

# TRICOLORISTA HEIJASTUVAT NYT HYVÄN ELÄMÄN SÄVYT

LEENA WARSELL

Terveystietoisuuden nousu tuo ryhtiä ranskalaiseen alkoholikulttuuriin. Kulutus on laskenut tasaisesti viidentoista viime vuoden ajan. Se on lähes puoliintunut 20 litran tienoilla liikkuneista huippulukemista nykyiseen 11,9 litraan (absoluuttista alkoholia asukasta kohden). Kaikki ikäryhmät ovat näissä terveystalukoissa mukana, mutta eniten kuitenkin nuoret, jotka ovat löytäneet alkoholikäytännästä oivallisen keinon erottautua vanhemmasta sukupolvesta. Kulutuksen lasku kirpaisee ranskalaista tuottajaa ja viininviljelijää, mutta tuottaa suurta tyydytystä terveydenhuollon menoista vastaaville. Yhä harvemmin alkoholi on enää mukana päivittäisessä elämisen arjessa. Ruokajuoma korvautuu vesillä ja juomiskerrat harvenevat. Ranskalainen on löytämässä laatua elämäänsä alkoholin kulutusta vähentämällä päinvastoin kuin esimerkiksi me suomalaiset, jotka liberalisointihuumassa uskomme sen löytyvän kulutuksen lisäämisestä. Sen kerran, kun ranskalainen sitten tarttuu lasiin, hän tekee sen laadukkaasti. Halvat ruokaviinit ovat saaneet väistyä laatuviinien tieltä ja ulkomaiset mallasviskit ovat ajamassa ohi kotimaisten väkevien. Viskimainokset tuntuvatkin osuvan silmiin kaikkialta sieltä, missä nyt sitten enää mainonta on sallittua.

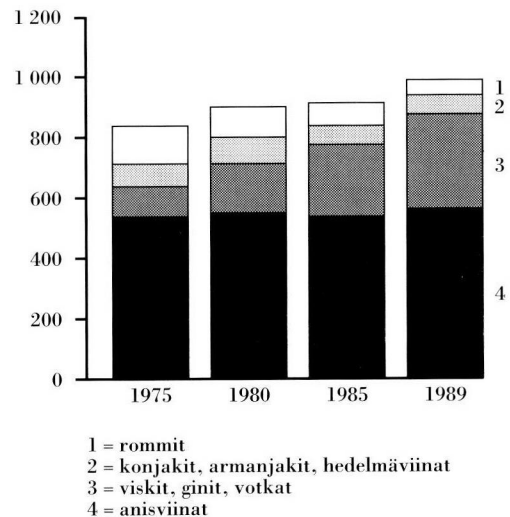
Autoja ja vauhtia palvovan ranskalaisen on ollut pakko myös sopeutua yhä tiukkenevaan liikennekuriin, joka armotta noukkii kaikki yli 0,7 promillea puhaltaneet rangaistaviksi. Myös rangaistukset ovat koventuneet vuosi vuodelta. Tästä huolimatta alkoholi on osalli-

senä noin 40 prosentissa kaikista tieliikenneonnettomuuksista.

## "VÄHEMMÄN, MUTTA HYVÄÄ"

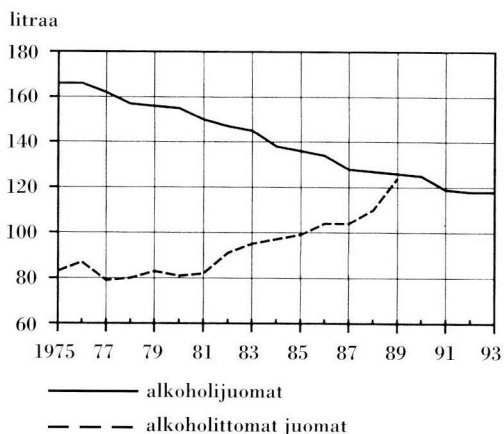
Tuoteryhmäkohtainen viinien tarkastelu paljastaa selkeästi, miten laatuviinit (viralliset luokat AOC ja VDQS) ovat vain nostaneet suhteellista markkinaosuuttaan. Kun niiden osuus kulutuksesta vuonna 1975 oli 22 pro-

*Kuvio 1. Väkevien alkoholijuomien kulutus Ranskassa vuosina 1975, 1980, 1985 ja 1989, miljoonaa hehtolitraa absoluuttista alkoholia*



*Lähde: Les indicateurs..., 1992*

Kuvio 2. Alkoholijuomien kokonaiskulutus verrattuna alkoholittomien juomien kulutukseen Ranskassa, litraa asukasta kohden



Lähde: Les indicateurs..., 1992

senttia, se oli jo 27 prosenttia vuonna 1989. Samaan aikaan arkiviinien (vins courants) osuus putosi 23:sta 11 prosenttiin.

Väkevien kulutus on ollut nousujohteinen. Kulutuksen kysyntä on kohdistunut viskeihin, votkaan ja giniin. Kotimaiset (konjakki, calvados sekä anisviinat) ovat menettäneet jonkin verran markkinaosuuttaan vuosien 1975 ja 1989 välillä, eniten kuitenkin rommit (kuvio 1).

Varsinainen markkinavoittaja on ollut alkoholittomien juomien ryhmä, sillä se on kaksinkertaistanut kulutusosuutensa (2,6 litrasta 5,4 litraan asukasta kohden) vuosien 1980 ja 1989 välillä (ks. kuvio 2). Näin on tapahtunut siitäkin huolimatta, että alkoholittomien juomien hinnat ovat kohonneet kyseisinä vuosina nopeammin kuin alkoholipitoisten juomien,

joiden hinnat taas puolestaan ovat kohonneet hitaammin kuin elintarvikkeiden (Les indicateurs..., 1992).

#### ”LOI EVIN” – EUROOPAN TIUKIN MAINONTALAKI

Terveysministeri Claude Evin sääti hallituskaudellaan ranskalaisille yhden Euroopan tiukimmista mainoslaeista. Se tuli voimaan kahdessa osassa, vuosina 1991 ja 1993 (Alcoholic beverage..., 1992).

Laki koskee kaikkia 1,2 tilavuusprosentin rajan ylittäviä alkoholipitoisia juomia. Se kieltää kokonaan alkoholimainonnan TV:ssä ja urheilutapahtumissa. Se ei myöskään salli alkoholiyhtiöiden sponsoroivan urheilutapahtumia. Mainonta sallitaan vain aikuisille suunnatuissa lehdissä sekä radiokanavilla sovitettuun aikaan päivästä, joissakin erityistapahtumissa sekä mm. viinitiloilla ja -museoissa. Yksi kiistanalaisimpia kohtia on ollut käsite ”tuotantovyöhyke”, jossa mainonta myös sallitaan (Craplet 1993). Lain vastustajat ovat esittäneet, että tuotantovyöhykkeellä voitaisiin tarkoittaa koko maata ja näin vesitetettäisiin koko laki. Toistaiseksi laki on pitänyt, vaikka siitä käydään jatkuvasti kiistaa mm. parlamentissa (The Evin law..., 1994).

Laki määrittelee tarkkaan mainosten sisällön. Tuottajat kritisoivatkin tarkkoja säädöksiä heti aluksi toteamalla, että ”emmehän me enää voi edes julkisesti kertoa, että alkoholia voi juoda” (After Evin, 1992). Ei ole ihme, että laista jatkuvasti kiistellään, sillä viinien mainoskulut tippuivat 39 prosenttia kolmen ensimmäisen kuukauden aikana vuonna 1991 verrattuna vuoteen 1990 (Major markets, 1992).

Sallitun ja kielletyn raja on veteen piirretty, mutta varsin pikkutarkka viiva myös ranskalaisille mainostajille. Suurin ero suomalaisen mainoslainsäädäntöön on se, että Evinin laki asettaa jo lähtökohdiltaan mediat eri asemaan sekä säätää hyvin tarkasti jopa mainosten koon. Radiomainonnan salliminen vain määrättyinä vuorokauden aikoina perustuu koulujen aikatauluun. Mainonta on sallittua vain niinä aikoina, jolloin kouluikäiset lapset ovat kouluissa eivätkä todennäköisesti kuuntele radiota ja sen turmiollista mainontaa.

*Tammikuun 1993 alusta lukien Ranskan mainoslaki ("Evinin laki") sai seuraavat täydentävät säädökset ja ohjeet:*

### **Tiedotusvälineet**

- Kaikki televisiomainonta on kielletty
- Radiomainonta on kielletty joka päivä klo 17–24 ja sallittu ainoastaan keskiviikkoisin klo 12:n ja 7:n välillä
- Mainonta elokuvateattereissa on kokonaan kielletty

### **Julisteet**

*Sallittu kaupunkialueilla:*

- ulkojulisteet, jotka ovat pinta-alaltaan enintään 6 neliometriä
- metroasemilla
- seinillä, joissa jo on (pysyvästi) tuottajan nimi

*Kielletty kaupunkialueilla:*

- valomainokset
- mainostaminen omakotialueella, kioskeissa tai bussipysäkeillä
- mitkä tahansa mainokset, jotka ovat rautatieasemien tai lentokenttien sisäpuolella

*Sallittu kaupunkien ulkopuolella:*

- tiedotustaulut, esim. "viinitila 100 metriä vasemmalle"
- 12:ta neliometriä pienemmät mainoskilvet, joissa on koristemaalauksia ja tietoa tuotantoalueesta

*Kielletty:*

- viinitarhojen tuotteiden maistamista suosittelevat mainostaulut

### **Sponsorointi**

- Sponsorointi on kokonaan kielletty 1.1.1993 lähtien joitakin pieniä poikkeuksia lukuun ottamatta. Sponsorilla on edelleen mahdollisuus osallistua ei-kaupallisten kulttuuritapahtumien tukemiseen

### **Myynninedistämistoiminta**

*Sallittu:*

- mietojen alkoholijuomien maistelu "tässä ja nyt" (siihenkin tarvitaan lupa)

*Lähde:* European Association of Advertising Agencies (EAAA)

- valtateiden ja suurempien teiden varrella tapahtuva maistelu
- elintarvikeliikkeiden ruokaosastojen mainonta
- enintään 3,5 neliömetrin kokoiset mainosjulisteet sisällä ravintoloissa, myynti-osastoilla sekä anniskeluluvan saaneissa kahviloissa
- mainos- ja esittelytelineet myyntipisteiden pöydillä sekä tiskeillä
- keräilijöitä varten tehty juliste- ja muu koriste-materiaali
- ravintoloiden terassien aurinkovarjoissa oleva teksti tai merkki
- niiden kauppojen sekä sisä- että ulkotiloissa, joiden pääasiallisena tarkoituksena on myydä alkoholijuomia, voidaan pitää esillä julisteita, jotka esittävät juomien kaatamista pullosta lasiin

*Kielletty:*

- väkevien alkoholijuomien maistelu
- tavaratalojen kovaäänisten kautta mainostaminen
- huoltoasemilla mainostaminen
- ravintoloiden tai lisenssikahtiloiden tuoleissa ja pöydissä mainostaminen
- asiakasryhmille ilmaiseksi lähetetyt tai myyntiin tarkoitetut myynninedistämistuotteet

### **Ulkomainonta ja kuljetukset**

- Pääsääntöisesti kielletty, paitsi alkoholiteollisuuden käytössä olevissa kuljetusvälineissä; vain tuote-etikettien näkyminen sekä tuottajan nimi ja osoite ovat sallittuja

### **Postitus**

- Mainonta on pääsääntöisesti kielletty, paitsi lueteloissa, esitteissä ja tiedotteissa tai tuottajien, valmistajien, maahantuojien tai jälleenmyyjien siihen toimintaan luvan saaneina myynninedistämiseen tarkoitetuissa lomakkeissa siinä laajuudessa kuin mainonta on muuten sallittua

### **Kauppan ilmoituskilvet**

- Kaikki 1.1.1993 jälkeen luodut alkoholijuomien merkkeihin perustuvat uudet ilmoituskilvet on kielletty

Mainos saa sisältää vain tuotetiedot (vahvuus, alkuperämaa, koostumus, tuotantotapa ja käyttötarkoitus) ja jokaisessa mainoksessa on oltava varoitusmerkintä ”alkoholin väärinkäyttö vaarantaa terveytesi – käytä kohtuullisesti”. Lain rikkoja voidaan tuomita vankilaan (kahdesta kuukaudesta kahteen vuoteen) tai maksamaan sakkoja aina 500 000 frangiin saakka (Guerin 1989). Näin pistettiin ranskalaiset täyteen holhoukseen, kansakunta, jolle ”ateria ilman viiniä ei ole mikään kunnan ateria ja jonka laulut päättyvät aina sanoihin... a boire” (juokaamme) (Alcool, 1989).

#### MISTÄ MOINEN TIUKKAPIPOISUUS?

Lain syntyhistoria on pohjoismaisittain mielenkiintoinen. Kun alkoholin televisiomainonta vuonna 1987 aiottiin vapauttaa, asiasta käytiin kiivas keskustelu lehdistössä. Siitä kiinnostuivat myös viisi lääketieteen professoria (Dubois, Got, Grémy, Hirsch ja Tubiana). He koostivat asiasta raportin, jossa he totesivat, että vaikka esimerkiksi Ranskassa on Euroopan suurin AIDS-ongelma, alkoholin ja tupakan aiheuttamat sairaudet ovat mittasuhteiltaan sittenkin suurin ehkäistävissä oleva kansanterveysongelma. ”Hoito ei enää voi olla lääketieteen yksinomainen tapa vastata sairauksiin, tarvitaan niiden ehkäisyä. Sitä ei voida toteuttaa vain lääketieteen keinoin, vaan tarvitaan yleisiä yhteiskuntapoliittisia toimenpiteitä.”

Raportti ei kuitenkaan heti johtanut lakiehdotukseen. Ryhmä sai kuitenkin taakseen kaikkien lääketieteellisten tiedekuntien dekaanit, kaksi lääketieteen nobelistia ja Ranskan Akatemiassa lääketiedettä edustavan Claude Bernardin. Myös tavallisen kansan mitta oli täynnä viinalla pelehtimistä: gallupit osoittivat ylivoimaisen enemmistön kannattavan mainontarajoituksia. Näin syntyi ”loi Evin”, joka tuli voimaan tammikuussa 1991 (Sulkunen 1993). Lain sisällöstä käytiin kuitenkin pitkään väittelyä ja esimerkiksi terveysalan asiantuntijoiden näkemykset poikke-

sivat toisistaan. ”Osa oli sitä mieltä, että säästyviä mainoskuluja pitäisi osoittaa tutkimukseen ja valistukseen”, totesi lainsäädäntöneuvos Laurence Nart vuoden 1991 syksyllä häntä haastatellessani. Hän totesi myös, että tupakkalakia oli huomattavasti helpompi säätää kuin alkoholilakia. Vastaavia kokemuksia lieinee suomalaisillakin virkaveljillä.

#### KUKA JUO JA MITÄ?

Päivittäin alkoholia juovien määrät ovat vähentyneet kaikissa ikäryhmissä sekä miesten että naisten keskuudessa. Eniten kulutustaan ovat vähentäneet nuoret ja alle 35-vuotiaat. Vuonna 1990 kaikista ranskalaisista joi päivittäin vain 27 prosenttia ja viikoittain 57 prosenttia. Viidennes joi harvemmin kuin kerran kuukaudessa ja 14 prosenttia oli täysin raittiita (täsmälleen saman verran kuin Suomessa vuoden 1992 juomatapatutkimuksen mukaan). Ylimmät sosiaaliryhmät juovat suhteessa eniten, olivat sitten kyseessä oluet, viinit tai väkevät. Mielenkiintoista on havaita, että väkevät ovat alkaneet maistua myös alle kolmekymppisille naisille, sillä 18–24-vuotiaista naisista peräti 60 prosenttia ilmoitti juoneensa väkeviä vuoden 1990 aikana. Koko väestöstä oli viimeksi kuluneen vuoden aikana juonut väkeviä lähes joka toinen mies (39 %) ja neljäsosa naisista (26 %). Väkevien juomien osuus oli vuonna 1990 jo viidennes (19,7 %) alkoholin kokonaiskulutuksesta (Eurodata, 1991).

#### NUORTEN MIESTEN ESIMERKKI

Nuorista, keskimäärin 20-vuotiaista miehistä 18 prosenttia ei ollut koskaan ollut humalassa elämänsä aikana ja vain 27 prosenttia oli ollut humalassa useita kertoja vuodessa. Tämä käy ilmi vuonna 1989 tehdystä laajasta 5 000 hengen otokseen perustuvasta tutkimuksesta, joka tehtiin asepalvelukseen kutsutuille nuorille miehille. Vertailun vuoksi mainittakoon,

että heistä joka kolmas ei tupakoinut ja neljä prosenttia ilmoitti käyttävänsä huumeita melko säännöllisesti.

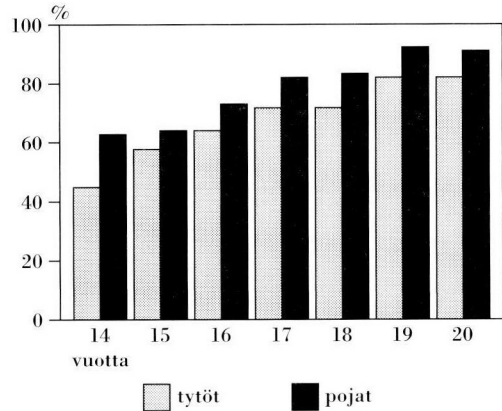
Nuorilta kysyttiin myös asenneväittämien avulla syitä siihen, miksi he eivät juo alkoholia. Vastaajista 80 prosenttia oli täysin tai lähes samaa mieltä siitä, että ”alkoholi on vaarallista terveydelle”, ja 70 prosentin mielestä ”alkoholi oli liian kallista” tai ”se ei sopinut yhteen urheiluharrastuksen kanssa”. Joka toinen (50 %) ilmoitti, ”ettei juominen ole oikein sopivaa”, ja joka viides (20 %) ei yksinkertaisesti vain pitänyt alkoholin mausta (Hourlier 1990).

#### NUORET TYTÖT TUPAKOIVAT, POJAT JUOVAT

Vuonna 1992 tehtiin laaja Midi-Pyreneitten alueen nuorisotutkimus, jossa oli mukana kaikkiaan 2 500 14–18-vuotiaasta nuorta 118 581 samanikäisen nuoren perusjoukosta. Siinä selvitettiin nuorten terveystietoisuutta urheiluharrastuksen, lääkkeiden käytön (mm. doping), tupakoinnin ja alkoholin käytön suhteen. Ilmeni, että alkoholin käyttö on maskuliininen ja iän mukana lisääntyvä tapa, kun taas tupakointi on nuorten naisten mieleen. Koko joukosta tupakoi 35,2 prosenttia tytöistä ja 30,9 prosenttia pojista. Aikaisempiin selvityksiin verrattuna naisten ja tyttöjen säännöllinen tupakointi on tutkijoiden mukaan lisääntynyt huomattavasti vuodesta 1977 (n. 20 %).

Samasta 2 500 nuoren joukosta vain 8,3 prosenttia ilmoitti juovansa säännöllisesti. Heistä 156 oli poikia ja 43 tyttöä. Poikien juominen kolminkertaistui 16 ikävuodesta 18 ikävuoteen, tytöillä vain kaksinkertaistui. Valtaosa tutkitusta joukosta juo vain silloin tällöin (kuvio 3). Luku hieman vaihtelee eri juomalajien kohdalla. Vajaa puolet 14–18-vuotiaista (44,7 %) ei juo koskaan (ei edes aterialla) sen paremmin viiniä kuin oluttaakaan. Hieman vähemmän (!) eli 39,2 prosenttia vastasi, etteivät he juo koskaan väkeviä (= aperitiiveja ja digestiivejä, kuten kysymys

Kuvio 3. Alkoholijuomien kulutus säännöllisesti tai silloin tällöin ranskalaisilla 14–20-vuotiailla nuorilla, %



Pylväät kuvaavat ikäluokittain niitä, jotka vastasivat juovansa silloin tällöin tai säännöllisesti (ilman tarkempaa määrittelyä). On huomattava, että valtaosa nuorista kuului luokkaan ”silloin tällöin” ja että vain pieni vähemmistö vastasi juovansa säännöllisesti.

Lähde: Turblin & Talazac 1992

kuului). Viiniä tai olutta joi 14–18-vuotiaista pojista säännöllisesti joka kymmenes (9,5 %), tytöistä selvästi harvempi (3,7 %). Väkeviä juodaan lähes yhtä vähän (tai paljon) kuin mietojakin: 8,4 prosenttia pojista ja 1,6 prosenttia tytöistä. Tutkimuksessa ei ole määritetty juomisen säännöllisyyttä, ja sen vastaaja on voinut tulkita pääasiassa joko päivittäiseksi tai viikoittaiseksi. Siinä ei myöskään kysytty humalajuomista, tuota pohjoismaisittain niin tärkeää muuttujaa. Tutkijat vertaavatkin tuloksia niihin selvityksiin, joissa säännöllisyys on määritetty tarkemmin eli vähintään yhdeksi lasilliseksi päivässä. Esimerkiksi Rhône-Alpes’in alueella vuonna 1988 tehty 10–20-vuotiaita (2 100 nuoren otos) koskeva tutkimus osoittaa, että tästä joukosta vain 4,4 prosenttia joi vähintään lasillisen päivässä jotain alkoholiuomaa ja 31,1 prosenttia ei juonut koskaan alkoholia. Viiniä joi säännöllisesti päivittäin 1,5 prosenttia ja silloin tällöinkin

Taulukko 1. Suurkuluttajien prosenttiosuudet iän ja sukupuolen mukaan vuosina 1980 ja 1986

ikäryhmä	miehet		naiset	
	1980	1986	1980	1986
-20	4,5	2,3	0,7	0,9
20-24	11,2	7,2	0,8	0,8
25-34	19,4	17,5	2,1	1,4
35-44	24,5	24,5	3,6	0,9
45-54	29,7	26,8	2,1	2,6
55-64	25,2	22,7	2,6	1,7
65-74	19,5	20,7	1,7	0,8
75-	14	11	0,7	0,6

Lähde: Les indicateurs..., 1992

vain 31,0 prosenttia, joten viininviljelijöillä ei taida olla syytä kotimaiseen riemuun edes tulevina vuosina.

P. Turblin ja L. Talazac (1992) poimivat urheilua ja liikuntaa harrastavat nuoret ja totevivat, että nämä nuoret polttivat tuntuvasti vähemmän kuin muut mutta joivat alkoholia yhtä paljon tai jopa enemmän kuin muut. Miellenkiintoinen tieto on se, että peräti joka kymmenes koko joukosta ilmoitti ”varmasti tai melko varmasti” käyttäneensä suorituskykyä lisääviä kiellettyjä lääkeaineita.

#### KIRROOSIN KIROUS HELLITTÄÄ

Vaikka alkoholia juodaan entistä vähemmän ja epäsäännöllisemmin, löytyy maasta melkoinen joukko suurkuluttajia ja alkoholiongelmaisia. Alkoholiongelmaisia naisia lasketaan olevan noin 700 000 ja miehiä nelinkerertainen määrä, siis lähes kolme miljoonaa. On laskettu, että vuosittain menettää henkensä alkoholin vuoksi joko suoraan tai välillisesti noin puoli miljoonaa kansalaista eli 0,5 prosenttia koko väestöstä. Alkoholin aiheuttamiin sairauksiin sekä työ- ja liikennetapaturmiin lasketaan kuluvan laskutavasta riippuen noin 2–5,5 miljardia frangia (Vinay 1991).

Suurkuluttajien (5 lasillista tai enemmän päivittäin) määrä on pudonnut vuosien 1980

ja 1986 välillä lähes kaikissa ikäryhmissä, kuten taulukko 1 osoittaa. Eniten ovat vähentäneet juomistaan alle 24-vuotiaat miehet. Sen sijaan 25–34-vuotiaista joka neljäs on koko ajanjakson juonut niin runsaasti, että he ovat täyttäneet suurkuluttajan kriteerit (Les indicateurs..., 1992).

Alueelliset erot ovat suuria, vähiten juodaan Pariisissa ja sen lähiympäristössä, eniten maan pohjoisosissa (Picheral 1990). Kulutuksen laskun myötä haittatilastot ovat myönteistä luettavaa. Vuodesta 1975 vuoteen 1990 sekä naisten että miesten maksakirroosiluvut ovat puolittuneet; vain vajaat 10 000 ranskalaista kärsi enää tästä kansallissairaudesta vuonna 1990. Vuodesta 1990 vuoteen 1995 ennustetaan maksakirroosikuolemien vähentyvän esimerkiksi ranskalaisilla naisilla saman verran (21,2 %) kuin ne lisääntyvät suomalaisilla (21,1 %). Miesten osalta pudotus on vielä rajumpi (27,6 %) ja vastaavasti nousu suomalaismiehillä peräti 33,7 prosenttia. Pariisin seudun vähäinen juominen näkyy myös alueellisessa kuolleisuudessa. Pariisin seudulla oli 1988 maksakirroosikuolemien määrä 100 000:ta asukasta kohden alhaisin koko maassa (16,1) ja selvästi alempana kuin Helsingissä (19,6) (taulukko 2).

Ranskalaiset laskevat kurkku- ja ruokatorven syöville ns. alkoholi-tupakkakuolleisuuden (alcoolo-tabagique), joka perustuu riski-

kertoimeen. Kuolleisuus on naisten kohdalla lisääntynyt ja miehillä laskua on tapahtunut vain vähän. On laskettu, että edelleen yhteensä noin 10 000 kuolee alkoholin ja tupakan aiheuttamiin syöpiin (VADS-ryhmä). Tupakka ja alkoholi tuntuvat tässä kohdin nollaavan toistensa vaikutukset, sillä syynä syöpien vähäiseen laskuun arvellaan olevan tupakoinnin lisääntymisen (Les indicateurs..., 1992).

SYDÄN- JA VERISUONITAUDIT –  
RANSKALAINEN PARADOKSI?

Epidemiologit ovat ihmetelleet Ranskan alhaisia sydäntautikuolleisuuslukuja. Jos verrataan Toulousea, jossa luvut ovat erityisen alhaiset, Skotlannin Glasgow'hun, on kuolleisuusero yli viisinkertainen (Toulouse 78, Glasgow 380). Kuitenkin molemmissa maissa kulutetaan saman verran maitotaloustuotteita, joiden tiedetään olevan yksi suurimmista riskitekijöistä. Vielä korkeammat kuolleisuusluvut ovat Suomessa ja Irlannissa, joille yhteistä on alhainen viinien kulutus. Mahdollista selitystä onkin alettu hakea punaviinistä, jonka antioksidanttinen suojavaikutus saattaisi näkyä näin sydäntautikuolleisuudessa (Drink wine..., 1994). The Lancet käsitteli samaa teemaa vuonna 1992. Siinä vertailtiin ranskalaisen Var'in alueen maanviljelijöitä skotlantilaisiin. Tutkijat toteavat näyttävän siltä, että ”alkoholin kulutus ehkäisee ns. arterioskleroottisia vaurioita sekä ihmisillä että eläimillä, mutta vain silloin, jos alkoholin käyttö on kohtuullista”. Alkoholin runsas käyttö tai humala sen sijaan lisäävät sairastumisriskiä (Renaud & Lorgeril 1992). Ranskan sydäntautikuolleisuuden alhaiset luvut voivat selittyä myös diagnostisista eroista. WHO:n tuore tutkimus osoittaa, että ranskalaiset raportoivat sydänkuolleisuuden eri tavalla kuin muut maat. Ranskalaiset lääkärit määrittelevät usein nimenomaan sydämen vajaatoiminnasta johtuvat äkilliset kuolemantapaukset syyluokkaan ”äkkikuolemat”, jolloin suuri osa sydänkuolemista jää raportoimatta. Kun

*Taulukko 2. Maksakirroosikuolemien määrä 100 000:ta miestä ja 100 000:ta asukasta kohden Ranskassa suuralueittain vuonna 1988*

alue	miehet	kaikki
Suur-Pariisi	21,6	16,5
Pariisin kaupunki	22,0	16,1
Champagne-Ardenne	28,9	21,2
Picardie	28,1	20,7
Haute-Normandie	37,3	25,7
Centre	27,1	18,4
Basse-Normandie	24,6	17,7
Bourgogne	33,5	21,4
koko maa	27,8	18,9
Suomi (1989)	13,4	8,0
Helsinki (1989)	33,5	19,6

*Lähde: Manninen 1995*

kuolemantapauksista ”puhdistettiin” tämä virhe, Ranskan luvut osoittautuivat olevan samalla tasolla kuin muualla Euroopassa. Tämä selittänee nimenomaan havaittuja suuria eroja sydäntautikuolleisuudessa, mutta sillä tuskin pystytään mitätöimään niitä lukuisia tutkimuksia, jotka osoittavat alkoholilla olevan sydäntä suojaava vaikutus joissakin erityisryhmissä.

RANSKA TERVEYSPOLIISINA EU:SSA?

Kun Maastrichtin sopimusta kirjoitettiin, otettiin siihen uudella, melko painavalla tavalla mukaan myös kansanterveysnäkökulma (Commission of the European Communities, 1993). On hyvin todennäköistä, että Ranska johtavana EU-maana on vaikuttanut voimakkaasti tämän asiakokonaisuuden huomioon ottamiseen. Tämä käy ilmi mm. Michele Craplet'n artikkelista, jossa hän omistaa yhden osan sille, miten Ranskan malli voisi tulevaisuudessa olla koko EU:n malli (Craplet 1993). Asiaan viittaa myös Haut Comité de la santé publique'n pääsihteeri Genevieve Guerin esitelmässään ICAA:n kokouksessa 1989. Myös Ranskan alkoholioloja tutkinut Pekka

Sulkunen (1993) toteaa, että ”Ranskan tapaus osoittaa terveystalouden saattavan hyvin EU-maissa kohdistua tupakan lisäksi myös alkoholiin. Edellytyksenä on, että alkoholipoliittiset rajoitukset kytketään uskottavasti kansanterveysongelman kehykseen”.

Voi hyvin olla, että me suomalaiset löydäm-

me vielä edestämme tutut sosiaali- ja terveystaloudelliset argumentit tulevassa EU-yhteistyössä. Eurotulevaisuutta odotellessamme voimme yrittää kuluttaa sitä halpaa arkiviiniä, joka ei enää ranskalaisille itselleen kelpaa. Näin mekin löydämme paikkamme suuressa EU-viiniperheessä.

## KIRJALLISUUS

After Evin. Wine and Spirit International, May 1992: 16–17

Alcohol consumption in France. Les Marches Magazine 53 (1994), 10–12

Alcoholic beverage, taxation and control policies. 8th edition. Brewers Association of Canada 1992

Alcool. Haut Comité d'étude et d'information sur l'alcoolisme. Paris: La Documentation Française, 1989

Alcool et santé, faits et chiffres. Ministère des Affaires Sociales et de la Solidarité 1989

Commission of the European Communities. Com (93) 559, final. ”Commission communication on the framework for action in the field of public health”. Brussels 1993

Craplet, M.: Alcohol and advertising. *Alcoologia* 5 (1993), 37–41

Drink wine and live longer. *Decanter* 19 (1994): 12, 48–50

Eurodata. A consumer survey of 17 European countries. New York: The Reader's Digest Association Inc., 1991

European Markets: Food. Wine in Europe. (Euromonitor.) *Market Research Europe* 6 (1992), 1–14

The Evin law needs change. *European Drinks Buyer* 4 (1994): 3, 41

France: Loi Evin ”Legal Limbo”. *Wine and Spirit International* 1994: 39

France's Loi Evin takes full effect. *Impact International* 8 (1993): 3, 1–3

Guerin, G.: French control policy on alcohol advertising. Paper presented at the ICAA 34th Inter-

national Institute on the Prevention and Treatment of Alcoholism, Paris 1989

Hourlier S.: Les jeunes français et l'alcool avant le service national. Prix Robert Debré 1989. Paris: La Documentation Française, 1990

Les indicateurs d'alcoolisation 1992.: La consommation, la mortalité. Haut Comité de la santé publique. Paris: La Documentation Française, 1992

Major Markets: Food. Wine in France. *Market Research Europe* 6 (1992), 65–98

Manninen, J.: Euroopan unioni, alkoholi ja alkoholipoliittikka. Kansanterveysnäkökulma. *Terveys-Hälsan* ry. 1995

Picheral, H.: Aspects régionaux de l'alcoolisme et de l'alcoolisation en France. Haut Comité d'étude et d'information sur l'alcoolisme. Paris: La Documentation Française, 1990

Renaud, S. & de Lorgeril, M.: Wine, alcohol, platelets, and the French paradox for coronary heart disease. *The Lancet* 339 (1992): 20, 1523–1526

Sulkunen, P.: Ranskan eksperttivetoinen alkoholi- ja tupakkapolitiikka näyttää tietä EY:ssä. *Aamulehti* 19.8.1993

Turblin, P. & Talazac, L.: Enquête épidémiologique sur le dopage et sur la consommation de tabac, d'alcool et de médicaments en milieu scolaire dans la région Midi-Pyrénées. Toulouse: Université Paul Sabatier, 1992

Vinay, M.: Femmes alcooliques: le sevrage ne suffit pas. Haut Comité d'étude et d'information sur l'alcoolisme. Prix Michel Fontan 1991. Paris 1991.