

Høringssvar – Endringer i alkoholforskriften- Endringer i reklamebestemmelsene

Oslo 7.10.14

ANFO er positive til at forbudet mot alkoholreklame skal ligge fast og at endringer ikke skal innebære noen særlig grad av liberalisering.

ANFO mener at det er riktig at det åpnes for adgang til nøktern produktinformasjon og illustrasjoner på produsenters og forhandleres nettsider og i andre kanaler. Dette imøtekommer et behov hos forbrukerne for informasjon om tilvirkingsmåte, bruksområde, oppbevaring, servering og utseende.

Informasjons og medieverdenen har gjennomgått en dramatisk endring de siste årene. Pga totalforbudet har norske produsenter ikke vært synlige i det norske markedet, mens utenlandske aktører har kunnet operere med langt større frihet. Dette er en uheldig utvikling.

ANFO er prinsippielt opptatt av 3 forhold

1. Lik behandling- uten konkurransevridning
2. Forbrukernes informasjonsbehov.
3. Reklameforbudets legitimitet i befolkningen.

ANFOs kommentarer til høringsforslaget:

2.4. Helsedirektoratets veileder til alkoholloven

Etter ANFOs syn er det behov for en veileder som gir større rom for positivt skjønn og konstruktiv samhandling med bransjeaktørene, enn det som er tilfellet i dag.

Veilederen må være slik utformet at det er reelle, bevisste overtramp som rammes. Fra lovgivers og håndhevers side bør det dessuten være mer produktivt å etablere en positiv dialog med bransjen, enn å skape

situasjoner som bygger mistillit og motvilje.

3.3.1. Begrepet "på forespørsel" – om brosjyrer

ANFO vil peke på forbrukernes informasjonsbehov. Eksempelvis på ulike festivaler dukker det opp et behov for å formidle hva produktene består av og hvilken type mat produktene passer til.

ANFO mener at det bør gis anledning til å dele ut brosjyrer med produktinformasjon på forespørsel.

3.3.2. Sosiale medier og nye kommunikasjonsformer

ANFO vil foreslå at sosiale medier begrenses på samme måte som hjemmesider. Det betyr at det bør være adgang til å formidle nøktern produktinformasjon. Det å utligne den konkurransefordel utenlandske aktører her har, er det sentrale argumentet.

4. Begrepet markedsføringsøyemed

Opplysninger om salgs- og skjenkesteder der produktene er å få kjøpt, må inkluderes i unntaksbestemmelsen om produktinformasjon slik som Vinmonopolet har anledning til. Det er viktig at det gis like informasjonsmuligheter for Vinmonopolet og bryggerier. Dersom det ikke er tilfelle, vil det være konkurransevidende.

4.2.2.3 Om innhold og utforming:

ANFO mener det er feil dersom uavhengig journalistikk transformeres til reklame når den blir lenket til fra et bransjenettsted.

Vi vil anmode departementet om å formulere sin veileder slik at lenker til uavhengige medier ikke rammes.

5. Generell omtale og generelle bilder av alkohol

ANFO ønsker at departementet i sin veileder klargjør at miljøbilder fra et serveringssted (der alkohol er til stede i bildet på en naturlig, ikke fremtredende måte), bilder fra produksjonslokaler, samt illustrasjons- og reportasjebilder som ikke fremhever selve alkoholen, ikke skal rammes av reklameforbudet.

ANFO mener at det bør være adgang til å markedsføre alkoholfrie produkter under bryggerienes navn og kjennemerke.

6.4.2. Annonser for salgs- og skjenkesteder

ANFO slutter seg til departementets vurdering.

6.5.2. Produkt- og prisopplysninger på salgsstedets hjemmeside om hvilke produkter som tilbys på utsalgsstedet

ANFO slutter seg til departementets vurdering.

6.6.2. Produkt- og prisopplysninger på skjenkestedets hjemmeside – menyer

ANFO slutter seg til departementets vurdering.

9.2.5. Markedsføring av arrangementer

ANFO registrerer at et stigende antall aktører er involvert i messer og festivaler som sponsorer og medarrangører. For eksempel gjelder dette festivaler for lokal mat og drikke. Forbudet mot bruk av bryggerilogo i markedsføringssammenheng, har ført til at mange arrangører i sine programmer og annonser har valgt å utelate navn på bryggerier som er medarrangører.

ANFO ber om at den nye veilederen utformes slik at bryggerinavn / logo i slike sammenhenger likestilles med andre samarbeidspartnere.

9.4.2. Emballasje og etiketter / Departementets vurdering

Merking i forhold til merkeordninger: ANFO støtter departementets vurdering. Øl er nå en kategori under Matmerks merke "Norsk Spesialitet". Det ville fremstått som urimelig om en ølprodusent ikke kunne opplyse forbrukerne om tildeling av et spesialitetsmerke fra statlig administrert merkeordning.

ANFO vil be departementet vurdere muligheten for å merke emballasjen med tildelte priser, f. eks. gjennom en søknadsordning der helsemyndighetene kvalitetsikrer prisen før man evt. tillater merking av emballasjen.

9.5.2. Tilleggseffekter - tilgift

ANFO slutter seg til departementets vurdering.

9.6. Om unntaket for bransjetidsskrifter

ANFO slutter seg til departementets vurdering.

10. Reaksjoner ved brudd på regelverket

ANFO er enig i bøter er en naturlig sanksjonsform, og disse må i så fall fastsettes i forhold til alvorlighetsgrad og evt økonomisk evne.

ANFO støtter arbeid som går på forankring av og forståelse for regelverket hos produsenter, forhandlere og skjenkesteder. Her kan bransjeorganisasjonene og de ledende bedriftene, i samarbeid med myndighetene, spille en sentral rolle.

ANFO, Virke og NHO har eksempelvis gode erfaringer med ansvarliggjøring av bransjen på et annet felt, nemlig markedsføring av fet, salt og søt mat til barn gjennom "Matvarebransjens Faglig Utvalg" (MFU).

BRODs "Utvalg for lov og etikk" vil kunne utvikles til å ta et større

ansvar. Dette er i dag et rådgivende utvalg som skal sikre gode relasjoner til eksterne stakeholdere og fair konkurranse innad i bransjen. Utvalget har ved flere anledninger stanset markedsføringsprosjekter.

Poenget med selvregulering er at bransjen selv tar eierskap til lovverket og forankrer det i sine organisasjoner. Ved at man kontrollerer hverandre oppstår en felles interesse i å overholde regelverket, ivareta bransjens renommé og sikre konkurranse på like vilkår.

Vi ber departementet vurdere muligheten for å utvikle en selvreguleringsordning i forhold til reklamebestemmelsene i alkoholloven og alkoholforskriften.

Oppsummering

ANFO slutter seg i hovedsak til departementets vurderinger. Det er noen punkter som ANFO mener trenger presisering eller endring:

- Departementets veileder til Helsedirektoratet bør vektlegge konstruktivt samarbeid med bransjeaktørene, slik at overtramp og sanksjoner kan unngås.
- Brosjyrer med produktinformasjon må kunne gis ut etter aktiv forespørsel fra publikum.
- Sosiale medier bør gis samme adgang til å formidle nøktern produktinformasjon som hjemmesider.
- Lenker til uavhengige nyhetsmedier må ikke rammes av reklameforbudet.
- Reportasje- og illustrasjonsbilder der alkohol inngår på en naturlig, ikke fremtredende måte, må ikke rammes av reklameforbudet.
- Opplysninger om salgs- og skjenkesteder der produktene er å få kjøpt, må inkluderes i unntaksbestemmelsen om produktinformasjon slik som Vinmonopolet har anledning til.
- Reklame for alkoholfrie produkter under produsentens navn og logo må tillates.

- Produsentens rolle på festivaler og lignende arrangementer må avklares.
- Emballasjemerking av priser og utmerkelser bør vurderes.