



LIETUVOS RESPUBLIKOS SVEIKATOS APSAUGOS MINISTERIJA

Biudžetinė įstaiga, Vilniaus g. 33, LT-01506 Vilnius, tel. (8 5) 266 1400,
faks. (8 5) 266 1402, el. p. ministerija@sam.lt, <http://www.sam.lt>.
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188603472

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijai

2021-09-

Nr. (10.2.2.5Mr-413)10-

Kopija

Lietuvos Respublikos Vyriausybei

Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės
departamentui

DĖL INFORMACIJOS PATEIKIMO

Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija, atsižvelgdama į 2021 m. rugpjūčio 24 d. Tarpinstitucinio pasitarimo protokolinių sprendimų dėl Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 2, 16, 17, 18, 18¹, 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projekto Nr. XIVP-646 ir Administracinių nusižengimų kodekso 76, 168, 484, 484¹ ir 485 straipsnių pakeitimo ir papildymo 761 ir 485¹ straipsniais įstatymo projekto Nr. XIVP-647 (toliau – Vyriausybės išvados projektas) bei Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos 2021 m. rugpjūčio 30 d. užklausą, kartu su Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentu (toliau – NTAKD) parengė ir teikia informaciją ir argumentus, pagrindžiančius tikslingumą nekeisti galiojančiame Alkoholio kontrolės įstatyme numatytas alkoholio kontrolės priemonės (nustatytą prekybos alkoholiu laiko apribojimą, minimalų 20 metų amžiaus cenzą įsigyti, vartoti ir turėti alkoholį ir alkoholio reklamos draudimą), bei jų pagrindu siūlytų iš esmės peržiūrėti Vyriausybės išvados projektą.

ALKOHOLIS YRA SVARBUS BARJERAS DARNIAM VYSTYMUISI

Pagal Pasaulio sveikatos organizacijos (PSO) leidinyje „Alkoholio vartojimas ir darnus vystymasis“ skelbiamus duomenis¹, alkoholio vartojimas PSO Europos regione sąlygoja 10 proc. visų mirčių, ir ypatingai skaudu, kad dėl alkoholio vartojimo 1 iš 4 mirčių įvyksta jaunų (20-24 metų amžiaus) asmenų populiacijoje.

Alkoholis yra psichoaktyvioji medžiaga, sukelianti priklausomybę, kuri klasifikuojama kaip 1 grupės kancerogenas². Alkoholis yra siejamas su daugiau kaip 200 ligų (širdies ir kraujagyslių, onkologinių, neurodegeneracinių, psichikos, virškinamojo trakto, kepenų) ir sužalojimų, iš kurių 40 yra išimtinai sąlygojami alkoholio. PSO Europos regione alkoholis sukelia 31 proc. mirčių nuo virškinamojo trakto ligų, 11 proc. mirčių nuo širdies ir kraujagyslių ligų, 6% mirčių nuo vėžio, 30% mirčių nuo netyčinių sužalojimų ir 39% mirčių nuo tyčinių sužalojimų, įskaitant ir savižudybes.

Kaip skelbia PSO, **alkoholis neigiamai veikia net 13 iš 17 JT Darnaus vystymosi tikslų, 52 iš 169 uždavinių (asmens ir visuomenės sveikatą, mokimosi pasiekimus, ekonominį produktyvumą, viešąjį saugumą, socialinę gerovę ir nelygybę, kovą su smurtu ir kt.).**

¹ https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/464642/Alcohol-consumption-and-sustainable-development-factsheet-eng.pdf

² <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/publications/2020/alcohol-and-cancer-in-the-who-european-region-an-appeal-for-better-prevention-2020>

ALKOHOLIO FIZINIO PRIEINAMUMO MAŽINIMO PRIEMONIŲ EFEKTYVUMAS

Kaip nurodoma PSO Europos veiksmų plane žalingam alkoholio vartojimui mažinti 2012-2020 m.³: „Tyrimai rodo, kad kuo lengviau įsigyti alkoholio, tuo daugiau jo suvartojama ir tuo didesnę žalą jis padaro“.

Kaip nurodoma Kanados Priklausomybės ir psichikos sveikatos centro leidinyje „Alkoholio politikos sistema“ (2019)⁴: „Didėjant alkoholio prieinamumui, didėja ir jo vartojimas bei žala“, „Tarptautiniai tyrimai parodė, kad tai, kaip lengva gauti alkoholį (kur, kada ir kas gali gauti alkoholį), turi įtakos jo vartojimo lygiui“.

Alkoholio rinkų reguliavimo politikos priemonės – ypač apmokestinimas, **fizinio prieinamumo ribojimas bei reklamos ir pardavimų skatinimo priemonių draudimas** – yra PSO laikomos kaip **vienos iš efektyviausių alkoholio daromos žalos mažinimo priemonių**. PSO šias politikos priemones įvardija kaip geriausius būdus (angl. „best buys“) alkoholio kontrolės politikoje, nes jų efektyvumas yra itin aukštas, o valstybės kaštai jiems – maži. Žemiau pateikta lentelė apibendrina intervencijų, turinčių poveikį fizinio alkoholio prieinamumui mažinti, efektyvumą ir mokslinį pagrįstumą.

Strategija ir intervencija	Efektyvumas ⁵	Mokslinių tyrimų parama ⁶	Tarpvalstybiniai tyrimai ⁷
Pardavimų draudimai	+++	+++	++
Minimalus legalus pardavimo amžius	+++	+++	++
Kiekio/rūšies normavimas	++	++	++
Valstybinis mažmeninės prekybos monopolizavimas	++	+++	++
Pardavimo laiko ribojimai	++	++	+++
Pardavimo tankio ribojimai	++	+++	++
Skirtingas prieinamumas pagal alkoholio stiprumą	++	+++	++

Šaltinis: Babor et al. „Alkoholis: nepaprasta prekė“, 2010.

Kaip nurodo PSO savo leidinyje „Alkoholio vartojimo, žalos ir politikos atsako priemonių 30-tyje Europos šalių ataskaita“ (2019)⁸, „**alkoholio prieinamumo mažinimas mažina vartojimą ir jo sąlygojamą žalą**“. Šalys gali pasitelkti prieinamumo prie alkoholio mažinimo priemonių įvairovę, kaip antai prekybos alkoholiu laiko (dienų, valandų) apribojimas, minimalaus alkoholio įsigijimo ir vartojimo amžiaus cenzas, mažmeninės prekybos alkoholiu vietų skaičiaus/tankio apribojimai. Alkoholio fizinio prieinamumo mažinimo priemonės PSO yra pripažįstamos viena iš trijų geriausių būdų („best buys“) mažinti neinfekcinių ligų paplitimą⁹.

PSO 2019 m. raštu pažymėjo Lietuvos pažangą ir išreiškė palaikymą Lietuvoje įvedus PSO rekomenduojamas ekonomiškai efektyvias priemones (alkoholinių gėrimų apmokestinimo padidinimą, visišką alkoholio reklamos draudimą ir alkoholio fizinio prieinamumo apribojimus), skirtas sumažinti alkoholio vartojimą ir su juo susijusią žalą.

³ https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/178163/E96726.pdf

⁴ <https://www.camh.ca/-/media/files/pdfs---public-policy-submissions/camh-alcoholpolicyframework-2019-pdf.pdf?la=en&hash=6DCD59D94B92BBC148A8D6F64A8EAA6D2F6E09B> (8 psl.)

⁵ Tikėtinas intervencijų poveikis, atspindintis mokslinių įrodymų, nustatančių ar tam tikra strategija veiksminga mažinant alkoholio vartojimą ir (arba) su alkoholiu susijusias problemas, stiprumą: + riboto veiksmingumo įrodymai; ++ vidutinio efektyvumo įrodymai; +++ aukšto veiksmingumo laipsnio įrodymai.

⁶ Ar moksliniai tyrimai pasitvirtino, atsižvelgiant į turimų įrodymų kiekį ir nuoseklumą, įskaitant prieštarigus įrodymus: + vienas ar du gerai išplėtoti tyrimai buvo atlikti; ++ buvo atlikti keli tyrimai, kartais skirtingose šalyse, tačiau nebuvo galima atlikti integruotų/palyginamųjų apžvalgų; +++ baigta pakankamai tyrimų, kad būtų galima atlikti integruotas/palyginamąsias literatūros apžvalgas ar metaanalizes.

⁷ Skirtingose šalyse, regionuose, pogrupiuose ir socialinėse klasėse atliktais tyrimais pagrįsti intervencijos poveikio įrodymai: + strategija studijuota mažiausiai dviejose šalyse, ++ kelyje šalyse, +++ daugelyje šalių

⁸ https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0019/411418/Alcohol-consumption-harm-policy-responses-30-European-countries-2019.pdf (30 psl.)

⁹ From burden to “best buys”: reducing the economic impact of non-communicable diseases in low- and middle-income countries. Geneva: World Health Organization and World Economic Forum; 2011 (http://www.who.int/entity/nmh/publications/best_buys_summary.pdf?ua=1)

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (toliau – EBPO) 2021 m. paskelbtais duomenimis¹⁰, **mokslškai įrodyta, kad:**

- **alkoholio prekybos laiko apribojimas turi poveikį užpuolimų sukeltų sužalojimų mažėjimui, taip pat sužalojimų eismo įvykiuose mažėjimui;**
- **alkoholio reklamos reguliavimas turi poveikį alkoholio vartojimo jaunų asmenų ir nesaikingai alkoholį vartojančių asmenų tarpe mažėjimui;**
- **į vaikų populiaciją (<18 m.) orientuotas alkoholio reklamos draudimas turi poveikį alkoholio vartojimo nepilnamečių tarpe mažėjimui, priklausomybės išsivystymo tikimybės mažėjimui.**

Annex Table 1.A.1. Inputs to model: selected policy interventions targeting harmful alcohol use

	Workplace	School-based	Taxation	MUP	Sobriety checkpoints	Sales hours restriction	Regulation of advertising	Ban on advertising to children	Counselling	Treatment of dependence
Target age	18-65 years	10-15 years	all	all	>18 years	all	all	<18 years	all	all
Exposure	0.9-2.5%	90%	100%	100%	80%	40-99%	100%	90%	20%	20%
Effectiveness	Alc cons: -41 g/week	Drinking initiation: -20%; dependence: -30%	10% price increase reduces alc cons by: -4% to -7%	Alc cons: -0.6% to -3.3%	Traffic injuries: -25% (year 1); 15% (year 2); -16% thereafter	Assault injuries: -34%; traffic injuries: -1.5%	Alc cons in young people: -0.84%; number of people who binge drink: -1.6%	Underage drinking: -35%; prob of dependence: -30%	Alc cons: -42 g/week (men), -30 g/week (women)	Alc cons: Acamprosate: -31%; Naltrexone: -122 g/week
Per capita cost, USD PPP	3.7-5.4	0.5-0.7; per child: 10-15	0.05-0.08	0.07-0.11	0.6-0.8	0.1-0.2	0.3-0.4	0.3-0.4	0.2-0.3; per person treated: 24-35	0.2-0.3; per person treated: 171-521

Note: Alc cons: alcohol consumption; prob: probability.

EBPO minėtame leidinyje konstatuojama, kad **alkoholio prieinamumo apribojimo priemonių kompleksas, *availability restriction package*** (alkoholio reklamos apribojimas, į vaikų populiaciją (<18 m.) orientuotas alkoholio reklamos draudimas, blaivumo patikra, alkoholio prekybos laiko apribojimas) **2020-2050 metų projekcijoje leis šalims kiekvienais metais:**

- sutaupyti negalios koreguotus gyvenimo metus (DALY, *disability adjusted life years*, 1 DALY atitinka vienus prarastus sveikus metus);
- sutaupyti išlaidas sveikatos priežiūrai;
- padidinti visą darbo laiką dirbančių darbuotojų skaičių;
- padidinti investicijų grąžą (BVP augimo dėl minėtų intervencijų rezultate).

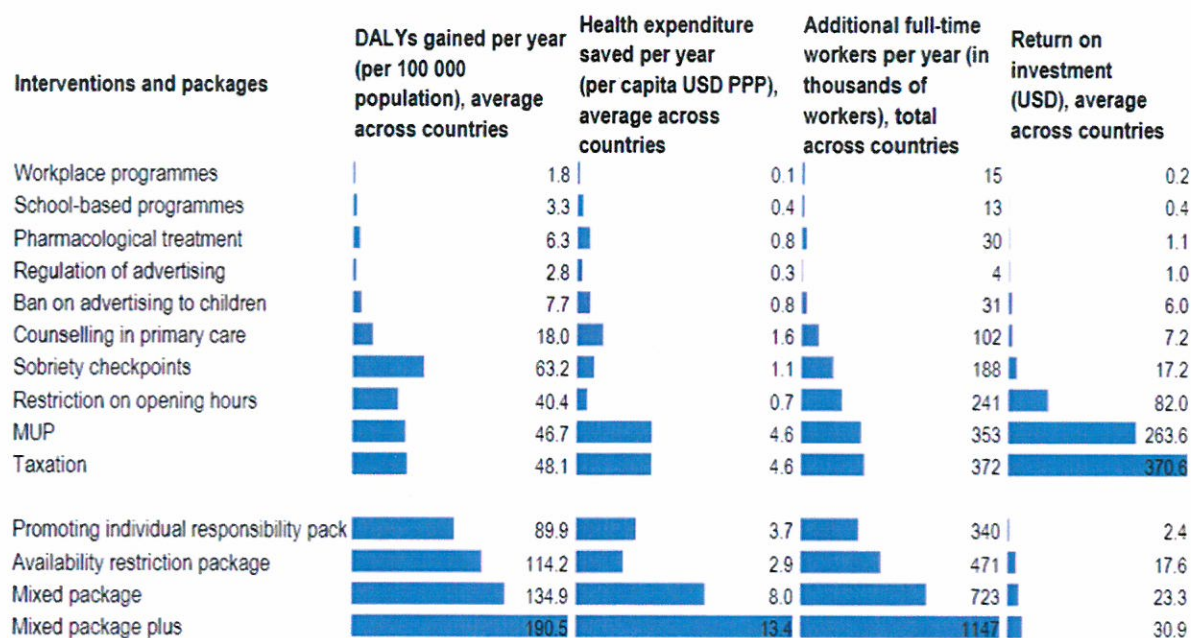
Pagal toliau pateikiamą EBPO grafiką matyti, kad fizinio prieinamumo priemonių veiksmingumas sveikatai ir darbo produktyvumui netgi lenkia apmokestinimo priemonių veiksmingumą.

Kai minėtos alkoholio prieinamumo apribojimo priemonės veikia komplekse su apmokestinimu, minimaliu alkoholio vieneto apmokestinimu, konsultavimu pirminėje sveikatos priežiūros grandyje (*mixed package plus*), jų bendras efektyvumas dar labiau padidėja.

¹⁰ https://read.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/preventing-harmful-alcohol-use_6e4b4ffb-en#page68 (66 psl.)

Annex Figure 1.A.2. Health and economic impacts of interventions to tackle harmful alcohol consumption, OECD countries only

Average per year over the period 2020-50



Note: Estimates for the return on investment are the result of the total increase in GDP in the 45 countries produced by the policy divided by the total cost of implementing the policy in these countries.

Source: OECD analyses based on the OECD SPHeP-NCDs model and OECD long-term economic model, 2020.

MINIMALUS ALKOHOLIO ĮSIGIJIMO IR VARTOJIMO AMŽIAUS CENZAS

Minimalus 20 metų amžiaus cenzas alkoholio įsigijimui ir vartojimui taikomas ir kitose šalyse, pvz. Islandijoje, Japonijoje.

JAV taikomas 21 metų amžiaus cenzas alkoholio vartojimui pagrindžiamas šiais argumentais:

- **fiziologinio smegenų vystymosi ypatumai:** alkoholio vartojimas gali trukdyti vystytis jaunų asmenų priekinių smegenų skiltims, kurios yra reikšmingos tokioms funkcijoms, kaip emocinis reguliavimas, planavimas ir organizavimas, tad atsiranda didesnė tikimybė tokių lėtinių problemų, kaip didesnis pažeidžiamumas priklausomybei, pavojingas, rizikingas elgesys, sumažėjęs gebėjimas priimti sprendimus, atminties praradimas, depresija, smurtas ir savižudybė [20] [21] [22] [23];

- **alkoholio vartojimo ir nepilnamečių geriančiųjų skaičiaus mažėjimas:** 87% analizuotų tyrimų rezultatai parodė, kad didesnis legalaus alkoholio vartojimo amžius yra susijęs su mažesniu alkoholio vartojimu [19]. Tyrimai rodo, kad kai alkoholio vartojimo amžiaus cenzas yra 21 metai, jaunesni nei 21 metų asmenys geria mažiau, o jaunimas, kuris negeria iki 21 metų, paprastai geria mažiau būdami suaugę [42];

- **kelių eismo įvykių ir mirčių keliuose mažėjimas:** didesnis legalus alkoholio vartojimo amžius siejamas su mažesniu eismo įvykių dažniu [19]. Per 30 metų nuo tada, kai JAV buvo įvestas 21 m. amžiaus cenzas, neblaivių asmenų sukeltų mirčių sumažėjo trečdaliu [50];

- **fiziologinė branda:** žmonės, būdami 21 metų amžiaus linkę būti labiau subrendę ir atsakingi nei 18 metų. Paprastai 18-mečiai įžengia į naują nepriklausomybės nuo tėvų etapą, pradėdami studijuoti ar dirbti, bei yra dėl nepakankamo fiziologinio brendimo ir šio tarpsnio labiau linkę į girtavimą, rizikingą seksualinį ar kitą neatsakingą elgesį;

- **alkoholio vartojimo amžiaus mažinimas gali paskatinti neteisėtų narkotikų vartojimą:** Alkoholio ir narkotikų studijų žurnale atliktas recenzuotas tyrimas parodė, kad kuo jaunesnis žmogus pradeda vartoti alkoholį, tuo didesnė tikimybė, kad jis vartos neteisėtus narkotikus [38].

Atkreipiame dėmesį, kad dėl amžiaus cenzos alkoholio įsigijimui ir vartojimui siūlomo diferencijavimo pagal skirtingas alkoholinių gėrimų stiprumo kategorijas (alkoholinių gėrimų, kurių turinė etilo alkoholio koncentracija viršija 15 proc., Įstatymo projekte siūloma taikyti 20 metų amžiaus cenzą, alkoholinių gėrimų, kurių turinė etilo alkoholio koncentracija neviršija 15 proc., - 18 m. amžiaus cenzą) nuogąstavimus išreiškė ir verslo atstovai (Lietuvos alkoholinių gėrimų gamintojų ir importuotojų asociacija), kuri siūlė palikti vienodą amžiaus cenzą. NTAKD derinimo išvadoje pažymėjo, kad amžiaus cenzos siūlomas pakeitimas padidintų alkoholio prieinamumą ir sukeltų papildomą naštą alkoholinių gėrimų prekybos sektoriui, nes parduodant alkoholinius gėrimus tektų tikrinti ne tik pirkėjų skirtingas amžiaus kategorijas, bet ir alkoholinių gėrimų stiprumą. **Manytume, kad dėl šios Įstatymo projektu siūlomos priemonės tikslingumo reikėtų platesnių diskusijų su verslo (ypač prekybos sektoriaus) atstovais.**

PREKYBOS LAIKO TRUKMĖS APRIBOJIMAS

Sprendžiant dėl prekybos alkoholiu laiko sekmadieniais galiojančio apribojimo išlaikymo būtų tikslinga įvertinti Vytauto Didžiojo universiteto atlikto tyrimo rezultatus¹¹: tyrime buvo analizuojami 2018 metais atliktų 161 įmonių darbuotojų, daugiau kaip 2,6 mln. blaivumo patikrų įrašų. Testų dažnio rodikliai varijavo priklausomai nuo savaitės dienos ir mėnesio - didžiausios teigiamų testų dažnio reikšmės buvo užfiksuotos vasarą, o **pirmadienis iš kitų savaitės dienų išsiskyrė itin aukštomis rodiklio reikšmėmis. Tai liudija žalingo alkoholio vartojimo kultūros laisvalaikio apraiškas Lietuvoje ir iš to sekančią alkoholio žalą darbui.** Blaivumo patikros dažnių paskirstymo analizės rezultatai koreliuoja su kitų epidemiologinių tyrimų metu gautomis išvadomis. **Lietuvoje atlikti tyrimai rodo, kad mirtingumas nuo apsinuodijimo alkoholiu ir su alkoholiu siejamomis mirties priežastimis padidėja sekmadieniais ir pirmadieniais** (Chenet et al. 2001; Jasilionis 2003).

Kaip nurodoma Kanados Priklausomybės ir psichikos sveikatos centro leidinyje „Alkoholio politikos sistema“ (2019)¹²: **„Alkoholio pardavimo laiko didinimas (tiek mažmeninės prekybos, tiek viešojo maitinimo vietose) siejamas su transporto priemonių įvykių, užpuolimų, smurtinių nusikaltimų ir hospitalizacijų didėjimu“.** Mokslinio tyrimo „Politikos, ribojančios alkoholio pardavimo valandas, veiksmingumas siekiant užkirsti kelią nesaikingam alkoholio vartojimui ir su tuo susijusiai žalai“¹³ rezultatais, dešimtyje kvalifikuotų tyrimų buvo pakankamai įrodymų padaryti išvadą, kad padidinus pardavimo valandas 2 ar daugiau valandų padidėja su alkoholio vartojimu susijusi žala.

ALKOHOLIO REKLAMA

Remiantis PSO leidiniuose^{14, 15} pateikta informacija, yra svarių įrodymų, kad alkoholio rinkodara yra susijusi su žinių, požiūrio ir elgesio, susijusių su alkoholiu, pokyčiais, įskaitant pažeidžiamų grupių, tokių kaip vaikai ir jaunimas. **Reklamos apribojimai ir tiesioginis draudimas įvardijami kaip ekonomiškai efektyvi „best buys“ intervencija į neinfekcinių ligų prevenciją** (Chisholm ir kt., 2018). PSO nurodo, kad skaitmeninė rinkodara turėtų būti įtraukta taikant alkoholio reklamos apribojimus ar draudimą. Kaip nurodo PSO, alkoholio reklamos apribojimai ir draudimas gali sumažinti alkoholio vartojimo inicijavimo tarp jaunų asmenų tikimybę, apriboti alkoholio vartojimo kultūros normalizavimą populiacijos lygmeniu.

¹¹

https://www.researchgate.net/publication/338585865_Ka_apie_alkoholio_vartojimo_kultura_atkleidzia_darbuotoju_blaivumo_patikros_rezultatai_Lietuvos_monese_Drinking_Culture_and_Results_of_Workplace_Alcohol_Testing_in_Lithuanian_Companies

¹² <https://www.camh.ca/-/media/files/pdfs---public-policy-submissions/camh-alcoholpolicyframework-2019-pdf.pdf?la=en&hash=6DCD59D94B92BBC148A8D6F6F4A8EAA6D2F6E09B> (9 psl.)

¹³ Effectiveness of Policies Restricting Hours of Alcohol Sales in Preventing Excessive Alcohol Consumption and Related Harms: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3712516/>

¹⁴ <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/publications/2021/making-the-european-region-safer-developments-in-alcohol-control-policies,-20102019-2021>

¹⁵ <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/336178/WHO-EURO-2020-1266-41016-55678-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

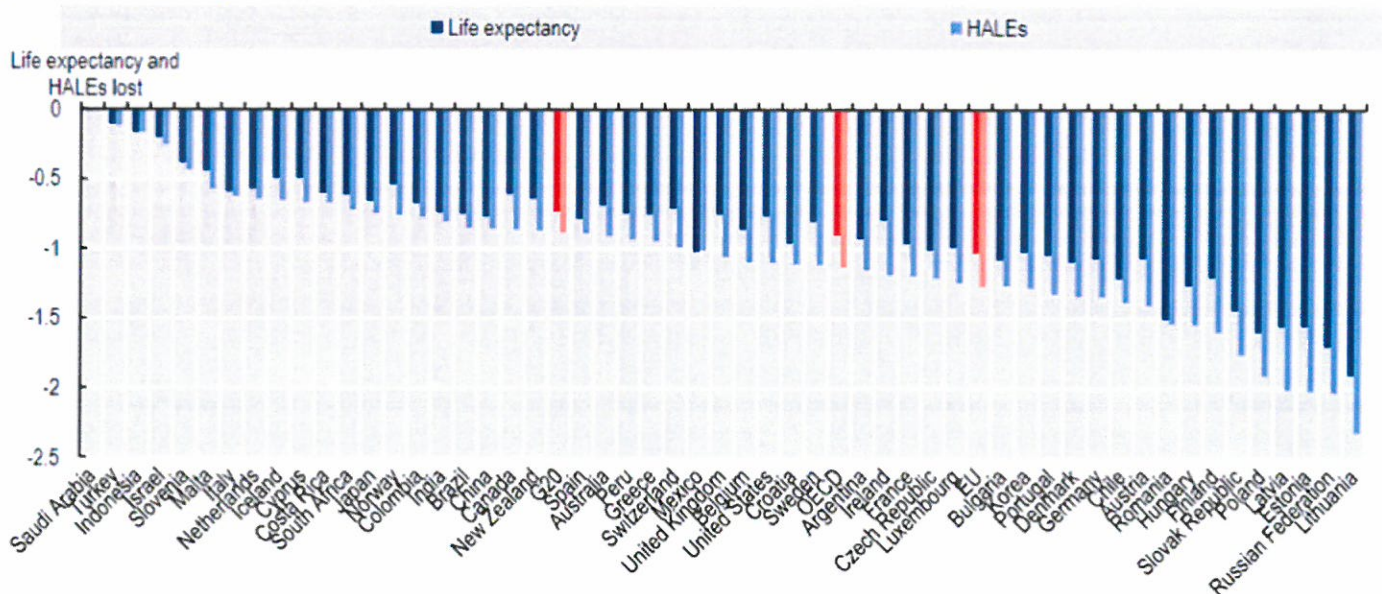
PSO ataskaitoje „Alkoholio rinkodara PSO Europos regione: atnaujinta įrodymų ir rekomenduojamų politikos priemonių ataskaita (2020)“¹⁶, **skaitmeninės žiniasklaidos, socialinių tinklų pobūdis turi įtakos alkoholio prieinamumui, ypač tarp jaunimo.** Naujoji socialinių tinklų rinkodara sąveikauja ir įtraukia, skatindama vartotojus pamėgti įrašus, atsakyti į klausimus, pažymėti savo draugus ir netgi kurti savo turinį, kuris tarnauja alkoholio reklamos tikslais. Kitaip tariant, **socialinių tinklų vartotojai gali nesažiningai veikti, kaip reklamuotojai.** Pasaulinė alkoholio rinkodaros sritis, kurioje yra neryškos ribos tarp reklamuotojo ir vartotojo, reikalauja išplėsti rinkodaros reguliavimo sritį ir atnaujinti galiojančius teisės aktus.

ALKOHOLIO VARTOJIMO ĮTAKA VIDUTINEI GYVENIMO TRUKMEI IR ŠALIES BVP

EBPO 2021 m. paskelbtais prognostiniais 2020-2050 m. duomenimis¹⁷, **nesaikingas alkoholio vartojimas sutrumpina vidutinę tikėtiną gyvenimo trukmę ES beveik 1 metais, tikėtiną sveiko gyvenimo trukmę – beveik 1,25 metų (o Lietuvoje šie praradimai dar didesni, atitinkamai – 1,90 metų ir 2,25 metų).** Tai tampa dar aktualiau COVID-19 pandemijos įtakos kontekste, kuomet vidutinė tikėtina gyvenimo trukmė Lietuvoje 2020 m. sutrumpėjo 1,32 metų, lyginant su 2019 m.¹⁸

Figure 4.6. The impact of alcohol consumption on life expectancy

Life expectancy and HALEs lost due to alcohol consumption above 1 drink per day for women and 1.5 drinks per day for men, average 2020-50



Source: OECD analyses based on the OECD SPHeP-NCDs model, 2020.

StatLink <https://stat.link/2aim5v>

¹⁶ <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/news/news/2020/07/lack-of-regulation-leaves-door-open-to-harmful-digital-marketing-of-alcohol>

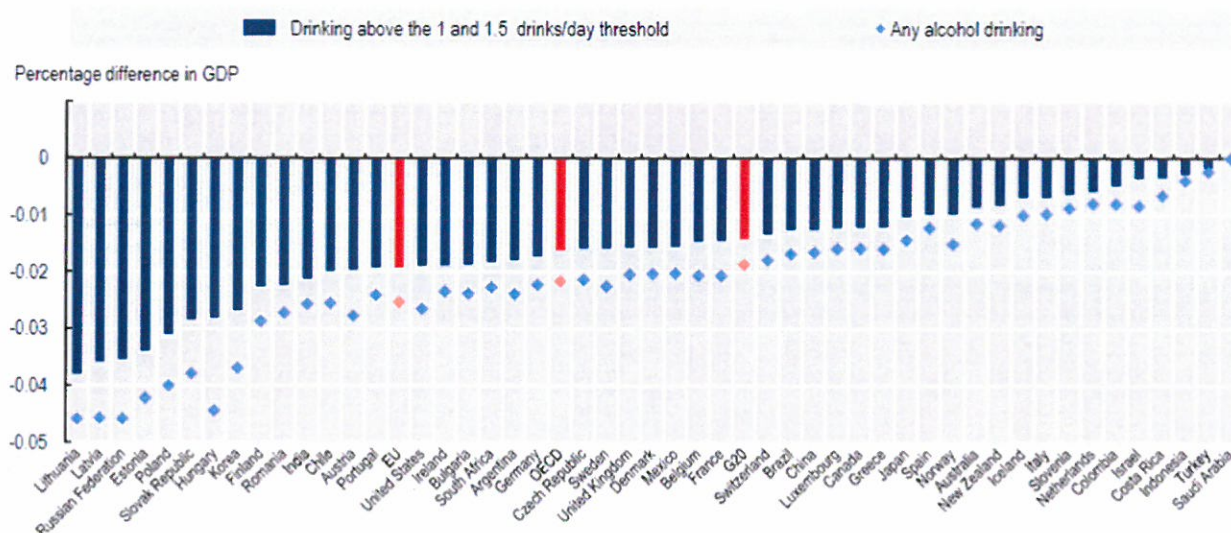
¹⁷ https://read.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/preventing-harmful-alcohol-use_6e4b4ffb-en#page136 (134 psl.)

¹⁸ <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?indicator=S3R584#/>

EBPO skaičiavimais¹⁹, sudėjus poveikį gyvenimo trukmei, sveikatos išlaidoms, užimtumui ir produktyvumui, pagal modeliavimo prognozes, 2020-2050 m. BVP ES vidutiniškai gali būti net 2% mažesnis dėl ligų, kurias sukelia nesaikingas alkoholio vartojimas, **Lietuvoje BVP praradimai gali būti net iki 3,7%.**

Annex Figure 4.B.6. The impact of diseases caused by alcohol consumption on GDP

Percentage difference in GDP due to diseases caused by any alcohol consumption compared to consumption above 1 drink per day for women and 1.5 drinks per day for men, average 2020-50



Source: OECD analyses based on the OECD SPHeP-NCDs model and OECD long-term economic model, 2020.

StatLink  <https://stat.link/k5i9wx>

Taigi, EBPO paskaičiavimais Lietuva turi vieną didžiausių tarp EBPO šalių potencialą taikant alkoholio kontrolės priemones padidinti savo šalies vidutinę gyvenimo trukmę ir BVP.

COVID-19 IR ALKOHOLIS

Švedijoje paskelbtoje garsių tarptautinių ekspertų grupės parengtoje tyrimo ataskaitoje „Alkoholis ir koronaviruso pandemija: individualios, visuomenės ir politikos perspektyvos“²⁰ buvo išsamiai ir visapusiškai išanalizuoti alkoholio ir COVID-19 krizės sąveikos aspektai, turintys įtaką asmeniui, visuomenei ir politikai. Analizė atskleidė, kad alkoholio vartojimas skirtingais būdais veikia COVID-19 pandemiją. COVID-19 pandemijos sukelta krizė dar labiau išryškino alkoholio keliamą sveikatos, ekonominę ir socialinę naštą visuomenei. Ataskaitoje atkreipiamas dėmesys, kad šalims, pandemijos metu atlaisvinusioms alkoholio kontrolės teisinę reguliavimą, ateityje jau nebus lengva šiuos pokyčius pakeisti, todėl jie greičiausiai išliks ir po pandemijos. **Kita vertus, šalyse, kuriose įgyvendino įrodymais pagrįstas alkoholio kontrolės politikos priemones, buvo pastebimas sumažėjęs skubios pagalbos iškviatimų ir atvykimų į ligoninių priėmimo – skubios pagalbos skyrius skaičius, kurio negalima paaikškinti vien pandemijos suvaldymui skirtais apribojimais (karantinu).** Ši tarptautinių ekspertų išvada koreliuoja su Lietuvos statistiniais duomenimis: apsinuodijimų alkoholiu 2020 m. antro karantino metu Lietuvoje buvo registruota ženkliai mažiau nei 2019 m. tuo pačiu laikotarpiu. 2020 m. spalio-gruodžio mėn. apsinuodijimų alkoholiu skaičius siekė 876, atitinkamai 2019 m. – 1389. Be to, pastebima, kad 2020 m. spalio-gruodžio mėn. tarp apsinuodijusiųjų buvo mažiau asmenų iki 15 metų amžiaus (2019 m. – 3,7 proc., 2020 m. – 2,2 proc.).

¹⁹ https://read.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/preventing-harmful-alcohol-use_6e4b4ffb-en#page158 (158 psl.)

²⁰ https://movendi.ngo/wp-content/uploads/2021/01/Alcohol-and-the-coronavirus-pandemic_Alcohol-and-society-2021_report_en.pdf (5, 38 psl.)

LIETUVOS GYVENTOJŲ POŽIŪRIS Į GALIOJANČIĄ ALKOHOLIO KONTROLĖS POLITIKĄ

Gyventojų apklausos rodo, kad gyventojai palaiko šiuo metu vykdomą alkoholio kontrolės politiką. NTAKD užsakymu 2018 ir 2020 metais atlikti tyrimai apie Lietuvos gyventojų požiūrį į priimtus alkoholio kontrolės politikos pakeitimus, kurie įsigaliojo nuo 2018 m. sausio 1 d. Atlikus tyrimus paaiškėjo, kad pusė (51 proc.) apklaustų Lietuvos gyventojų teigiamai vertina prekybos alkoholiu laiko sutrumpinimą. Kiek mažiau respondentų (39 proc.) šią naujovę vertina neigiamai. 2018 metais teigiamai vertinusių prekybos laiko ribojimą buvo 48 proc., o neigiamai – 47 proc. Kiek daugiau nei du trečdaliai (67 proc.) Lietuvos gyventojų teigiamai vertina amžiaus cenzų padidinimą iki 20 metų, nuo kurio leidžiama įsigyti, turėti ir vartoti alkoholį. 2018 metais tokių gyventojų buvo 53 proc. 62 proc. apklausoje dalyvavusių respondentų yra patenkinti dėl visiško alkoholio reklamos uždraudimo nuo 2018 m. (2018 metais tokių gyventojų buvo 57 proc.). 60 proc. apklaustųjų nurodė, kad yra patenkinti alkoholio reklamos uždraudimu internete. 2018 metais 51 proc. gyventojų buvo patenkinti reklamos draudimu internete. 2020 m. dauguma (73 proc.) apklausos dalyvių nurodė, kad yra patenkinti dėl alkoholio reklamos uždraudimo televizijoje. 2018 metais 61 proc. apklaustųjų buvo patenkinti dėl alkoholio reklamos draudimo televizijoje.

2020 metais, palyginti su 2018 metais:

- **net 14 proc. padidėjo gyventojų dalis, pritarianti amžiaus cenzų padidinimui iki 20 metų, nuo kurio leidžiama įsigyti, turėti ir vartoti alkoholį,**
- **9 proc. padidėjo gyventojų patenkintų alkoholio reklamos uždraudimu internete,**
- **12 proc. padidėjo gyventojų teigiamai vertinančių alkoholio reklamos draudimą televizijoje.**

Svarbu pažymėti, kad 35 proc. apklaustų Lietuvos gyventojų teigia, kad sugriežtinus alkoholio prekybos reglamentavimą, jų gyvenamoji aplinka (triukšmas sklindantis iš alkoholio prekybos vietų, kaimynystė, kriminogeninė situacija) pagerėjo (10 proc. – labai pagerėjo, 25 proc. – šiek tiek pagerėjo).

Panašios tendencijos buvo nustatytos ir BNS užsakymu atliktoje apklausoje²¹.

Prieš priimant politinį sprendimą dėl Įstatymų projektų siūlytume įvertinti pateiktus tarptautinių ir Lietuvos mokslinių tyrimų rezultatus, PSO rekomendacijas, EBPO paskaičiavimus, alkoholio vartojimo Lietuvoje EBPO šalių kontekste situaciją. Kartu svarbu suprasti, kad alkoholio kontrolės priemonės yra orientuotos į žmonių sveikatos ir produktyvumo išsaugojimą, o tai teigiamai veikia verslo aplinką, šalies ekonomiką ir socialinę gerovę.

Sveikatos apsaugos ministerija yra atvira diskusijai bei, prireikus, pasiruošusi detaliau aptarti su Ekonomikos ir inovacijų ministerija rašto turinį ir Vyriausybės išvados projekto patikslinimą.

Viceministrė

Aušra Bilotienė Motiejūnienė

J. Talačkienė, tel. (8 5) 219 3315, el. p. jelena.talackiene@sam.lt

²¹ <https://www.bns.lt/topic/1911/news/63941227/>



LIETUVOS RESPUBLIKOS SVEIKATOS APSAUGOS MINISTERIJA

Biudžetinė įstaiga, Vilniaus g. 33, LT-01506 Vilnius, tel. (8 5) 266 1400,
faks. (8 5) 266 1402, el. p. ministerija@sam.lt, <http://www.sam.lt>.
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188603472

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų
ministerijai

2021-10-

Nr. (10.2.2.5Mr-413)10-5060

DĖL INFORMACIJOS PATEIKIMO

Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija, atsižvelgdama į 2021 m. rugsėjo 20 d. vykusio neformalaus ministrų pasitarimo metu vykusias diskusijas dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės išvados projekto dėl Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 2, 16, 17, 18, 18¹, 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projekto Nr. XIVP-646 ir Administracinių nusižengimų kodekso 76, 168, 484, 484¹ ir 485 straipsnių pakeitimo ir papildymo 761 ir 485¹ straipsniais įstatymo projekto Nr. XIVP-647 (toliau – Vyriausybės išvados projektas), teikia informaciją apie galimas rizikas (galimą neigiamą poveikį), susijusius su alkoholio įsigijimo ir vartojimo minimalaus amžiaus cenzo mažinimu ir prekybos alkoholiu laiko sekmadieniais ilginimu, kurią siūlytume įvertinti prieš priimant politinį sprendimą dėl minėtų Įstatymų projektų.

PRIDEDAMA, 2 lapai.

Viceministrė

Aušra Bilotienė Motiejūnienė

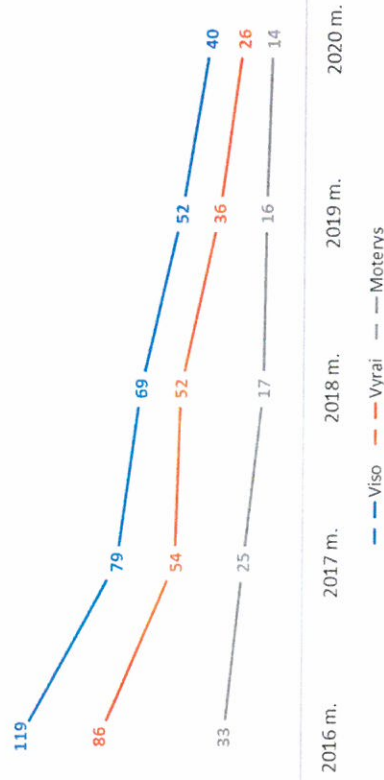
JAV virš 30 metų patirtis parodė¹, kad 21 metų amžiaus census alkoholio vartojimui išsaugo gyvybes ir mažina alkoholio vartojimą:

1. transporto priemonių avarijų vidutiniškai sumažėjo 16%;
2. alkoholio vartojimas tarp 18–20 metų amžiaus asmenų sumažėjo nuo 59% 1985 m. iki 40% 1991 m., alkoholio vartojimas sumažėjo ir tarp 21–25 metų amžiaus asmenų, nuo 70% 1985 m. iki 56% 1991 m.;
3. taip pat yra įrodymų, kad 21 metų amžiaus census alkoholio vartojimui apsaugo nuo priklausomybės alkoholiui ir narkotikams, nepageidaujamų gydymo išėčių, savižudybių ir žmogžudysčių.

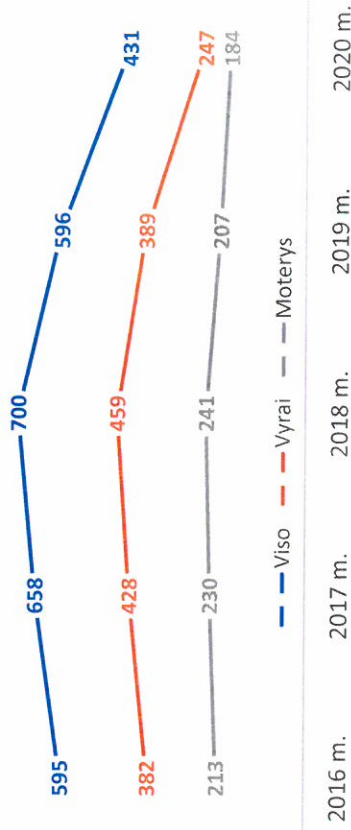
Jaunų asmenų apsinuodijimų alkoholiu, nesaikingo alkoholio vartojimo ir alkoholio vartojimo dinamika Lietuvoje

1.1. Apsinuodijimai alkoholiu (Higienos instituto duomenys)

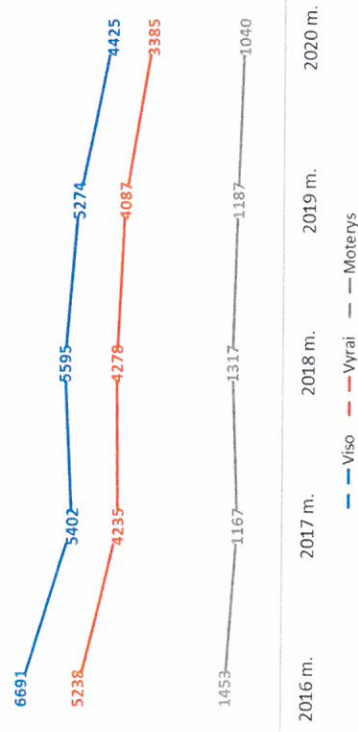
APSINUODIJIMŲ ALKOHOLIU DINAMIKA 2016-2020 M. 18-19 M. AMŽIAUS POPULIACIJOJE



APSINUODIJIMŲ ALKOHOLIU DINAMIKA 2016-2020 M. 0-19 M. AMŽIAUS POPULIACIJOJE



APSINUODIJIMŲ ALKOHOLIU DINAMIKA 2016-2020 M. VISOJE POPULIACIJOJE



¹ <https://www.cdc.gov/alcohol/fact-sheets/minimum-legal-drinking-age.htm>

1.2. ESPAD² tyrimo duomenys: Apsinuodijimas alkoholiu paauglių tarpe (bent 1 kartą per paskutines 30 d. iki apklausos):

2015 m. (LT 15-ta vieta tarp mažiausiai apsinuodijimą alkoholiu patiriančių paauglių tarpe šalių)	2019 m. (LT 3-čia vieta tarp mažiausiai apsinuodijimą alkoholiu patiriančių paauglių tarpe šalių)
LT(18 m. amžiaus cenzas) – 11%, ESPAD vidurkis – 13%	LT(20 m. amžiaus cenzas) – 6,7%, ESPAD vidurkis – 13%
Tarp 3 mažiausių – Islandija (20), Albanija (18), Norvegija (20stipr./18)	Tarp 3 mažiausių – Kosovo, Islandija (20), Lietuva
Tarp didžiausių – Danija (18stipr./16), Austrija (18stipr./16), Vengrija (18)	Tarp didžiausių – Danija (18stipr./16), Austrija (18stipr./16), Vengrija (18)

1.2. ESPAD tyrimo duomenys: Nesaikingas alkoholio vartojimas paauglių tarpe (per paskutines 30 dienų iki apklausos bent viena kartą išgertus iš eilės 5 ar daugiau standartinius alkoholio gėrimus)

2015 m. (LT 20-ta vieta tarp mažiausiai nesaikingai alkoholi vartojančių paauglių tarpe šalių)	2019 m. (LT 9-ta vieta tarp mažiausiai nesaikingai alkoholi vartojančių paauglių tarpe šalių)
LT(18 m. amžiaus cenzas) – 36%, ESPAD vidurkis – 36%	LT(20 m. amžiaus cenzas) – 28%, ESPAD vidurkis – 35%
Tarp 3 mažiausių – Islandija (20), JAV (21), Norvegija (20stipr./18)	Tarp 3 mažiausių – Islandija (20), Kosovo, Norvegija (20stipr./18)
Tarp didžiausių – Danija (18stipr./16), Austrija (18stipr./16), Kipras (18stipr./17 vart.)	Tarp didžiausių – Danija (18stipr./16), Vokietija (18stipr./16/14 silp. su lydinčiu tėvu ar globėju), Austrija (18stipr./16)

1.3. ESPAD tyrimo duomenys: Alkoholio vartojimas per paauglių tarpe (per paskutines 30 d. iki apklausos)

2015 m. (LT 7-ta vieta tarp mažiausių vartojimo rodiklių turinčių šalių)	2019 m. (LT 5-ta vieta tarp mažiausių vartojimo rodiklių turinčių šalių)
LT(18 m. amžiaus cenzas) – 34%, ESPAD vidurkis – 48%	LT(20 m. amžiaus cenzas) – 27%, ESPAD vidurkis – 47%
Tarp 3 mažiausių – Islandija (20), JAV (21), Norvegija (20stipr./18)	Tarp 3 mažiausių – Kosovo, Islandija (20), Norvegija (20stipr./18)
Tarp didžiausių – Danija (18stipr./16), Austrija (18stipr./16), Kipras (18stipr./17 vart.)	Tarp didžiausių – Danija (18stipr./16), Vokietija (18stipr./16/14 silp. su lydinčiu tėvu ar globėju), Austrija (18stipr./16)

Mažiausi apsinuodijimo alkoholiu, nesaikingo alkoholio vartojimo ir alkoholio vartojimo rodikliai stebimi šalyse, kur aukščiausias alkoholio išsigijimo, vartojimo amžiaus cenzas (kartu Norvegijoje ir Islandijoje sekmadieniais mažmeninė prekyba alkoholiu (off-premise sale) uždrausta), ir atvirkščiai – didžiausi apsinuodijimo alkoholiu, nesaikingo alkoholio vartojimo ir alkoholio vartojimo rodikliai stebimi šalyse, kur alkoholio išsigijimo, vartojimo amžiaus cenzas yra žemesnis.

ESPAD tyrimo Lietuvoje koordinatore, Lietuvos edukacinių tyrimų asociacijos prezidentė, Klaipėdos universiteto profesorė dr. Liudmila Rupšienė: „Apibendrinant galima sakyti, kad alkoholio vartojimas išlieka problema, tačiau situacija yra geriausia nuo ESPAD tyrimų pradžios. Toks pagerėjimas gali būti susijęs su nacionalinio lygmens priemonių, kuriomis siekiama sumažinti alkoholio vartojimą, taikymu“.

² The overall aim of ESPAD is to collect comparable data on substance use among 15–16 year old students in as many European countries as possible. The most important objectives in the long run are to monitor trends, and to compare trends between countries and groups of countries. Surveys are repeated every four years



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

Biudžetinė įstaiga, Jogailos g. 14, LT-01116 Vilnius, tel. (8 5) 262 7797, faks. (8 5) 212 6492, el. p. taryba@kt.gov.lt
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188668192

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir
inovacijų ministerijai

2021-09- Nr. (2.30Mr-43)6V-
į 2021-08-25 raštą Nr. (4.5-82E)-2-

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS NUTARIMO „DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS ALKOHOLIO KONTROLĖS ĮSTATYMO NR. I-857 2, 16, 17, 18, 18¹, 22, 28 IR 29 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO ĮSTATYMO PROJEKTO NR. XIVP-646 IR LIETUVOS RESPUBLIKOS ADMINISTRACINIŲ NUSIŽENGIMŲ KODEKSO 76, 168, 484, 484¹ IR 485 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO IR PAPILDYMO 761 IR 485¹ STRAIPSNIAIS ĮSTATYMO PROJEKTO NR. XIVP-647 PROJEKTO

(1) Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba gavo Jūsų pateiktą derinti Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimo „Dėl Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 2, 16, 17, 18, 18(1), 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projekto Nr. XIVP-646 ir dėl Lietuvos Respublikos administracinių nusižengimų kodekso 76, 168, 484, 484(1) ir 485 straipsnių pakeitimo ir papildymo 761 ir 485(1) straipsniais įstatymo projekto Nr. XIVP-647“ projektą, reg. Nr. 21-27437(2) (toliau – Nutarimo projektas).

(2) Konkurencijos taryba įvertino Nutarimo projektą, kuriuo siūloma iš esmės pritarti Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 2, 16, 17, 18, 18¹, 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projektui Nr. XIVP-646 (toliau – Įstatymo projektas) ir Lietuvos Respublikos administracinių nusižengimų kodekso 76, 168, 484, 484¹ ir 485 straipsnių pakeitimo ir papildymo 761 ir 485¹ straipsniais įstatymo projektui Nr. XIVP-647 bei pateikti pastabas ir pasiūlymus dėl siūlomų teisinio reguliavimo priemonių tobulinimo. Pagal kompetenciją teikiame savo pastabas ir siūlome apsvarstyti galimybę papildyti Nutarimo projektą atitinkamais argumentais.

(3) Atkreipiame dėmesį, kad Įstatymo projekto 6 straipsnio 4 ir 5 dalyse siūloma įtvirtinti draudimą asmenims nuo 18 iki 20 metų vartoti alkoholinius gėrimus, kurių tūrinė etilo alkoholio koncentracija viršija 15 procentų. Tokia nuostata gali sukurti skirtingas konkurencijos sąlygas alkoholi gaminantiems ir juo prekiaujantiems ūkio subjektams. Pavyzdžiui, ūkio subjektai, prekiaujantys 14 laipsnių stiprumo vynu jų galės parduoti asmenims nuo 18 iki 20 metų, o prekiaujantys 16 laipsnių vynu – jau nebegalės (tikėtina, kad toks skirtingo stiprumo vynas galėtų būti priskiriamas tai pačiai atitinkamai rinkai, kurioje konkuruoja ūkio subjektai¹).

(4) Konstitucinis Teismas yra ne kartą pasisakęs apie įvairių konstitucinių vertybių derinimą valstybei reguliuojant ūkinę veiklą². Šiuo atveju Konkurencijos tarybos pozicija dėl galimo Įstatymo projekto neigiamo poveikio konkurencijai neapriboja įstatymų leidėjo galių derinti sąžiningos konkurencijos laisvės principą ir kitus galimai šiam principui prieštaraujančius interesus (įskaitant socialinės politikos tikslus), priimant tokį sprendimą, kuris yra proporcingas, pagrįstas ir atitinka Konstituciją. Konkurencijos taryba, kaip konkurencijos politikos vykdytoja, negali nuspręsti, ar šiuo konkrečiu atveju konkurencijos ribojimas yra proporcingas, nes proporcingumo vertinimas suponuoja atsižvelgimą į socialinės apsaugos interesus, kurių Konkurencijos taryba neturi duomenų ir įgaliojimų vertinti (šiuo atveju – sprendžiant, ar konkurencijos ribojimas yra proporcingas atsižvelgiant į siekį

¹ Konkurencijos taryba rinką apibrėžia tik konkrečioje byloje taikydama Konkurencijos įstatymą.

² Naujausias Konstitucinio Teismo nutarimas, kuriame nagrinėjamas šis klausimas, yra 2015 m. kovo 5 d. nutarimas Nr. KT9-N5/2015 byloje Nr. 44/2011 „Dėl konkurencijos atliekų tvarkymo paslaugų srityje“, žr. šio nutarimo IV konstatuojamosios dalies 5 punktą.

saugoti jaunimo interesus ir sveikatą). Vis dėlto Konkurencijos taryba mano, kad vertinant konkurencijos suvaržymo proporcingumą šiuo atveju reikėtų atsižvelgti ir į mokslinius tyrimus atitinkamoje srityje (pavyzdžiui, ar yra mokslinių tyrimų rodančių, kad didesnis pavojus jaunų žmonių nuo 18 iki 20 metų sveikatai kyla vartojant būtent alkoholinius gėrimus, kurių turinė etilo alkoholio koncentracija viršija 15 procentų).

(5) Taip pat atkreipiame dėmesį, kad Įstatymo projekto 29 straipsnio 2 dalyje siūloma nustatyti, kad: „Reklama nelaikoma <...> kai ši informacija pateikiama mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietose, kuriose alkoholiniai gėrimai parduodami vartotojui, ar alkoholinius gėrimus gaminančių, jais prekiaujančių **ar jų pristatymo paslaugą teikiančių įmonių** interneto svetainėse ar socialinių tinklų paskyrose.<...>”. Tai suteiktų galimybę ne tik alkoholinius gėrimus gaminančioms ar jais prekiaujančioms įmonėms, bet ir juos pristatančioms įmonėms (tokioms kaip Bolt, Wolt, Last Mile ir kitos) informaciją apie alkoholinius gėrimus viešinti internete ir tai nebūtų laikoma reklama. Pažymėtina, kad siūloma nuostata sukuria nelygiavertes konkurencines sąlygas tam tikriems ūkio subjektams, kurie nepatenka į Įstatymo projekto 29 straipsnio 2 dalyje nurodytas grupes, pavyzdžiui, tokios internetinės prekybos platformos kaip Amazon ar Pigu.lt. Šiose platformose prekes parduoti gali tretieji asmenys naudodamiesi platformų funkcionalumais, ir šie asmenys gali konkuruoti su kitais alkoholinių gėrimų pardavėjais. Vis dėlto tokios prekybos platformos skelbdamos informaciją savo interneto svetainėse ir mobiliosiose programėlėse nebūtų laikomos nei alkoholinių gėrimų gamintojais, nei prekyautojais (nes jose prekiauja tretieji asmenys), nei pristatymo paslaugą teikiančiomis įmonėmis (nes pristatyti platformoje parduodamas prekes gali nebūtinai platformos paslaugas teikianti įmonė).

(6) Reklamą riboti selektyviai, tai yra, riboti jos skleidimą ir (arba) gavimą vienais šaltiniais ir neriboti skleidimo ir (arba) gavimo kitais šaltiniais, galima tik tada, kai toks diferencijuotas ribojimas yra objektyviai pateisinamas. Reklamos ribojimai gali neigiamai paveikti konkurenciją, sumažindami ūkio subjektų galimybes informuoti potencialius vartotojus apie savo veiklą rinkoje ir siūlomas prekes. Tokie apribojimai gali apsunkinti naujų ūkio subjektų, kurie siekia tapti žinomais, įėjimą į rinką. Be to, ribojimai taip pat neigiamai paveikia jau rinkoje esančius, efektyviai veikiančius ūkio subjektus, kadangi jiems užkertamas kelias reklamuoti privalumus, kuriuos jie gali pasiūlyti vartotojams palyginus su kitais ūkio subjektais. Atitinkamai, visa tai neigiamai paveikia ir vartotojus, kadangi jie negali palyginti skirtingų ūkio subjektų siūlomų prekių. Atsižvelgiant į tai, siūlytina tikslinti Įstatymo projekto 29 straipsnio 2 dalį, kad nebūtų selektyviai ribojamos ūkio subjektų reklamos galimybės.

(7) Galiausiai, pažymėtina, kad Konkurencijos įstatymo 4¹ straipsnio 1 dalies 4 ir 9 punktai įpareigoja teisės akto projekto rengėją atlikti poveikio konkurencijai vertinimą, kai siūlomas reguliavimas apriboja ūkio subjektų galimybes vykdyti ūkinę veiklą ar reklamuoti savo prekes, pasirinkti jų pardavimo būdus. Tokį vertinimą rekomenduojama atlikti pagal Konkurencijos tarybos parengtas „Sprendimų poveikio konkurencijai vertinimo gaires“³.

(8) Jeigu Jums kiltų klausimų dėl šiame rašte pateiktų pastabų ir pasiūlymų, maloniai prašome kreiptis į mūsų instituciją.

Tarybos narė

Medeina Augustinavičienė

Jurgita Klusevičiūtė, tel. (8 5) 212 6589, el. p. Jurgita.Kluseviciute@kt.gov.lt

³ Prieiga per internetą: https://kt.gov.lt/uploads/documents/files/news_2012-06-11_gaires.pdf

2021-09-17

Nr. 7-55

Nr.

LR Ekonomikos ir inovacijų ministerijai

Ieva.valeskaite@eimin.lt

Inga.burlegiene@eimin.lt

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS ALKOHOLIO KONTROLĖS ĮSTATYMO NR. I-857 2, 16, 17, 18, 18¹, 22, 28 ir 29 STRAIPSNIŲ PAKEITIMO ĮSTATYMAS PROJEKTO (XIVP-646)

1. Lietuvos prekybos įmonių asociacija („Asociacija“) vienija daugiau nei 1,5 tūkst. mažmeninės prekybos vietų, prekiaujančių alkoholiniais gėrimais, todėl Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 („AKĮ“) 2, 16, 17, 18, 18(1), 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projektas (reg. Nr. XIVP-646) („Projektas“) Asociacijos nariams yra ypač aktualus. Asociacija pritaria Projekto tikslui ir uždaviniams - užtikrinti alkoholio kontrolės politikos priemonių pagrįstą, proporcingą, teisingą taikymą, sušvelninant prekybos alkoholiniais gėrimais laiko ribojimus sekmadienį, sušvelninant alkoholinių gėrimų reklamos draudimą, ir teikia savo pasiūlymus.
2. Asociacija siūlo tobulinti AKĮ nuostatas, susijusias su alkoholinių gėrimų reklamos draudimu ir atsakomybe už alkoholinių gėrimų pardavimą asmenims iki nustatyto amžiaus. Konkrečiai siūlome:
 - 2.1. numatyti, kad alkoholinių gėrimų reklamos draudimas netaikomas alkoholinių gėrimų reklamai prekybos ar viešojo maitinimo vietose, taip pat alkoholinius gėrimus gaminančių ar jais prekiaujančių įmonių interneto svetainėse ir socialinių tinklų paskyrose, taip pat mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietose neatlygintinai platinamuose spausdintuose leidiniuose, skirtuose išsinešti iš mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietos (kartu tokiai reklaminių pobūdžio informacijai nustatant turinio ribojimus, o taip pat paliekant draudimą skelbti apie kainų sumažinimą, t.y. draudimas organizuoti alkoholinių gėrimų akcijas išliktų);
 - 2.2. atsisakyti Projekto nuostatos, kad alkoholinius gėrimus gaminančių ar jais prekiaujančių įmonių socialinių tinklų paskyrose leidžiama tik nemokama įrašų apie alkoholinius gėrimus sklaida;
 - 2.3. atsisakyti sankcijos - licencijos verstis mažmenine prekyba alkoholiniais gėrimais panaikinimo prekybos vietoje, kurioje pakartotinai per trejus metus alkoholiniais gėrimais buvo parduoti asmenims, jaunesniems kaip nustatytas amžius.
3. Šiuo pasiūlymus grindžiame toliau dėstomais argumentais.

I. Dėl alkoholio reklamos draudimo sušvelninimo

4. Nuo 2018 m. sausio 1 d.¹ Lietuvoje įsigaliojo visiškas (su keliomis išimtimis²) alkoholio reklamos draudimas³.
5. Pažymėtina, kad dar iki 2017 06 01 įstatymo Nr. XIII-394 priėmimo, AKĮ 29 straipsnio,

¹ 2017 06 01 įstatymas Nr. XIII-394 (TAR, 2017, Nr. 2017-09774)

² Jos nurodytos AKĮ 29 str. 2 d.

³ AKĮ 29 str. 1 d.

reglamentuojančio alkoholio reklamos ribojimą, nuostatos buvo vienos griežčiausių Europos Sąjungoje („ES“); jos buvo suderintos tiek su 1989 m. gegužės 5 d. Europos Tarybos konvencija dėl televizijos be sienų, tiek su 2010 m. kovo 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2010/13/ES dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų tam tikrų nuostatų, susijusių su audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikimu, derinimo. Asociacijos atlikta kitų ES šalių teisėkūros analizė⁴ taip pat EuroCommerce, vienijančios 31 Europoje veikiančią prekybos asociaciją, mums pateikti duomenys leidžia daryti pagrįstą išvadą, **kad tokios apimtys alkoholio reklamos draudimo, koks nuo 2018 m. sausio 1 d. galioja Lietuvoje, nėra nei vienoje ES šalyje**. Neginčytina, kad alkoholio reklamos ribojimai yra plačiai ES šalyse taikoma alkoholio prieinamumą ribojanti priemonė. Kartu yra akivaizdu, kad visiškas alkoholio reklamos draudimas, kuris Lietuvoje taikomas griežčiausiai visoje ES, yra neproporcingas.

6. Pažymėtina, kad daugumoje ES šalių alkoholinių gėrimų reklama draudžiama ar ribojama žiniasklaidos priemonėse, kai kuriose šalyse draudžiama ar ribojama išorinė reklama⁵. Tačiau absoliučioje daugumoje ES šalių reklamos draudimas netaikomas informacijai apie alkoholinius gėrimus, pateikiamai prekybos ar viešojo maitinimo vietose, taip pat alkoholinius gėrimus gaminančių ar jais prekiaujančių įmonių interneto svetainėse ir socialinių tinklų paskyrose⁶.
7. Galiojantis teisinis reguliavimas, kai alkoholio reklama draudžiama, o prekybos ar viešojo maitinimo vietose, taip pat alkoholinius gėrimus gaminančių ar jais prekiaujančių įmonių interneto svetainėse leidžiama pateikti **tik tam tikrą informaciją, kurios sąrašas yra baigtinis** (AKĮ 29 str. 2 d.), yra ydingas ir praktikoje sukelia daug keblumų, ir tą iliustruoja, be kita ko, šis pavyzdys.
8. Projektu siūloma papildyti AKĮ 29 str. 2 d., joje numatant, kad reklama nelaikoma užsienio gamintojų alkoholinių gėrimų prekių ženklinimo tekstas, ant alkoholinių gėrimų prekių esančios nuorodos, kurios nukreipia į alkoholinių gėrimų gamintojų interneto svetaines ar socialinių tinklų paskyras, objektyvi pažintinė, mokslinė, istorinė informacija apie alkoholinių gėrimų vartojimo būdus, gamybą, tradicijas, pelnytus apdovanojimus. Tuo tarpu, NTAKD savo 2021 m. liepos 7 d. derinimo rašte nurodė, kad: „<...ir dabar pagal galiojančias AKĮ nuostatas <...> tai nėra alkoholio reklama.>“. Matome, kad net teisėkūros iniciatyvos teisę turinčių asmenų ir kontrolės institucijos interpretacijos dėl AKĮ 29 str. 2 d. esančių išimčių turinio skiriasi.
9. Be to, problemų kelia informacijai taikomas *objektyvumo* kriterijus, t.y. reikalavimas kiekvieną kartą nubrėžti ribą tarp objektyvios (faktais pagrįstos) ir vertinamojo pobūdžio informacijos. Tai itin sudėtinga (arba neįmanoma) padaryti kalbant apie vertinamojo pobūdžio informaciją apie alkoholį, pvz., skonį, derinimą su maistu ir pan. Problemų praktikoje kelia ir alkoholinių gėrimų eksponavimas (pateikimas parduoti): viena vertus, pagal AKĮ 29 str. 2 d. alkoholinių gėrimų eksponavimas nelaikomas reklama, tačiau, kita vertus, tam tikras pasirinktas eksponavimo būdas, priemonės kontroliuojančių institucijų kartais vertinami kaip reklama. Neproporcingu vertiname ir draudimą prekybos vietoje ar interneto svetainėje pristatant alkoholinius gėrimus vartoti žodį „naujiena“. Problemų kelia ir ribojimas spausdintus leidinius, kuriuose pateikta AKĮ 29 str. 2 d. leidžiama informacija, išsinešti iš prekybos vietos. Darytina išvada, kad **baigtinis išimčių (t.y. informacijos, kuri nelaikoma reklama) sąrašas** nėra efektyvi teisinio reguliavimo priemonė.
10. Aukščiau išdėstytų argumentų pagrindu siūlome papildyti AKĮ 29 straipsnį naujomis 2¹ ir 2² dalimis:

„2¹. Reklamos draudimas netaikomas kitai, šio straipsnio 2 dalyje nenurodytai, informacijai apie alkoholinius gėrimus (tai yra reklaminio pobūdžio informacijai), kai ši informacija pateikiama mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietose, kuriose alkoholiniai gėrimai parduodami vartotojui, ar alkoholinius gėrimus gaminančių ar jais

⁴ <https://eucam.info/regulations-on-alcohol-marketing/>

⁵ Pvz., Estijoje, Suomijoje, Lenkijoje

⁶ Neabejotinai, taikomi tik reikalavimai reklamos turiniui, t.y. reklama negali būti skirta vaikams ir paaugliams iki 18 metų, sieti alkoholio vartojimą su fizinės būklės pagerėjimu, vairavimu, psichinės veiklos pagerėjimu ir t.t.

prekiaujančių įmonių interneto svetainėse ar socialinių tinklų paskyrose, taip pat mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietose neatlygintinai platinamuose spausdintuose leidiniuose, skirtuose išsinešti iš mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietos, su sąlyga, kad šioje dalyje nurodyta informacija apie alkoholinius gėrimus nepažeidžia šio straipsnio 2² dalies reikalavimų.

2². Mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietose, kuriose alkoholiniai gėrimai parduodami vartotojui, ar alkoholinius gėrimus gaminančių ar jais prekiaujančių įmonių interneto svetainėse ar socialinių tinklų paskyrose, taip pat mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietose neatlygintinai platinamuose spausdintuose leidiniuose, skirtuose išsinešti iš mažmeninės prekybos ar viešojo maitinimo vietos, draudžiama visų formų alkoholio reklama:

- 1) skirta vaikams ir paaugliams iki 18 metų;
 - 2) kurioje dalyvauja asmenys iki 18 metų;
 - 3) kurioje dalyvauja sportininkai, gydytojai, politikai, meno ir mokslo įžymybės, kiti garsūs visuomenės veikėjai, naudojamas jų asmuo, vardas, atvaizdas ir pan.;
 - 4) siejanti alkoholio vartojimą su fizinės būklės pagerėjimu;
 - 5) siejanti alkoholio vartojimą su vairavimu;
 - 6) siejanti alkoholio vartojimą su psichinės veiklos pagerėjimu, asmeninių problemų sprendimu;
 - 7) siejanti alkoholio vartojimą su stimuliuojančiomis, raminančiomis ir kitomis gydomosiomis savybėmis;
 - 8) siejanti alkoholio vartojimą su socialine sėkme, padidintu seksualiniu aktyvumu;
 - 9) palankiai vaizduojanti nesaikingą alkoholinių gėrimų vartojimą ar neigiamai atsiliepianti apie abstinenciją ir saikingumą;
 - 10) pateikianti didesnę tūrinę etilo alkoholio koncentraciją kaip alkoholinių gėrimų privalumą;
 - 11) pateikianti neteisingą ir (ar) klaidinančią informaciją apie alkoholinius gėrimus.“
11. Kartu pažymėtina, kad, priėmus Asociacijos siūlomas nuostatas, alkoholinių gėrimų akcijos ir toliau būtų draudžiamos (įskaitant draudimą skelbti apie alkoholinių gėrimų kainų sumažinimą⁷, alkoholinius gėrimus duoti kaip premiją, kaip prekės priedą arba dovanoti⁸, organizuoti žaidimus, akcijas, konkursus ar loterijas, kurie skatintų įsigyti ir (ar) vartoti alkoholinius gėrimus⁹ ir t.t.). Taigi, manytina, priėmus Asociacijos siūlomas nuostatas, alkoholio vartojimas nepadidėtų.

II. Dėl leidžiamos informacijos apie alkoholinius gėrimus skelbimo socialinių tinklų paskyrose sąlygų

12. Asociacija visiškai pritaria Projekto nuostatai, kuria siūloma leisti atitinkamą AKĮ 29 str. 2 d. nurodytą objektyvią informaciją apie alkoholinius gėrimus pateikti alkoholinius gėrimus gaminančių ar jais prekiaujančių įmonių interneto svetainėse ar socialinių tinklų paskyrose. Tačiau siūlymas tokią informaciją socialinių tinklų paskyrose pateikti tik neatlygintinai yra neaiškus ir neproporcingas.
13. Asociacijos nuomone, visų pirma, toks ribojimas yra neproporcingas, nes pateikiant informaciją interneto svetainėje jis netaikomas. Atsižvelgiant į šiuolaikinių technologijų plėtrą bei vartotojų įpročius naudojant išmaniuosius įrenginius, vartotojų požiūriu skirtumas tarp ūkio subjekto interneto svetainės ir socialinių tinklų paskyros nėra toks didelis, kad pateisintų iš esmės skirtingą jų traktavimą. Pastebėtina, kad pastaruoju metu stebima tendencija, kad ūkio subjektas pasirenka

⁷ AKĮ 28 str. 1 d. 7 p.

⁸ AKĮ 28 str. 1 d. 1 p.

⁹ AKĮ 28 str. 1 d. 4 p.

informaciją vartotojams teikti tik savo socialinio tinklo paskyroje ir net neturi interneto svetainės.

14. Reikalavimas informaciją apie alkoholinius gėrimus socialinių tinklų paskyrose pateikti tik neatlygintinai yra neproporcingas ir perteklinis, nes neaiškus tokio ribojimo tikslas. Leidimas gamintojo ar pardavėjo socialinio tinklo paskyroje skelbti leistiną informaciją apie alkoholinius gėrimus nereiškia, kad tokią informaciją savo socialinių tinklų paskyrose galėtų skelbti influenceriai ar kiti žinomi žmonės, kadangi jie nėra alkoholinius gėrimus gaminantys ar jais prekiaujantys subjektai.
15. Taip pat manytina, kad aptariamas ribojimas yra neproporcingas ir perteklinis, nes kontroliuojančios institucijos iš esmės neturi galimybių nustatyti, kuris gamintojo ar pardavėjo socialinio tinklo paskyroje pateiktas turinys yra apmokėtas trečiųjų asmenų, o kuris ne. Taigi, aptariamas ribojimas iš esmės būtų deklaratyvus ir neveiksmingas.
16. Aukščiau išdėstytų argumentų pagrindu **siūlome Projekte atsisakyti AKĮ 29 str. 2 d. paskutinio sakinio.**

III. Dėl licencijos verstis mažmenine prekyba alkoholiniais gėrimais panaikinimo už alkoholinių gėrimų pardavimą asmenims, jaunesniems kaip 18/20 metų

17. AKĮ 34 straipsnio 18 dalyje įtvirtinta ekonominė sankcija - licencijos verstis mažmenine prekyba alkoholiniais gėrimais panaikinimas prekybos vietoje, kurioje pakartotinai per trejus metus alkoholiniais gėrimais buvo parduoti asmenims, jaunesniems kaip 18/20 metų.
18. Griežtos atsakomybės už alkoholinių gėrimų pardavimą asmenims, jaunesniems kaip 18/20 metų, taikymo būtinumas nediskutuotinas. Visgi, primintina, kad, aiškindamas Konstitucijoje įtvirtintą teisinės valstybės principą Konstitucinis Teismas yra konstatavęs, kad šis principas suponuoja įvairius reikalavimus įstatymų leidėjui, kitiems teisėkūros subjektams, *inter alia*: <...> jeigu šios teisinės priemonės yra susijusios su sankcijomis už teisės pažeidimą, tai minėtos sankcijos turi būti proporcingos padarytam teisės pažeidimui; teisiškai reguliuojant visuomeninius santykius privalu paisyti prigimtinio teisingumo reikalavimų, apimančių *inter alia* būtinumą užtikrinti asmenų lygybę įstatymui, teismui ir valstybės institucijoms ar pareigūnams¹⁰. Konstituciniai teisingumo ir teisinės valstybės principai neleidžia nustatyti už teisės pažeidimus tokių nuobaudų, taip pat ir tokio dydžio baudų, kurios būtų akivaizdžiai neproporcingos (neadekvačios) teisės pažeidimui bei siekiamam tikslui¹¹. Įstatymuose nustatomos baudos už įstatymų pažeidimus turi būti tokio dydžio, koks yra būtinas siekiant teisėto ir visuotinai svarbaus tikslo – užtikrinti įstatymų laikymąsi, nustatytų pareigų vykdymą¹².
19. Asociacijos vienijamos mažmeninės prekybos įmonės deda visas pastangas, siekdamos savo parduotuvėse užkirsti kelią alkoholinių gėrimų pardavimui asmenims, jaunesniems kaip nustatytas amžius metų, *inter alia*, nuolat moko kasininkus, diegia skaitmeninius sprendimus (tokius kaip, automatinis priminimas kasininkui patikrinti pirkėjo amžių), vykdo vidinius „kontrolinius“ pirkimus ir pan. Tačiau, kaip rodo ilgametė praktika, dėl žmogiškosios klaidos tokie pardavimai kartais, deja, įvyksta.
20. Asmenų, kuriems leidžiama parduoti alkoholinius gėrimus, amžiaus diferencijavimas (18/20 metų, priklausomai nuo etilo alkoholio koncentracijos), tikėtina, padidins AKĮ 18 straipsnio 4 dalies 3 punkto reikalavimo pažeidimo riziką, kai, dėl žmogiškosios klaidos, asmeniui, turinčiam 19 metų gali būti parduoti alkoholiniai gėrimai, kurių turinė etilo alkoholio koncentracija viršija 15 procentų.
21. Mūsų vertinimu, ekonominė sankcija - licencijos panaikinimas už antrąjį alkoholio pardavimo asmenims, jaunesniems kaip 18/20 metų, atvejį per 3 metus - yra akivaizdžiai neproporcinga

¹⁰ Konstitucinio Teismo 2004 m. gruodžio 13 d. nutarimas

¹¹ Konstitucinio Teismo 2000 m. gruodžio 6 d., 2001 m. spalio 2 d., 2004 m. sausio 26 d. nutarimai

¹² Konstitucinio Teismo 2004 m. sausio 26 d. nutarimas

(neadekvati) teisės pažeidimui bei AKĮ siekiamam tikslui. Tokios sankcijos taikymas ypač skaudus smulkioms ir vidutinėms, mažesniuose miestuose, miesteliuose ir kaimuose veikiančioms mažmeninės prekybos įmonėms, nes *de facto* lemia mažesnės parduotuvės uždarymą (akivaizdu, kad mažesnė parduotuvė, nevykdanti prekybos alkoholiu, tampa nekonkurencinga).

22. Kartu svarstyтина, kad sankcijų už AKĮ 18 straipsnio 4 dalies 3 punkto reikalavimo pažeidimą atgrasomasis poveikis galėtų būti pasiektas didinant AKĮ 34 straipsnio 4 dalyje numatytus baudų dydžius.
23. Aukščiau išdėstytų argumentų pagrindu **siūlome panaikinti AKĮ 34 straipsnio 18 dalį.**

Pagarbiai

Direktorė

Rūta Vainienė

Lietuvos Respublikos Seimo Ekonomikos komitetui

2021 m. rugpjūčio 12 d. Nr. 21-145VK

Lietuvos Respublikos Seimo Sveikatos apsaugos komitetui

Lietuvos Respublikos Vyriausybei

**ALKOHOLIO KONTROLĖS ĮSTATYMO NR. I-857 2, 16, 17, 18, 18(1), 22, 28 IR 29 STRAIPSNIŲ
PAKEITIMO ĮSTATYMO PROJEKTO**

Lietuvos verslo konfederacija (toliau – LVK), vienijanti dalį Lietuvoje veikiančių viešojo maitinimo įstaigų, išnagrinėjo Lietuvos Respublikos Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 (toliau – įstatymas) 2, 16, 17, 18, 18(1), 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projektą (toliau – įstatymo projektas) ir teikia pasiūlymą konkrečiai dėl įstatymo projektu siūlomos įstatymo 29 straipsnio formuluotės.

Atkreipiame dėmesį, kad viešojo maitinimo įstaigose alkoholio vartojimas yra atsakingas, nes į restoranus ir kavines svečiai ateina pirmiausia mėgautis maistu. Šiuo metu nemažai viešojo maitinimo įstaigų, siekdamos ne tik pelno, bet ir atsakingos alkoholio vartojimo kultūros Lietuvoje kūrimo, savo meniu siūlo maisto ir priderinto vyno rinkinius ir (arba) maisto bei gėrimų degustacijas.

Atsižvelgiant į tai, siūlome aiškiai įvardyti, kad reklama nebūtų laikoma informacija apie alkoholinius gėrimus socialinių tinklų paskyrose ar kitur, kuomet viešojo maitinimo įstaigos siūlo maisto ir vyno derinimo rinkinius, vyno, alaus, kitų alkoholinių gėrimų ir maisto degustacijas, gėrimų meniu, nes šiuo metu įstatymo projekto 29 straipsnyje pateikta formuluotė palieka abejonių, ar minėta informacija, įstatymo projekto priėmimo ir naujos įstatymo redakcijos įsigaliojimo atveju, būtų laikoma reklama, ar ne.

Dėkojame už bendradarbiavimą.

Pagarbiai

Generalinė direktorė

Eglė Radišauskienė

Originalas nebus siunčiamas. Vilius Kriaučiūnas, el.p.: vilius@lvk.lt, tel. +370 5 212 1111

Gedimino pr. 2/1-28, LT-01103 Vilnius

Tel. +370 5 212 1111, info@lvk.lt, www.lvk.lt

Tarptautinių prekybos rūmų ICC oficialus atstovas
www.iccwbo.org

2021-09-24

KAM: Lietuvos Respublikos ekonomikos
ir inovacijų ministerijai
Gedimino pr. 38, 01104 Vilnius
kanc@eimin.lt

Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybai
Jogailos g. 14, 01116 Vilnius
taryba@kt.gov.lt

KOPIJA: Lietuvos Respublikos vyriausybės kanceliarijai
Gedimino pr. 11, 01103 Vilnius
LRVkanceliarija@lrv.lt
saulius.gaigalas@lrv.lt

PRAŠYMAS

Dėl Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 2, 16, 17, 18, 18(1), 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projekto Nr. XIVP-646 peržiūrėjimo sąžiningos konkurencijos aspektu, siekiant įvertinti šiuo metu galiojančio draudimo prekiauti alkoholiniais gėrimais degalinėse nepagrįstumą

2021 m. birželio 15 d. buvo įregistruotas Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo pakeitimo projektas Nr. XIVP-646¹ (toliau – Įstatymo projektas), kuriuo siekiama, kad būtų peržiūrėti galiojantys alkoholinių gėrimų prekybos ribojimai, turint tikslą atitinkamus ribojimus liberalizuoti, t.y. esamus suvaržymus, tokius kaip laiko ribojimai, alkoholinius gėrimus galinčių įsigyti asmenų amžiaus ribojimai ir kt., sušvelninti. Pažymėtina, kad prekybos alkoholiu liberalizavimo klausimas, be kita ko, yra aktualus ir Lietuvos naftos produktais prekiaujančioms įmonėms, valdančioms degalinių su parduotuvėmis tinklus. Dėl šios priežasties Lietuvos naftos produktų prekybos įmonių asociacija (toliau – Asociacija) teikia šį prašymą Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijai (toliau – Ministerija) ir Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybai (toliau – Taryba) dėl alkoholinių gėrimų mažmeninės prekybos degalinėse draudimo peržiūrėjimo (toliau – Prašymas) bei įvertinimo sąžiningos konkurencijos aspektu.

I. Esamas teisinis reglamentavimas

Nuo 2016 m. sausio 1 d. Lietuvoje įsigaliojo teisinis reguliavimas, užkertantis kelią stacionarioms degalinėms, vykdančioms mažmeninės prekybos veiklą, prekiauti alkoholiniais gėrimais. Toks pakeitimas, įsigaliojęs minėtą dieną, atsirado 2011 m. gruodžio 23 d. Lietuvos Respublikos Seimui priėmus Alkoholio kontrolės įstatymo pakeitimo įstatymo projektą

¹ Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 2, 16, 17, 18, 18(1), 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo [įstatymo projektas](#).

Nr. XIP-744(4)². Nurodytas pakeitimas, kuriuo degalinės buvo išbrauktos iš leidžiamų prekiauti alkoholiniais gėrimais vietų sąrašo, Asociacijos požiūriu, kelia žemiau Prašyme nurodytas problemas.

II. Dėl pasikeitusios įstatymo leidėjo valios

Pirma, Asociacija atkreipia Ministerijos bei Tarybos dėmesį į šiai dienai galiojančią Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 (toliau – Įstatymas) redakciją³: pažymėtina, kad degalinės nėra paminėtos nei prie leidžiamų, nei prie draudžiamų prekiauti alkoholiniais gėrimais vietų sąrašo. Tokia susidariusi situacija teisės požiūriu yra komplikuoja ir įveda tam tikrą painiavą, nes pats Įstatymas struktūriškai yra sudarytas taip, jog jame tiesiogiai nurodyta, kam leidžiama ir kam draudžiama prekiauti alkoholiniais gėrimais. Šiame kontekste būtina akcentuoti Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo praktiką, kur jis yra konstatavęs, kad asmens ūkinės veiklos laisvė gali būti ribojama tik įstatymu (Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo 2009 m. spalio 8 d. nutarimas byloje Nr. 64/06 dėl nefasuotų naftos produktų prekybos licencijų⁴). Be to, Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas taip pat yra konstatavęs, kad norint išsiaiškinti įstatymo leidėjo valią reikia žiūrėti į aiškinamuosius raštus, kadangi šie yra pripažįstami tinkamu įstatymų leidėjo valios įrodymu bei jais yra remiamasi (pavyzdžiui, Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2013 m. kovo 28 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A-822-815-13⁵). Iš to, kas išdėstyta, darytina išvada, kad kyla keblumų ne tik dėl paties Įstatymo keliamų dviprasmybių, bet ir dėl įstatymų leidėjo valios išraiškos šaltinio – aiškinamojo rašto, nes pasikeitus valdančiajai koalicijai, akivaizdu, pakito ir įstatymo leidėjo valia – tai matyti iš įstatymų leidėjo siekio pakeisti Alkoholio kontrolės įstatymą bei liberalizuoti esamus prekybos alkoholiu suvaržymus.

Taigi, vertinant per įstatymo leidėjo valios prizmę, Asociacijai kyla klausimas: ar turint tikslą liberalizuoti prekybos alkoholiu ribojimus, t.y. juos švelninti, vis dar išlieka absoliutus draudimas degalinėms prekiauti alkoholiniais gėrimais? Ir jeigu visgi tokie draudimai išlieka, tai visų pirma, turėtų būti svarstomas tokių nepagrįstų, šiai dienai netekusių aktualumo bei pažeidžiančių sąžiningos konkurencijos laisvę draudimų panaikinimas.

III. Dėl degalinės sąvokos

Antra, kitas probleminis aspektas, susijęs su prekybos alkoholiniais gėrimais degalinėse klausimu yra tas, kad „degalinės“ sąvoka yra įtvirtinta tik Lietuvos Respublikos energetikos ministro įsakymu patvirtintose degalinių eksploatavimo taisyklėse⁶. „Degalinė“ apibrėžiama kaip „[...] specialiai įrengta teritorija su statiniais ir (ar) stacionariaisiais arba mobiliisiais įrenginiais skystiesiems degalams, suskystintoms naftos dujoms, suslėgtoms gamtinėms dujoms ir alternatyviems degalams (išskyrus suskystintas gamtines dujas) priimti, laikyti, perpilti į kelių transporto priemonių degalų bakus, kilnojamąsias talpyklas ir (ar) balionus.“ Asociacija pažymi,

² Alkoholio kontrolės įstatymo 2, 3, 18 ir 34 straipsnių pakeitimo ir papildymo [ISTATYMO PROJEKTAS](#). (Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo 2, 3, 18, 22, 34 straipsnių [pakeitimo ir papildymo įstatymas](#)).

³ Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės [įstatymas](#).

⁴ Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo nutarimas [byloje Nr. 64/06](#).

⁵ Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo nutartis [byloje Nr. A-822-825-13](#).

⁶ Dėl Degalinių eksploatavimo taisyklių patvirtinimo, [Nr. 1-37](#).

kad šiai dienai degalinė nebėra vieta, kur parduodami išimtinai tik degalai. Degalinė - tai ir parduotuvė, kurioje prekiaujama įvairaus pobūdžio prekėmis: maisto produktais, vietoje ruošiamu šiltu maistu, automobiliams, ir ne tik, skirtomis prekėmis, joje netgi galima sumokėti mokesčius ar gauti vartojimo kreditą. Dėl prekiavimo minėtomis prekėmis bei atitinkamų paslaugų teikimo, degalinės turi vadovautis tais pačiais teisės aktais bei atitikti tapačius reikalavimus, kurie taikomi ir parduotuvėms ir / ar maitinimo įstaigoms.

Atkreiptinas dėmesys, kad tokių, kaip apibūdinta aukščiau, prekybos vietų formatas/ pobūdis globaliai yra seniai žinomas bei pripažintas ir turi vis plačiau prigyjantį ir naudojamą pavadinimą - „convenience store“, kuris lietuviškai reikštų „patogi“ arba „greito apsipirkimo“ parduotuvė. Akivaizdu, kad minėtose degalinių eksploatavimo taisyklėse įtvirtinta „degalinės“ sąvoka neatitinka šių dienų realybės, ją reikėtų praplėsti ir suprasti ne tik kaip kompleksą statinių ir įrenginių, skirtų išimtinai degalams laikyti, transportuoti ir prekiauti, bet ir kaip mažmeninės prekybos vietą, tinkamą vykdyti prekybą įvairiais produktais. Asociacijos požiūriu, šiai dienai neturint įstatymo lygmeniu įtvirtintos platesnės bei realybei atitinkančios „degalinės“ sąvokos, kyla interpretavimo bei klaidingo teisės aktų aiškinimo problema.

IV. Dėl siekiamų tikslų

Asociacija taip pat atkreipia Ministerijos ir Tarybos dėmesį į tai, kad šiai dienai galiojantis Įstatymas draudžia vartoti alkoholį viešose vietose, taip pat numato draudimą fiziniams asmenims vartoti, laikyti ir gabenti alkoholio produktus atidarytoje pakuotėje automobilių salonuose. Be visa to, galiojančioje Lietuvos Respublikos saugaus eismo automobilių keliais įstatymo Nr. VIII-2043⁷ redakcijoje yra įtvirtintas draudimas vairuoti transporto priemonę, jeigu „iškvėptame ore, kraujyje, šlapime, seilėse ar kituose organizmo skysčiuose“ etilo alkoholio koncentracija vairavimo metu yra daugiau nei 0,4 promilės (išimtiniais atvejais 0 promilių). Taip pat Asociacija primena, kad nuo 2020 m. sausio 1 d. įsigaliojo Saugaus eismo automobilių keliais įstatymo Nr. VIII-2043 bei Lietuvos Respublikos administracinių nusižengimų kodekso pakeitimai⁸, susiję su antialkoholinio variklio užraktais, t.y. įtaisais, neleidžiančiais užvesti (paleisti) transporto priemonės variklio, jeigu transporto priemonės vairuotojo iškvėpto oro ėminyje aptinkama alkoholio, taip atitinkamai sprendžiant neblaivių vairuotojų klausimą. Taigi matyti, kad jau dabar egzistuoja techninės priemonės bei yra sukurtas atitinkamas mechanizmas, kurio dėka rizikos grupėje esantiems asmenims apribojama galimybė vairuoti apsvaigus nuo alkoholio.

Asociacija pažymi, kad išvardintomis priemonėmis yra pasiekiami pirminiai įstatymo leidėjo tikslai, t. y. mažinti visuomenėje suvartojamą alkoholio kiekį bei užtikrinti, kad neblaivūs vairuotojai nedalyvautų transporto priemonių eisme. Kiti draudimai, kaip antai draudimas prekiauti alkoholiniais gėrimais degalinėse, yra antrinio pobūdžio priemonės bei kelia neaiškumą tiek apibrėžtumo, tiek sąžiningos konkurencijos aspektais.

⁷ Lietuvos Respublikos saugaus eismo automobilių keliais [įstatymas](#).

⁸ Lietuvos Respublikos saugaus eismo automobilių keliais įstatymo Nr. VIII-2043 2 ir 24 straipsnių [pakeitimo įstatymas](#); Lietuvos Respublikos administracinių nusižengimų kodekso 27, 34, 420, 422, 423, 424 straipsnių pakeitimo ir Kodekso papildymo 31-1 ir 693 straipsniais [įstatymas](#).

V. Dėl sąžiningos konkurencijos principo pažeidimo

Kitas probleminis aspektas, kurį Asociacija prašo įvertinti šiuo Prašymu, yra galimas sąžiningos konkurencijos principo pažeidimas.

Degalinių atstovai jau anksčiau yra reiškę nuomonę, jog jų valdomos prekybos vietos patiria tam tikrą diskriminaciją, t.y. galiojantis alkoholio pardavimo draudimas degalinėse, išskiriant degalinių parduotuves kaip atskirą ūkio subjektų grupę, diskriminuoja atitinkamus ūkio subjektus. Kaip ir kitos parduotuvės, savo veikloje minėti ūkio subjektai vadovaujasi mažmeninę prekybą reglamentuojančiais teisės aktais, taisyklėmis ir licencijavimo reikalavimais. Vienintelis aspektas, kuriuo degalinių parduotuvės skiriasi nuo kitų mažmeninės prekybos įmonių, yra tas, kad jos, papildomai nei kitos mažmeninės prekybos įmonės, prekiauja degalais.

Šiuo metu galiojantis draudimas prekiauti degalinėse alkoholiniais gėrimais galimai pažeidžia Lietuvos Respublikos Konstitucijos 46 straipsnį ir kitus įstatymus, kuriais saugoma sąžiningos konkurencijos laisvė. Tokios pozicijos laikėsi ir Lietuvos Respublikos Konkurencijos taryba, kurios nuomone, draudimas, išskiriant vieną ūkio subjektą, pažeidžia lygios konkurencijos principus ir diskriminuoja mažmeninės prekybos vietas degalinėse, tokiu būdu suteikiant konkurencinį pranašumą kitiems ūkio subjektams. Konkurencijos taryba teigia, kad Konkurencijos įstatyme yra įtvirtintas „draudimas priimti teisės aktus ar kitus sprendimus, kurie teikia privilegijas arba diskriminuoja atskirus ūkio subjektus ar jų grupes“. Todėl draudimas prekiauti alkoholiniais gėrimais degalinėse „galimai sukuria ribojimus atitinkamoje rinkoje“ bei „gali prieštarauti ir šalies Konstitucijai, kuri taip pat saugo sąžiningos konkurencijos laisvę.“⁹ Be to, degalinėse įrengtos parduotuvės yra mažmeninės prekybos vietos, licencijuojamos ir prižiūrimos kaip visos įprastos parduotuvės, todėl draudimai iškreipia mažmeninės prekybos rinką, suteikdami išskirtines privilegijas prekybos centrams ir didžiosioms parduotuvėms.

Lietuvos laisvosios rinkos institutas (toliau – LLRI) dar 2015 m., teikiant nuomones bei pasiūlymus Lietuvos Respublikos Seimo ekonomikos komitetui dėl Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 18 straipsnio pakeitimo įstatymo projekto Nr. XIIP-2825, taip pat išsakė savo poziciją, abejodamas dėl sprendimo uždrausti prekybą alkoholiniais gėrimais degalinėse teisėtumo. LLRI reikšdamas pasiūlymus nurodė, kad: „*Stacionarios degalinės prekiauja ne tik degalais. Jose įrengtos prekybos vietos vykdo tokią pačią mažmeninę prekybą, kaip ir bet kokia kita mažmeninės prekybos parduotuvė. Tai reiškia, kad šie subjektai veikia toje pačioje rinkoje ir tarpusavyje konkuruoja. Uždraudus bet kokią prekybą alkoholiu degalinėse įrengtose prekybos vietose, kitoms mažmeninės prekybos vietoms būtų suteiktas nepagrįstas konkurencinis pranašumas, o degalinėse įrengtų prekybos vietų padėtis būtų dirbtinai pabloginama. Nėra pagrindo išskirti mažmeninės prekybos degalinėse iš kitų mažmeninės prekybos vietų.*“¹⁰

Taigi, po draudimų įsigaliojimo 2016 m. sausio 1 d. iki pat šios dienos, nei įstatymų leidėjas, nei ekspertai, nei Lietuvos Respublikos teismai nepateikė vieningo atsakymo, ar dabar galiojantys

⁹ Ekspertizė. Draudimas prekiauti alkoholiniais gėrimais degalinėse pažeis konkurencijos teisės principus. Lietuvos laisvosios rinkos instituto pastabos ir pasiūlymai Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-875 18 str. pakeitimo įstatymo projektui Nr. XIIP-2825, 2015-05-15; <http://www.llri.lt/naujienos/ekonomine-politika/konkurencija/ekspertizedraudimas-prekiauti-alkoholiniais-gerimais-degalinese-pazeis-konkurencijos-teises-principus/irinka>.

¹⁰ Papildomos komiteto išvados dėl Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 18 straipsnio pakeitimo [įstatymo projekto Nr. XIIP-2825](#).

ribojimai atitinka sąžiningos konkurencijos principus. Todėl šiuo Prašymu Asociacija ragina detalai peržiūrėti taikomus draudimus, kuriais ribojama prekyba alkoholiniais gėrimais degalinėse, ir į ribojimus švelninančių priemonių paketą įtraukti atitinkamas pataisas, susijusias su leidimu prekiauti alkoholiniais gėrimais degalinėse, numatant tokias pačias sąlygas, kokios yra taikomos ir kitoms mažmeninėms prekybos vietoms.

VI. Dėl esamo teisinio reguliavimo nenuoseklumo

Dar vienas svarbus aspektas, į ką Asociacija siekia atkreipti dėmesį, yra dvigubų standartų taikymas atitinkamoms lokacijoms ir degalinių alternatyvoms.

Asociacija pažymi, kad šiandien egzistuoja ne vien naftos produktų degalinės, bet ir stotelės, skirtos elektra varomiems automobiliams įkrauti, kurių skaičius nuolat didėja. Šiai technologijai vis labiau populiarėjant, natūralu, daugėja ir elektra varomų automobilių, kurių didėjantis skaičius atitinkamai lemia ir elektromobilių įkrovimo stotelių skaičiaus augimą visoje šalyje.

Šiuo aspektu matyti akivaizdi dvigubų standartų problema, nes tokioms elektromobilių įkrovimo stotelėms nėra taikomi jokie apribojimai dėl šalia jų esančių kitų įstaigų. Šios elektromobilių įkrovimo stotelės yra įrengtos miestuose, neretai – pačiuose jų centruose, taip pat autostradose, o šalia minėtų vietų įsikuria parduotuvės bei kavinės, kurios parduoda įvairaus pobūdžio prekes, įskaitant ir alkoholinius gėrimus. Kaip vieną iš pavyzdžių Asociacija pateikia Vilniuje, Vokiečių g. esančią elektromobilių įkrovimo stotelę. Ši stotelė yra apsupta mažiausiai septynių įstaigų, kuriose be jokių žymesnių apribojimų galima įsigyti alkoholio (pradedant maisto prekių parduotuve, baigiant barais ir specializuota alkoholio parduotuve). Įvertinus tai, kad elektromobilio įkrovimas trunka žymiai ilgiau nei degalų užsipylimas degalinėje, šiuo aspektu, siekiant tų tikslų, kurie deklaruoti uždraudus prekybą alkoholiu degalinėse, draudimai prekiauti alkoholiu aplink elektromobilių įkrovimo stoteles turėtų būti dar griežtesni nei degalinėse, tačiau esamas reguliavimas sukuria visiškai priešingas tendencijas elektromobilių įkrovimo stotelių atžvilgiu.

Svarbu akcentuoti, kad Lietuvos Respublikos alternatyviųjų degalų įstatymo 23 str. 10 d. numato, kad „Energetikos ministerija kartu su Susisiekimo ministerija parengia ir patvirtina elektromobilių naudojimo ir elektromobilių įkrovimo infrastruktūros plėtros veiksmų planą, kuriame turi būti numatyta: “[...] 5) rekomendacijos dėl platesnio elektromobilių naudojimo skatinimo ir elektromobilių įkrovimo prieigų įrengimo, kartu užtikrinant ir efektyviausią elektros energijos tinklų panaudojimą. [...]”]. To paties įstatymo 23 str. 16-17 d. numatyta, kad “16. Nuo 2023 m. sausio 1 d. visose statomose arba rekonstruojamose degalinėse turi būti įrengta bent viena viešoji didelės arba labai didelės galios elektromobilių įkrovimo prieiga. 17. Nuo 2023 m. sausio 1 d. visose statomose arba rekonstruojamose autobusų ir geležinkelio stotyse, oro uostuose ir jūrų uoste turi būti įrengta viešoji elektromobilių įkrovimo stotelė.”.

2015 m. Lietuvos Respublikos susisiekimo ministerija patvirtino gaires dėl elektromobilių įkrovimo infrastruktūros plėtros. Šių gairių V skyriuje “Viešųjų elektromobilių įkrovimo prieigų įrengimas savivaldybėse” savivaldybėms pateikiamos tokios rekomendacijos:

“[...] 20.1. įrengti viešąsias elektromobilių įkrovimo prieigas prie didžiausių traukos objektų (oro uostų, didelių prekybos centrų, mokymo įstaigų, kino teatrų, viešbučių, degalinių ir kt.), privataus ir viešojo transporto jungties automobilių stovėjimo aikštelėse (angl. Park and Ride) ir miesto teritorijos bendrajame plane apibrėžtoje centrinėje miesto dalyje; centrinėje

miesto dalyje automobilių stovėjimo aikštelėje, turinčioje ne mažiau kaip 10 stovėjimo vietų, rekomenduojama įrengti bent vieną viešąją elektromobilių įkrovimo prieigą; viešąsias elektromobilių įkrovimo prieigas rekomenduojama įrengti kuo arčiau pagrindinio įėjimo į pastatą; didėjant elektromobilių skaičiui, ne mažiau kaip 10 procentų visų centrinės miesto dalies automobilių stovėjimo vietų turėtų būti įrengtos viešosios elektromobilių įkrovimo prieigos ir išdėstytos ne didesniu kaip 300 metrų atstumu; savivaldybėms taip pat rekomenduojama jų automobilių stovėjimo aikštelėse ir (ar) automobiliams stovėti skirtose vietose įrengti bent po vieną viešąją elektromobilių įkrovimo prieigą;

20.2. įrengti viešąsias elektromobilių įkrovimo prieigas su centrine miesto dalimi besiribojančiose miesto dalyse, į kurias patenka mažieji prekybos centrai ir daugiabučių namų teritorijos; pirmiausia, rekomenduojama viešąsias elektromobilių įkrovimo prieigas įrengti prekybos centrų automobilių stovėjimo aikštelėse; rekomenduojama daugiabučių namų kiemų teritorijose arba kuo arčiau įėjimų į pastatus įrengti viešąsias elektromobilių įkrovimo prieigas, išdėstytas ne didesniu kaip 300 metrų atstumu; [...]

Statybos techninio reglamento STR 2.06.04:2014 „Gatvės ir vietinės reikšmės keliai. Bendrieji reikalavimai“ 107¹. dalis numato, kad: „Naujų gyvenamųjų ir negyvenamųjų bei rekonstruojamų, atnaujinamų (modernizuojamų) ar remontuojamų gyvenamųjų ir negyvenamųjų pastatų, jeigu pastate yra daugiau kaip dešimt automobilių stovėjimo vietų, turi būti įrengta bent viena elektromobilių įkrovimo prieiga ir kabelių kanalų infrastruktūra, elektros kabelių kanalai, kas penktoje automobilių stovėjimo vietoje, kad būtų galima vėliau įrengti elektromobilių įkrovimo prieigas [...].“

Kaip matyti, šiuo metu galiojančios teisės aktų nuostatos ne tik leidžia, bet ir skatina elektromobilių įkrovimo stotelių įrengimą *inter alia* ir prekybos centrų automobilių stovėjimo aikštelėse - „kuo arčiau pagrindinio įėjimo į pastatą“. Kadangi funkciškai ir savo paskirtimi elektromobilių įkrovimo stotelės yra degalinių atitikmuo – prekybai alkoholiu šalia jų esančiose prekybos vietose turėtų būti taikomi tokie patys reikalavimai kaip ir degalinių parduotuvėse, priešingu atveju, tai yra akivaizdi degalinių diskriminacija, nepagrįstai iškreipianti konkurencinę aplinką.

Be visa to, kas paminėta, šalia degalinių, kartais vos keliasdešimt metrų atstumu, įsikuria prekybos centrai, viešojo maitinimo įstaigos ir net specializuotos prekybos alkoholiu parduotuvės, kurioms nėra taikomi jokie apribojimai, t.y. šalia degalinių ir kitų kelių infrastruktūros objektų besikuriančioms įstaigoms netaikomi jokie papildomi prekybos alkoholiu reikalavimai, nors faktiškai į degalinę atvažiuavę klientai gali be jokių kliūčių įsigyti alkoholinių gėrimų iš šalia esančių prekybos vietų. Taip pat, turbūt akivaizdu, kad šalia didžiųjų prekybos centrų bei parduotuvių įrengtos didžiulės automobilių stovėjimo aikštelės beveik niekuomet nebūna tuščios, todėl argumentas, kad tik į degalines klientai atvažiuoja automobiliais, o į kitas prekybos vietas neva ne – skamba absurdiškai. Apibūdinta situacija draudimą alkoholiniais gėrimais prekiauti degalinėse daro paprasčiausiai neefektyviu.

Taigi, darytina išvada, kad dėl šiai dienai egzistuojančių degalinių alternatyvų bei patobulėjusių technologijų ir bei įvairių prekybos vietų išplitimo aplink degalines, būtina peržiūrėti nustatytus prekybos alkoholiu draudimus degalinėms, nes esamas teisinis reguliavimas nebeatitinka realybės, ir yra nepagrįstai diskriminuojantis.

VII. Esančios situacijos apibendrinimas

Apibendrinant visa tai, kas išdėstyta, Asociacija daro išvadą, kad dabartinė alkoholio ribojimo/ draudimo politika yra galimai nebeatitinkanti įstatymų leidėjo valios, taip pat yra pasenusi, nesuderinama su realia šiandienine situacija bei galimai pažeidžianti sąžiningos konkurencijos principą, todėl yra keistina.

Todėl Asociacija, atstovaudama savo narių interesus, šiuo prašo:

- 1) Alkoholio kontrolės įstatymo Nr. I-857 2, 16, 17, 18, 18(1), 22, 28 ir 29 straipsnių pakeitimo įstatymo projekto Nr. XIVP-646 peržiūrėjimo bei detalaus įvertinimo sąžiningos konkurencijos aspektu, kartu įvertinant ir dabar taikomą draudimą prekiauti alkoholiniais gėrimais degalinėse;
- 2) Įvertinti galiojantį draudimą prekiauti alkoholiniais gėrimais degalinėse šiame Prašyme nurodytų šiandienų realijų kontekste;
- 3) Priėmus išvadą, kad draudimas nebeatitinka dabartinių aktualijų ir /ar riboja sąžiningą konkurenciją, Alkoholio kontrolės įstatymo pakeitimo projekto Nr. XIVP-646 kontekste nurodyti, kad alkoholiniais gėrimais leidžiama prekiauti visose prekybos vietose, turinčiose atitinkamą licenciją, įskaitant ir degalines, tuo sukuriant vienodas konkurencines sąlygas mažmenine prekyba užsiimančioms prekybos vietoms.

Asociacija, siekdama efektyvaus ir konstruktyvaus bendradarbiavimo, siūlomą Įstatymo projekto papildymą ir šiame rašte išdėstytus komentarus bei pasiūlymus sutinka aptarti bendrame susitikime. Susitikimo metu Asociacija galėtų detaliai išdėstyti šiame Prašyme nurodytą problematiką ir betarpiškai atsakyti į visus kylančius klausimus.

Pagarbiai,



Emilis Cicėnas
Asociacijos prezidentas