesítésére készült.

Alkoholpolitikai eszközök

Bár alkoholpolitikája minden EU-s országnak van, a tagállamok fele (köztük hazánk) nem rendelkezik alkoholelleses stratégiával vagy a területet koordináló testülettel. Az alkoholpolitikának az egyik legjelentősebb területe a fiatalok alkoholfogyasztása. Ezen a területen találkozunk a speciálisan ezt a korosztályt érintő intézkedésekkel – ezek elsősorban az iskolai alapú felvilágosító programok, illetve az alkoholvásárláshoz megszabott minimális korhatár -, illetve általános alkoholpolitikai eszközökkel. Az alábbiakban ezeket tekintjük át.

Életkori szabályozás

Minden európai uniós ország tiltja a bizonyos életkort be nem töltött fiatalok alkohollal történő kiszolgálását a közösségi tereken (kocsmákban, szórakozóhelyeken stb.), és a legtöbb országban (négy kivétellel) a boltokban történő kiszolgálást is.

Az ital vásárlásához engedélyezett életkort Európán belül eltérően szabályozzák, 16 és 20 év között szabva meg a vásárláshoz engedélyezett minimális életkort. Az engedélyezett életkor általában véve a déli országokban alacsonyabb, mint az északiakban, melyet jól szemléltet az alábbi táblázat, mely tartalmazza az egyes országokban a közösségi tereken, illetve a boltokban az alkoholvásárláshoz megszabott minimális korhatárt.

<i>B = Beer</i>	Min. Legal Age					Min. Legal Age			
<i>W = Wine</i>	On-premise		Off-premise			On-premise		Off-premise	
<i>S = Spirits</i>	B&W	S	B&W	S		B&W	S	B&W	S
Austria	16	16-18	16	16-18	Lithuania	18	18	18	18
Belgium	16	18	None	18	Luxembourg	16	16	None	None
Bulgaria	18	18	18	18	Malta	16	16	None	None
Czech Rep.	18	18	18	18	Netherlands	16	18	16	18
Denmark	18	18	16	16	Norway	18	20	18	20
Estonia	18	18	18	18	Poland	18	18	18	18
Finland	18	18	18	20	Portugal	16	16	16	16
France	16	18	16	16	Romania	18	18	18	18
Germany	16	18	16	18	Slovak Rep.	18	18	18	18
Greece	17	17	None	None	Slovenia	18	18	18	18
Hungary	18	18	18	18	Spain	16-18*	16-18*	16-18*	16-18*
Iceland	20	20	20	20	Sweden	18	18	20	20
Ireland	18	18	18	18	Switzerland	16	18	16	18
Italy	16	16	16	16	Turkey	18	18	18	18
Latvia	18	18	18	18	UK	18	18	18	18

1. ábra: Az alkoholvásárlásnál engedélyezett minimális korhatár. Forrás: Európai Bizottság, 2006

Felvilágosítás

Az alkohol-felvilágosítás programok fő prioritása az alkohol veszélyeinek bemutatása és a felelős döntések ösztönzése a fiatalok körében. Ezen belül két területet tudunk elválasztani egymástól, a formális alkohol-felvilágosítást, amely az iskolákon és más csatornákon keresztül folyik, és az informális útmutatást, amely a családon belüli szocializáción, a kortársakon és más érintetteken keresztül hat a fiatalok életére.

A formális tájékoztatás elsősorban a programok tantervi integrálásán keresztül valósul meg. A legelterjedtebbek az általános és a középiskolákban futó felvilágosító órák, amelyeknél a hangsúly a felelős alkoholfogyasztási magatartás és a kockázatkerülés ösztönzésén van. Ilyen programok világszerte sikeresen futnak. Az egyik legismertebb példa az ausztrál Rethinking Drinking: You're in Control projekt, ami a szeszipar, a népegészségügy és a pedagógusok együttes kezdeményezése. Ez az idősebb tanulókra irányul, és erősen támaszkodik a tanórán végzett szituációs gyakorlatokra és szerepjátékokra, valamint a szülőket együttműködésre. Az ausztrálknál működik egy másik projekt is, amely a fiatalabb korosztályt célozza meg (School Health and Alcohol Harm Reduction Project, SHAHRP). Ebben elsősorban az alkohollal kapcsolatos helyzetek felismerésére és kezelésére tanítják meg a gyerekeket.

A másik útmutatási rendszer az úgynevezett életvezetési módszer, amely elősegíti a gyermekek egészséges életmódját. Ez a technikai hatékonyság bizonyult a különféle nagy kockázattal járó viselkedésformák és helyzetek kezelésére, beleértve a tivornyaszerű ivást is.

Az ICAP kutatások is igazolták, hogy a fiatalok alkoholhoz való hozzáállását leginkább a családi környezete befolyásolja, majd ezután következik a kortársak és a barátok hatása. Az alkohol-felvilágosítás fontos része a szocializáció, vagyis, hogy a szülők szabályokat, értékeket és attitűdöket adnak át gyermekeiknek, akik magukévá teszik ezeket, és beépítik őket a saját viselkedésükbe, hozzáállásukba. Azok a programok, amelyekben szerepel szülői magatartásformáló tréning, a nevelési ismeretek fejlesztése, oktatás, támogatás és rövid terápia hasznosnak bizonyultak.

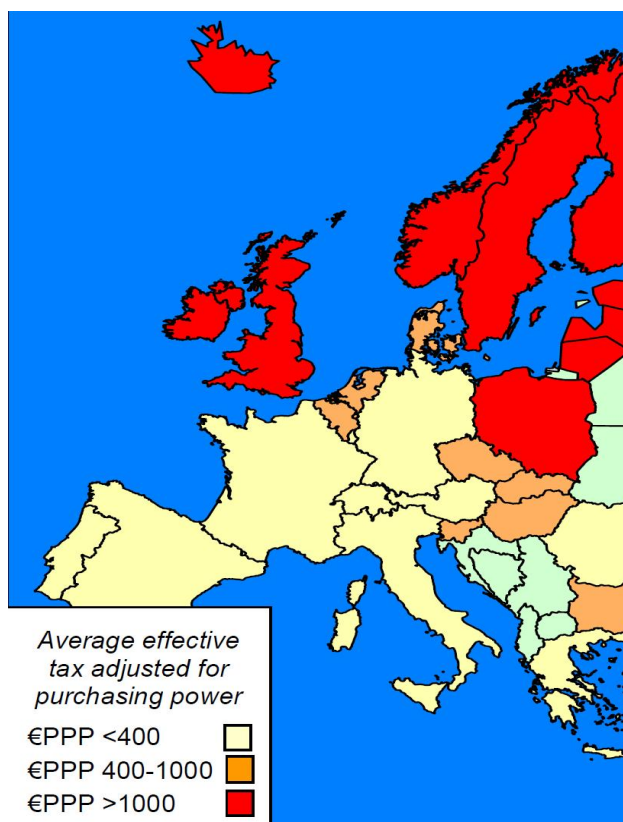
A családon belüli tapasztalatokon felül a fiatalok alkoholfogyasztási szokásait erőteljesen befolyásolja a kortársak viselkedése, megítélése. Az ifjúság körében magas az igény arra, hogy megfeleljenek a kortársaik elvárásainak. Ezt a gondolatot használták fel egy olyan alkohol-felvilágosítási módszer kifejlesztésére, amely a társas normák elméletén alapul. Ezek a típusú programok legfőképpen az egyetemi szinten népszerűek, és hatásosak.

Adók és árak

Az alkoholpolitikának az egyik legjelentősebb eszköze az árak szabályozása a jövedéki adón keresztül, aminek különös jelentősége van a fiatalok körében, hiszen az ő árérzékenységük magasabb az átlagosnál. Ezenkívül az állam egyes alkoholfajtákra is vethet ki különadót (pl. a fiatalok körében rendkívül népszerű alkoholos üdítőitalokra), ezzel befolyásolva azok fogyasztását.

Nemzetközi vizsgálatok bizonyítják, hogy az alkoholkészítmények árának emelése csökkenti az alkoholfogyasztást, különösen a fiatalok körében. Az alkoholos (angolul alcopops) üdítőitalokra például a – többek között – Németországban a 2000-es években kivetett adó jelentős mértékben csökkentette azok fogyasztását az árakra érzékeny fiatalok körében.

Az európai országokban egyes alkoholtípusokra is különböző szabályozás van érvényben: bor tekintetében például a tagállamok felében nincs is adókivetés, továbbá négy országban külön adót vetnek ki a már előbb említett és a fiatalok körében rendkívül népszerű alkoholos üdítőitalokra. Általánosságban azonban elmondható, hogy egyrészt a röviditalok adórátája a legmagasabb, másrészt pedig e területen is felfedezhető egyfajta északi-déli tengely. A legmagasabb adózási rátákat Európa északi részén találjuk (skandináv országok, balti országok, Egyesült Királyság, Írország és Lengyelország), míg a legalacsonyabb adóterhekkel Dél-Európában és Közép-Európa bizonyos részein találkozunk. Az alkoholos italokra kivetett adók tagállamonkénti mértékéről az alábbi ábra nyújt tájékoztatást.



2. ábra: Az alkoholra kivetett adók mértéke (vásárlóerő-paritásra igazítva). Forrás: Európai Bizottság, 2006

Elérhetőség korlátozása

Az alkoholpiacot szabályozó eszközök közé tartozik továbbá az alkoholkereskedelem szabályozása, mely az árusítási jogon kívül (egyres országokban nagykereskedelmi monopólium, de általában engedélyhez kötés útján) kiterjed a hozzáférhetőség olyan aspektusaira is, mint az alkoholt árusító egységek nyitvatartási ideje vagy az árusítás napjai.

16-17 éves diákok körében végzett észak-amerikai vizsgálatok azt az összefüggést találták, hogy az alkoholt árusító bolthálózatok sűrűségének növekedésével párhuzamosan nő a nagyivászat és az alkoholfogyasztáshoz kötődő problémák aránya, továbbá minél több az ilyen jellegű árusító hely, annál jellemzőbb a fiatalok illetéktelen helyen történő alkoholfogyasztása. Amerikai és ausztrál kutatások hasonló összefüggést találtak az alkoholt árusító helyek nyitva tartásával kapcsolatban is (Forrás: Institute of Alcohol Studies).

Az árusítási jog szabályozását tekintve Európában leginkább az engedélyhez kötés a leggyakoribb korlátozás. Azonban néhány országban nem kötik állami engedélyhez az alkoholárusítás jogát (Ausztria, Belgium, Csehország, Németország, Szlovákia, Szlovénia, Svájc, illetve Spanyolország esetében). Ritkábban fordul elő, hogy nagykereskedelmi monopóliumot vet ki az állam az alkoholárusításra, ez az északi országokra jellemző megoldás, ahol külön állami tulajdonú boltokban lehet alkoholhoz jutni.

A nyitva tartás szabályozása is bevett eszköz, az európai országok több mint egyharmadában (11 országban) limitálják a nyitva tartás óráit az alkoholt árusító helyek esetében. A nyitva tartási napok korlátozása azonban csupán hat ország esetében fordul elő.

A közép-európai országok közül Ausztriában, Németországban, Csehországban, Szlovákiában, illetve Luxemburgban ezen korlátozások egyáltalán nem jellemzőek, néhány dél-európai országgal (Spanyolország, Portugália, Görögország) egyetemben, míg az északi országokban (Svédország, Finnország, Norvégia) ezen korlátozások mindegyike megtalálható.

Az alkohol marketing korlátozása

Mindemellett fontos szabályozási terület az alkohol marketing kontrollálása. A fiatalok körében különösen nagy hatást gyakorolnak az alkoholfogyasztást pozitív jelentéstartalommal megtöltő és azt egyfajta életstílussal összekapcsoló reklámok. Az alkoholt promotáló televíziós, nyomtatott média, illetve a plakátok mennyiségét és tartalmát az európai országok eltérően szabályozzák.

Számos európai és amerikai vizsgálat bizonyítja, hogy a fiatalok alkoholról alkotott képét és az ahhoz kapcsolódó attitűdöket nagymértékben befolyásolják a reklámok. Az alkohol reklámok számának, illetve a fiatalok azoknak való kitettségének növekedésével párhuzamosan nő a fiatalok hajlandósága az alkoholfogyasztás elkezdésére, a minél gyakoribb alkoholfogyasztásra, sőt az elfogyasztott alkoholmennyiség nagyságára is (Forrás: Institute of Alcohol Studies).

Az állami szabályozás e téren tartalmazhat teljes tiltást, részleges szabályozást (a reklámozási órákra, a műsor/magazin típusára, a reklámozási helyre stb. vonatkozóan) vagy önkéntes megegyezéseket is.

A televíziós reklámozást az európai országok fele korlátozza, míg azok teljes tiltását csupán öt ország alkalmazza (az uniós országok közül Svédország és Franciaország). A röviditalok reklámozásának tiltása sokkal jellemzőbb, mint a többi alkoholtípusé.

A nyomtatott sajtó és a plakátok jóval kevésbé tárgyai az állami szabályozásnak: az országok egyharmada egyáltalán nem korlátozza e körben az alkohol reklámozást (leginkább az újonnan csatlakozott országok). Csak Norvégiában tilos teljes mértékben a nyomtatott sajtóban megjelenő alkoholreklám.

A marketingnek fontos területe a szponzorálás is, amely területen leggyengébbek a korlátozások Európa-szerte; pedig a különböző ifjúsági- és sporteseményeknek gyakran szponzorai egyes alkoholgyártó cégek, így az adott tevékenység (pl. a futball) gyakran összekapcsolódik az alkoholfogyasztással a résztvevők körében. Csupán hét ország rendelkezik jogi korlátozással a sportesemények szponzorálása területén, és hat (Finnország, Franciaország, Norvégia, Lengyelország, Lettország és Svájc) az ifjúsági események szponzorálása terén.

Mindezen előbbieken felsorolt eszközök hatásossága azonban a következetes végrehajtástól függ, melynek tekintetében elengedhetetlen a folyamatos ellenőrzés és a hatékony szankciók (pl. kiskorúaknak történő alkoholárúsítás esetében nemcsak pénzbüntetés, hanem az árúsítási engedély visszavonása vagy felfüggesztése) alkalmazása.

Az Európai Bizottság által készített 20 pontos skálán, amely a különféle alkoholpolitikai területeket összevonva az alkoholpolitikai intézkedések összességében vett szigorúságát méri az egyes országokra vetítve, rendkívül eltérő pontszámokat kapunk. A legalacsonyabb pontszámokat (vagyis ahol a legenyhébb szabályozás) a dél-európai országok kapták, míg a legmagasabb értékeket (vagyis ahol a legszigorúbb a szabályozás) az észak-európai országok. A közép-európai országok tekintetében vegyesebb a kép: míg egyes országokban – pl. Lengyelországban és Litvániában – szigorú törvényi szabályozásnak vagyunk tanúi, más országok – különösen Csehország – jóval enyhébb szabályozást alkalmaz. Az alábbi ábra az európai országok alkoholpolitikájának szigorúságát illusztrálja.



3. ábra: Az alkoholpolitikák szigorúsága az európai országokban. Forrás: Európai Bizottság, 2006

Tagállami alkoholpolitikák

Skandináv országok

Mivel a skandináv országokra szigorúbb alkoholpolitika jellemző, mint a többi európai államban, célszerűnek láttuk, hogy részletesebben foglalkozzunk a skandináv szabályozással. A skandináv országok (Dánia kivételével) a világ nagy részétől eltérően kezelik az alkoholpolitika ügyét. A Nordic modellként emlegetett stratégiában a társadalmi személelmód fontosabb, mint az üzleti. Egyfajta tiltott gyümölcsként kezelik az alkoholt. Ebből adódóan a skandináv országok lakossági hozzáállása merőben más, mint a nyugat-európai társaiké. Náluk az ivás célja elsősorban a lerészegedés, és nem a szociális kikapcsolódás.

A szabályozási gyökerek rendkívül hosszú történelmi múltra tekintenek vissza, ebből adódóan az alkoholfogyasztás viszonylag alacsony ezen országokban, dacára annak, hogy Európai szinten a gazdagabb államok közé taroznak. A modell közös elemei:

- Az alkoholtartalmú italok árusításának (helyben fogyasztásra és elvitelre) engedélyhez kötése.
- A magas alkoholtartalmú sör, bor és égetett szeszek állami monopóliuma.
- A normál sörök és helyben felszolgált alkohol kereskedelme magánkézben van, de kormányzati szervek ellenőrzik a szabályok betartását.
- Magas jövedéki adó az alkoholtermékeken.
- Alkoholtartalmú italok reklámjának tiltása.
- Jogilag meghatározott életkori határ alkoholvásárlás esetén.
- Alacsony véralkoholszint engedélyezése járművezetés
- A gyerekeket és a fiatalokat kiemelten kezelik a programok.
- Az alkohollal összefüggő felvilágosítás kötelező része az oktatási tananyagnak.
- Kormányzati támogatás alkoholmentes környezet kialakításával, megelőző munkával foglalkozó szervezetek számára (itt is elsősorban a fiatalok alkoholmentes szocializációjára helyezik a hangsúlyt).

Ezen országokban hosszú ideje jelentős mértékű adó terheli az alkoholos termékeket. Ebből kifolyólag igen kiterjedt illegális piaca van az alkoholnak, és erőteljes bevásárlóturizmus jellemző a határmenti lakosságra.

A skandináv országok alkoholpolitikája sokat változott az elmúlt húsz évben. Elsősorban az Európai Unió felől érkező nyomás és a más országokból átvett kulturális hatások miatt. Ezen felül országszerte egyre inkább csökken a hagyományos erőteljesen kontrolált alkoholpolitika támogatóinak köre.

Svédország

A svéd szabályozás globálisan az egyik legszigorúbb. Az égetett szesz előállítását 1638 óta adóztatják, és már 1718-ban betiltották az otthoni szeszfőzést.

A modern svéd alkoholpolitika 1955 óta két alappillére épül. A mindenre kiterjedő állami monopóliumra és az árpolitikára, amelynek lényege a fogyasztás korlátozása a nagyon magas alkoholadón keresztül. Sokáig ezt egészítette ki a privát behozatal tilalma.

1995-ben Svédország csatlakozott az EU-hoz, majd két évvel később az Európai Közöségi bírósága kimondta, hogy a gyártás, import, export, éttermi ellátás monopóliumokat meg kell szüntetniük, mivel az alkohol egyéni behozatalának tilalma ellentétes az áruk szabad mozgásának az EU-ban is vallott elvével. Egyedül a *Systembolaget* nevű állami kiskereskedelmi üzlethálózat folytathatta a működését az állami monopólium keretein belül.

A behozatali tilalomra vonatkozó szabályok azóta is évről-évre gyengülnek. Ma már a bor és sör egyéni behozatala nem korlátozott, és az égetett szeszes italok kvótája is jelentősen megemelkedett. A *Systembolaget* forgalma és ezzel jövedelme pedig vészesen csökken.

A svéd lakosság alkoholhoz való hozzáállása is folyamatosan változik. A restriktív szabályozás miatt nem alakult ki a kocsmai és kávéházi tradíció, a svédek többsége magányosan iszik a négy fal között. A korlátozások gyengülése, a szeszcsempészet és az alkoholos üdítők elterjedése miatt a svédek most többet isznak, mint száz évvel ezelőtt. Magukévá tették a sör-munka-után-kultúrát, a hétköznapi borfogyasztást és megtartották a hétvégi tivornyázó viselkedést.

Svédországban az alkoholvásárlási korhatár 20 év, helyben fogyasztás esetén pedig 18 év. Nagy hangsúlyt fektetnek a szabály betartására, külön felhívják a figyelmet az igazolvány felmutatására.

Az italokat (sört) 3 osztályban sorolják. Az első osztályba a 2,25% alatti alkoholtartalmú italok tartoznak, amelyek korlátozás nélkül fogyaszthatóak. A második osztályba a 2,25 és 3,5% közötti alkoholtartalmú italok tartoznak, amelynél 18 év korhatár. Végül a harmadik osztályba a 3,5 % feletti alkoholtartalmúak tartoznak, amiket csak a *Systembolaget*-ben lehet megvásárolni, 20 éves kor felett. A 20 éves korhatár sem egységes, mivel néhány helyen önkéntesen szigorítanak a szabályokon, így van olyan hely ahol, csak 30 éves kor felett lehet alkoholt fogyasztani.

A szeszecskék adórátája az alkoholtartalom szerint emelkedik. Helyszínen fogyasztani csak olyan bárókban és pubokban lehet, amelyek megkapták az éttermi minősítést (önkormányzati engedélyhez kötött), azaz meleg ételt is kínálnak, és a helyszínen felbontva találják az alkoholt. Ittas embereket semmilyen körülmények között nem szolgálnak ki. Tilos az alkohol reklámozása, de magát a vállalatot lehet reklámozni. Tilosak a fogyasztásösztönző akciók (pl. egyet fizet kettőt kap, vagy az egy darab 20-ért kettő 30-ért típusú kedvezmények).

Németország

Németországban az alkohol típusától függően differenciált az alkoholfogyasztáskor engedélyezett minimális korhatár. Sört és bort 16 éves kortól, röviditalokat pedig 18 éves kortól lehet fogyasztani, illetve boltban vásárolni.

2008-ban módosították a fiatakorúak védelméről szóló törvényt, szigorítva az aktuális szabályozást. A 16 éven aluliak reggel 5 óra és éjjel 11 óra között csak szülői felügyelettel tartózkodhatnak bárókban, kocsmákban vagy éttermekben, illetve anélkül is, egy étel vagy ital fogyasztásának erejéig. A 16 és 18 közötti fiatalok pedig reggel 5 órától éjfélig tartózkodhatnak ezeken a helyeken, illetve szülői felügyelettel korlátlanul.

A szórakozóhelyeken 16 éven aluliak csak szülői kísérettel tartózkodhatnak, illetve amennyiben az eseményt egy ifjúsági szervezet rendezi vagy ha az egy művészeti, illetve népművészeti program, a 14 éven aluliak éjszaka 10 óráig, a 14 és 16 év közötti fiatalok pedig éjfélig tartózkodhatnak a szórakozóhelyen. A 16 és 18 év közötti fiatalok éjfélig tartózkodhatnak a szórakozóhelyeken (szülői felügyelettel pedig korlátlanul).

A közterületen történő ivást a német törvény általánosságban nem tiltja. A 14 évesek számára azonban teljes mértékben tiltja, a 14 és 16 év közöttiek számára szülői felügyelet mellett

engedélyezi sör és bor fogyasztását. A 16 és 18 év közötti fiatalok számára pedig felügyelet nélkül is engedélyezi sör és bor fogyasztását, azonban a röviditalok és az alkoholos üdítőitalok fogyasztását az ő körükben is megtiltja.

Az alkoholos üdítőitalok különleges csoportként való kezelése jellemző a német szabályozásra nézve a tekintetben is, hogy 18 éven aluliak számára annak árusítását rendkívül szigorúan bünteti a törvény: akár 50 000 euróra is büntethetik a szabálysértőt, továbbá beiktatják egy központi szabálysértési regiszterbe. A német szabályozás továbbá kötelezővé teszi ezen italok felcímkézését („18 éven aluliak számára nem árusítható” felirattal) is. Németországban – más országokkal együtt – már a 2000-es évek közepén különadót vetettek ki az alkoholos üdítőitalokra, amelynek betudhatóan nagymértékben csökkent ennek a típusú alkoholos italnak a fogyasztása a fiatalok körében.

A német szabályozás mindemellett kiterjed a következőkre is: tilos ittas embereket alkohollal kiszolgálni, tilos az alkoholmentes italok vásárlását alkoholos italok vásárlásához kötni, továbbá Németországban is tilos automatákban alkoholt árulni.

Egyesült Királyság

Angliában 18 év az alkoholvásárlási korhatár. Helyszínen (étterem, pub, bár, kocsmá) sört és bort 16 éves kortól, röviditalokat pedig 18 éves kortól lehet fogyasztani. A nyilvános helyeken való alkoholfogyasztás nincs egységesen betiltva, azonban néhány városban igen. Fogyasztási időtartamra vonatkozó egységes korlátozás sincs az országon belül. Ittas embereket nem szolgálnak ki, benzinkutakon nem lehet alkoholt venni, valamint speciális rendezvényeken sem lehet szeszesitalt fogyasztani.

Az szeszesitalok adórátája az alkoholtartalommal együtt nő. A magyar szabályozáshoz hasonlóan az otthoni alkoholfőzés adómentes bizonyos mennyiség alatt. Az alkohol reklámozása tilos.

2010-ben új alkoholszabályozást vezetnek be Nagy-Britanniában, melynek keretén belül szigorították az alkoholos italok árusításának szabályait. A helyi pubokban és klubokban minden esetben ellenőrizni kell a vásárlók nagykorúságát és választási lehetőséget kell biztosítani a kisebb és nagyobb mennyiségi egységek (röviditaloknál szimpla vagy dupla, sörnél pohár vagy korsó) között. A vendéglátóhelyeken kísérőként csapvizet is biztosítani kell, méghozzá ingyenesen, illetve az üzemeltetőknek tartózkodniuk kell a túlzottan is vonzó, fogyasztásösztönző árkedvezményektől. Betiltották a pubokban zajló gyakori ivóversenyeket, és egyéb, még több alkohol fogyasztására sarkalló kocsmái szokást, játékokat is. A brit szigorítások nem érintik a „happy hour” akciókat, amelyek során a vendéglátóhelyek olcsóbban kínálják italaikat, illetve nem vonatkoznak a szupermarketek nagyobb tételekre szóló kedvezményeire sem. A büntetési tételeken is szigorítottak, ha egy bár megszegi a fenti szabályokat, akkor működési engedélyét bevonhatják és akár 20 ezer fontos büntetést is kiszabhatnak rá.

A szabályok további szigorítása folyamatosan napirenden van. 2012 elején napvilágra került brit miniszterelnök azon tervezete, mely szerint a szigetországban minimum árat kellene szabni az

alkoholos italoknak. A terv szerint egységenként 40-50 penny alatt nem árusíthatnának szeszesítalt a boltok és a supermarketek.