

Ο ορισμός των οινοπνευματωδών ποτών στην κυπριακή νομοθεσία παρατίθεται στον περί Πώλησης Οινοπνευματωδών Ποτών Νόμο Κεφ. 144 Άρθρο 2, και είναι ο ακόλουθος:

«Οινοπνευματώδη ποτά» σημαίνει οινοπνεύματα και οινοπνευματούχα ποτά οποιασδήποτε περιγραφής τα οποία είναι κατάλληλα ή προτίθενται ή τα οποία μπορούν με οποιοδήποτε τρόπο να μετατραπούν προς χρήση ως ποτά και περιλαμβάνει οινοπνεύματα, οινοπνευματούχα ποτά, οίνους, ελαφρό ξανθό ζύθο, ζύθο, ισχυρό μαύρο ζύθο, μελαψό ζύθο και μηλίτη οίνο αλλά δεν περιλαμβάνει μεθυλικά οινοπνεύματα».

Το παράρτημα που ακολουθεί αφορά την επικοινωνία όλων των οινοπνευματωδών ποτών *πλην του ζύθου* για το οποίο υπάρχει ξεχωριστό παράρτημα. Το παράρτημα δεν αφορά σε διαφημίσεις για την προαγωγή της υπεύθυνης κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών.

1. Κατάχρηση

Οι διαφημίσεις οινοπνευματωδών ποτών πρέπει να είναι κοινωνικά υπεύθυνες και να μην περιλαμβάνουν οτιδήποτε ενδέχεται να οδηγήσει σε υιοθέτηση ανεύθυνων τρόπων κατανάλωσής τους.

- 1.1 Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να ενθαρρύνουν ή να παραβλέπουν υπερβολική ή ανεύθυνη κατανάλωση, ούτε να παρουσιάζουν την αποχή ή την μετριοπάθεια με οποιονδήποτε αρνητικό τρόπο.
- 1.2 Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να παρουσιάζουν άτομα που φαίνονται μεθυσμένα ή να υποδηλώνουν με οποιονδήποτε τρόπο ότι η μέθη είναι αποδεκτή.
- 1.3 Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να παρουσιάζουν, να υπονοούν, να ενθαρρύνουν ή να υποδηλώνουν οποιαδήποτε σχέση με βίαια, επιθετική, παράνομη, επικίνδυνη ή αντικοινωνική συμπεριφορά.
- 1.4 Οι διαφημίσεις πρέπει να αποφεύγουν τη δημιουργία αίσθησης αποδοχής της κουλτούρας ναρκωτικών ή των παράνομων ναρκωτικών, και γενικότερα οποιαδήποτε σύνδεση ή αναφορά στα παραπάνω.
- 1.5 Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να παρουσιάζουν την κατανάλωση αλκοόλ ως πρόκληση.
- 1.6 Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να παρουσιάζουν σερβίρισμα οινοπνευματωδών ποτών με ανεύθυνο τρόπο.

2. Ανήλικοι (κάτω των 18 ετών)

- 2.1 Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να απευθύνονται σε ανήλικους ούτε να δείχνουν ανήλικους να καταναλώνουν οινοπνευματώδη ποτά.
- 2.2 Τα άτομα τα οποία παρουσιάζονται να καταναλώνουν οινοπνευματώδη ποτά στις διαφημίσεις ή να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο δεν πρέπει να είναι ή να φαίνονται κάτω των 21 ετών, ούτε

και να συμπεριφέρονται ως έφηβοι. Στις διαφημίσεις μπορούν να μετέχουν και άτομα κάτω των 21 ετών, π.χ. στο πλαίσιο οικογενειακού εορτασμού, αλλά θα πρέπει να είναι σαφές ότι δεν καταναλώνουν αλκοόλ.

- 2.3 Οι διαφημίσεις δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούν αντικείμενα, εικόνες, στίλ, σύμβολα, χρώματα, μουσική και χαρακτήρες (πραγματικούς ή πλασματικούς, συμπεριλαμβανομένων χαρακτήρων κινούμενων σχεδίων ή προσωπικοτήτων π.χ. γνωστούς αθλητές) πρωτεύουσας έλξης για ανήλικους.
- 2.4 Οι διαφημίσεις δεν θα περιλαμβάνουν ταύτιση με μάρκες όπως ονόματα, λογότυπα, παιχνίδια, εξοπλισμό παιχνιδιών ή άλλα αντικείμενα πρωτεύουσας έλξης για ανήλικους.

3. Κατανάλωση ποτών και οδήγηση

Οι διαφημίσεις δεν θα υποδηλώνουν ότι η κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών είναι αποδεκτή πριν ή κατά την οδήγηση μηχανοκίνητων οχημάτων οποιουδήποτε τύπου, συμπεριλαμβανομένων των ταχύπλων σκαφών, τζετ σκι, σκούτερ χιονιού και αεροπλάνων.

4. Επικίνδυνες δραστηριότητες, εργασιακός χώρος και αναψυχή

Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να υποδηλώνουν ότι η κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών είναι αποδεκτή πριν ή κατά τον χειρισμό δυνητικά επικίνδυνων μηχανημάτων, ούτε και πριν ή κατά την εκτέλεση οποιασδήποτε δυνητικά επικίνδυνης δραστηριότητας για σκοπούς αναψυχής ή εργασίας.

Οι διαφημίσεις μπορεί να παρουσιάζουν την κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών σε εργασιακούς χώρους μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις.

5. Θέματα Υγείας

- 5.1 Οι διαφημίσεις δεν θα ισχυρίζονται ότι τα οινοπνευματώδη ποτά μπορούν να έχουν θεραπευτικές ιδιότητες και ότι η κατανάλωσή τους μπορεί να βοηθά την πρόληψη, αγωγή ή θεραπεία οποιασδήποτε ανθρώπινης πάθησης.
- 5.2 Όπου επιτρέπεται από το νόμο, οι διαφημίσεις που χρησιμοποιούν αληθείς, ακριβείς και τεκμηριωμένες πληροφορίες σχετικά με τους υδατάνθρακες, τις θερμίδες ή άλλο θρεπτικό συστατικό μπορεί να είναι κατάλληλες σε ορισμένες περιπτώσεις. Δεν επιτρέπεται όμως η διατύπωση ισχυρισμών για τη βελτίωση της υγείας ή της φυσικής κατάστασης, ούτε και ισχυρισμοί για τον έλεγχο βάρους του σώματος.

6. Εγκυμοσύνη

Οι διαφημίσεις δεν θα παρουσιάζουν έγκυες γυναίκες να καταναλώνουν οινοπνευματώδη ποτά και δεν θα απευθύνονται σε έγκυες γυναίκες.

7. Περιεκτικότητα σε οινόπνευμα

- 7.1 Οι διαφημίσεις δεν θα δημιουργούν καμία σύγχυση ως προς τη φύση και τη δύναμη των οινοπνευματωδών ποτών.
- 7.2 Οι διαφημίσεις μπορούν να παρουσιάζουν πληροφορίες σχετικά με την περιεκτικότητα σε οινόπνευμα ενός ποτού, αλλά δεν θα πρέπει να αναδεικνύουν την υψηλή περιεκτικότητα σε οινόπνευμα ως κυρίαρχο θέμα σε οποιαδήποτε διαφήμιση ή υλικά επικοινωνίας της μάρκας, ούτε και να υπονοούν ότι ένα ποτό θα πρέπει να προτιμάται λόγω της υψηλής περιεκτικότητάς του σε οινόπνευμα.
- 7.3 Ποτά με χαμηλή περιεκτικότητα σε οινόπνευμα μπορεί να παρουσιάζονται ως προτιμητέες επιλογές λόγω της ιδιότητάς τους αυτής. Ταυτόχρονα όμως, οι διαφημίσεις δεν θα πρέπει να υποδηλώνουν ή να υπονοούν με κανένα τρόπο ότι με την κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών χαμηλής περιεκτικότητας σε οινόπνευμα αποτρέπεται η κατάχρηση.

8. Επιδόσεις

Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να δημιουργούν την εντύπωση ότι η κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών αποτελεί προϋπόθεση ή ενισχύει τις διανοητικές ικανότητες (π.χ. για ενασχόληση με δραστηριότητες που απαιτούν συγκέντρωση) ή τις φυσικές επιδόσεις (π.χ. για καλύτερη απόδοση στον αθλητισμό).

9. Κοινωνική επιτυχία

Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να ισχυρίζονται ή να υπονοούν ότι η κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών είναι προϋπόθεση για κοινωνική αποδοχή, επιτυχία, αυτοπεποίθηση, δημοτικότητα ή προϋπόθεση για την επιτυχία μιας προσωπικής σχέσης ή κοινωνικής εκδήλωσης. Επίσης δεν πρέπει να ισχυρίζονται ή να υπονοούν ότι η κατανάλωση οινοπνευματωδών είναι απαραίτητη ή έχει προτεραιότητα στη ζωή, ούτε και ότι βοηθά ώστε να ξεπεραστεί η ανία, η μοναξιά ή άλλα συναφή προβλήματα.

Καθίσταται σαφές ότι είναι επιτρεπτή η παρουσίαση υπεύθυνης κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών στο πλαίσιο μιας κοινωνικής δραστηριότητας π.χ. κατανάλωση ενός ποτού με φίλους σε μια βραδινή έξοδο.

10. Σεξουαλική επιτυχία

Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να υποδηλώνουν ότι η κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών ενισχύει τις σεξουαλικές ικανότητες, την ελκυστικότητα ή οδηγεί σε σεξουαλικές σχέσεις.