

Høringsforslag - endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser

Komite for helse og sosial behandlet saken i møtet 011014 sak 88-14 og fattet følgende vedtak:

Bergen kommune avgir høringsuttalelse slik det fremkommer i saken og i fagnotatet, men med følgende endringer:

Side 7, avsnitt 2:

Bergen kommune stiller seg bak forslaget om at produsenter og grossister skal kunne gi noktern informasjon om alkoholprodukter på messer og festivaler.

Side 8, avsnitt 2 foreslås fjernet:

s.7 Kurs og foredrag om alkoholholdig drikk blir mer og mer populært. I dag er slike kurs og foredrag tillatt så lenge den informasjonen som gis fremstår som en generell informasjon og det ikke er informasjon om konkrete produkter, grossister eller produsenter, og

s. 8

alkoholnæringen ikke selv har tatt initiativet til kurset eller har sponset/ skaffet til veie de drikkevarene som skal presenteres. Departementet foreslår at det blir åpnet opp for at næringen selv kan ta initiativ til kurs og foredrag. Det bør også her være krav om at dette foregår på et avgrenset område og at det fastsettes en aldersgrense.
Bergen kommune støtter denne endringen.

Merknad

Bergen kommune mener alkoholforskriftens reklamebestemmelser må tillate markedsføring av alkoholfritt øl under bryggerilogo. Dagens forbud er uheldig fordi det hindrer innovasjon av alkoholfritt øl, er konkurransevridende, og fratrar forbrukerne informasjon om alkoholfrie alternativ.

Komiteens behandling:

Følgende representanter tok ordet:

Geir Kaland (H), Erlend Andreas Horn (V), Elisabeth Leirgul (KrF) og Rune Bakervik (A).

Elisabeth Leirgul (KrF) fremsatte følgende alternative forslag:

«Side 7, avsnitt 2:

Bergen kommune stiller seg bak forslaget om at produsenter og grossister skal kunne gi noktern informasjon om alkoholprodukter på messer og festivaler.

Side 8, avsnitt 2 foreslås fjernet:

s.7 Kurs og foredrag om alkoholholdig drikk blir mer og mer populært. I dag er slike kurs og foredrag tillatt så lenge den informasjonen som gis fremstår som en generell informasjon og det ikke er informasjon om konkrete produkter, grossister eller produsenter, og

s. 8

alkoholnæringen ikke selv har tatt initiativet til kurset eller har sponset/ skaffet til veie de drikkevarene som skal presenteres. Departementet foreslår at det blir åpnet opp for at næringen selv kan ta initiativ til kurs og foredrag. Det bør også her være krav om at dette foregår på et avgrenset område og at det fastsettes en aldersgrense.
Bergen kommune støtter denne endringen.»

Merknader fremsatt i Komite for helse og sosial

Erlend Andreas Horn (V) fremsatte på vegne av V følgende merknad:

«Bergen kommune mener alkoholforskriftens reklamebestemmelser må tillate markedsføring av alkoholfritt øl under bryggerilogo. Dagens forbud er uheldig fordi det hindrer innovasjon av alkoholfritt øl, er konkurransevridende, og fratrar forbrukerne informasjon om alkoholfrie alternativ.»

Votering:

Elisabeth Leirguls alternative forslag ble tiltrådt med 6 stemmer (A+V+KrF).

Innstillingen fikk 5 stemmer (H+FrP).

Merknad fra V, fremsatt av Erlend Andreas Horn (V) ble tiltrådt med tilslutning fra H, A, og FrP.

Byrådet innstiller til komite for helse og sosial å fatte følgende vedtak:

Bergen kommune avgir høringsuttalelse slik det fremkommer i saken og i fagnotatet.



Høringsforslag - endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser

GRGA SFS-0012-201402936-10

Hva saken gjelder:

Helse og omsorgsdepartementet sendte 08.07.14 ut et forslag om endringer i alkohollovens reklameforbud til høring. Høringsfristen er satt til 7. oktober 2014.

Bakgrunnen for høringsforslaget er dels at det har utviklet seg en forståelse og praktisering av reklameforbudet som ikke er i overensstemmelse med dagens regelverk og dels at det siden vedtagelsen av reklameforbudet i 1975 har skjedd en samfunns- og en teknologisk utvikling som nødvendiggjør en gjennomgang av reklameforbudet. Andre deler av alkoholloven har tidligere blitt endret, forrige høringsforslag gikk på endringer av salgstidene for alkohol.

De viktigste endringer som foreslås i høringsnotatet:

- en presisering i hva som ligger i begrepet markedsføringsøyemed
- det åpnes opp for at bilder av alkoholholdig drikk kan benyttes på nettsider osv
- det åpnes opp for at det kan gis nøkterne, ikke produktspesifikke, faktaopplysninger om alkoholholdig drikk
- det åpnes opp for at produsenter og grossister kan få anledning til å informere om sine produkter på messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag
- personnavn som er merkenavn foreslås til en viss grad å kunne benyttes på etiketter og emballasje

Byrådsleder slutter seg til de vurderinger som er gjort i fagnotatet, og ser at det nå er nødvendig med en tilpasning av alkoholreklameforbudet til ny teknikk og nye trender i samfunnet.

Begrunnelse for fremleggelse for komite for helse og sosial:

Byrådets fullmakter § 7: Byrådet selv avgir høringsuttalelser på vegne av Bergen kommune. Høringsuttalelser i prinsipielle saker som samtidig innebærer politiske avveininger, skal avgis av bystyret. Saken ansees for å være prinsipiell.

Byrådet innstiller til komite for helse og sosial å fatte følgende vedtak:

Bergen kommune avgir høringsuttalelse slik det fremkommer i saken og i fagnotatet.

Dato: 9. september 2014

Dette dokumentet er godkjent elektronisk.

Ragnhild Stolt-Nielsen
byrådsleder

Vedlegg: Fagnotat fra Kontor for skjenkesaker, datert 25. august 2014

Fagnotat

Saksnr.: 201402936-9
Emnekode: SFS-0012
Saksbeh: GRGA

Til: Byrådsleders avdeling - Felles v/ Robert Rastad
Fra: Kontor for skjenkesaker

Kopi til:

Dato: 25. august 2014

Fagnotat - Høringsforslag - endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser

Hva saken gjelder:

Helse og omsorgsdepartementet sendte 08.07.14 ut et forslag om endringer i alkohollovens reklameforbud til høring. Høringsfristen er satt til 7. oktober 2014. Bakgrunnen for høringsforslaget er dels at det har utviklet seg en forståelse og praktisering av reklameforbudet som ikke er i overensstemmelse med dagens regelverk og dels at det siden vedtagelsen av reklameforbudet i 1975 har skjedd en samfunns- og en teknologisk utvikling som nødvendiggjør en gjennomgang av reklameforbudet. Andre deler av alkoholloven har tidligere blitt endret, forrige høringsforslag gikk på endringer av salgstidene for alkohol.

Departementet skriver i høringsnotatet at det blir foretatt en helhetlig gjennomgang av reklameforbudet og en rekke spørsmål vil bli vurdert. Noen vurderinger følges opp med forslag til endringer i alkoholforskriften, mens andre vurderinger konkluderer med at formskriften ikke behøver og endres, men at det er tilstrekkelig med en presisering av forståelsen av bestemmelsene.

Kontor for skjenkesaker vil nedenfor gi en oversikt over de viktigste endringer som blir foreslått i høringsnotatet. Innledningsvis vil Bergen kommune bemerke at en opprydding i regelverket og en presisering av reklameforbudet blir tatt godt i mot, da behovet for endringer og presiseringer har vært påtrengende. Påtrengende og nødvendig både for bevillingsmyndigheten som skal håndheve reklameforbudet, og for bevillingshaverne som skal forholde seg til reklameforbudet.

- Det er foreslått en presisering i hva som ligger i begrepet markedsføringsøyemed
- Det foreslås at det åpnes opp for at bilder av alkoholholdig drikk kan benyttes på nettsider osv.
- Det åpnes opp for at det kan gis nøkterne, ikke produktspesifikke, faktaopplysninger om alkoholholdig drikk
- Det åpnes opp for at produsenter og grossister kan få anledning til å informere om sine produkter på messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag

- Personnavn som er merkenavn foreslås til en viss grad å kunne benyttes på etiketter og emballasje

En vil nedenfor gjennomgå noen av de forslag til endringer som fremkommer i høringsnotatet.

Anbefalt forslag fra Kontor for skjenkesaker

Bergen kommune avgir høringsuttalelse slik det fremkommer i saken og i fagnotatet



Ero Gaarder
kontorsjef

Saksutredning:

Som nevnt innledningsvis vil en nedenfor gjennomgå en del av de endringsforslag som fremkommer i høringsnotatet om endringer av alkohollovens reklameforbud.

Departementet skriver bla. Følgende om bakgrunnen for gjennomgangen av reklameforbudet:

"Et grunnleggende formål med gjennomgangen har vært å se på om det er mulig å presisere nærmere hvordan innholdet i reklameforbudet skal forstås, herunder se på grensesnittet mellom produktinformasjon og reklameforbudet. Målet har vært å sikre lik behandling av like aktører og gjøre det enklere for aktørene å forholde seg til regelverket. Et klarere og mer oppdatert regelverk er også viktig for Helsedirektoratet som fører tilsyn med reklamebestemmelsene.

Videre har det i vurderingene vært nødvendig å se på om dagens regelverk og fortolkningen av det, er riktig balansert når det gjelder forbrukernes informasjonsbehov (mulighet for å vurdere varens objektive egenskaper som grunnlag for kjøp) holdt opp mot formålet om å begrense omsetningen. Forbrukernes ønsker og forventninger til produktinformasjon har økt med årene og nye kommunikasjonsmåter. En riktig balanse er viktig for legitimiteten til reklameforbudet. Undersøkelser viser at reklameforbudet generelt har god oppslutning i befolkningen i dag. For å opprettholde denne støtten er det viktig at forbudet framstår som forståelig.

Nødvendige presiseringer i regelverket må synliggjøres gjennom en oppdatering av Helsedirektoratets håndbok i alkoholloven mv. – Rundskriv IS-5/2008, heretter kalt veilederen til alkoholloven. Se nærmere om veilederen i kapittel 2.4 under. Gjennomgangen har vist at det i tillegg er behov for enkelte endringer alkoholforskriften. Dette er bakgrunnen for utarbeidelsen av dette høringsnotatet med forslag til endringer i alkoholforskriften".

Forvaltning og tilsyn med reklameforbudet

Bergen kommune er noe usikker på hva som menes i høringsutkastets pkt. 2.3 hvor det fremgår at Helsedirektoratet har ansvaret for å føre tilsyn med at reklamebestemmelsene overholdes, og at de fatter vedtak om retting og tvangsmulkt. En velger å lese dette som om at Helsedirektoratet har det overordnede ansvaret på dette området, men at kommunen har det lokale ansvaret for oppfølging overfor de bevillingshaverne som finnes i den enkelte kommune. Bergen kommune ber om at ansvaret blir klargjort i rundskrivet, slik at problematikken omkring dobbeltstraff unngås.

Begrepet massekommunikasjon

I følge høringsnotatet bør begrepet massekommunikasjon presiseres i forhold til hvordan informasjon kan gis på forespørsel og forholdet mellom sosiale medier/ nye kommunikasjonsformer. Presiseringene vil ikke føre til en endring av forskriften, departementet mener at det er tilstrekkelig at dette blir presisert i rundskrivet. Det har blitt reist spørsmål om de brosjyrer som bransjeaktører deler ut på forespørsel er å anse som massekommunikasjon i relasjon til alkoholloven. Departementet sier i høringsnotatet at en slik brosjyre som ikke befinner seg i det offentlige rom er å anse som massekommunikasjon. Begrunnelsen er at slike brosjyrer er produsert for å nå ut til flere og at den informasjonen de inneholder ikke er spesifikt er tilpasset dem som ber om å få brosyren. Departementet legger til grunn at slike brosjyrer har et markedsføringsøyemed. Omtale av alkoholholdig drikk på sosiale medier, oppskrifter på drinker, omtale av alkoholholdig drikk på bl.a. Facebook og

Twitter er i følge departementet å betrakte som massekommunikasjon. De sier videre at det har formodningen for seg at det foreligger markedsføringsøyemed når slik informasjon legges ut av bransjeaktører. Bergen kommune har ingen merknader til denne presiseringen av begrepet massekommunikasjon, og ønsker presiseringen velkommen, da det fra tid til annen har oppstått diskusjoner med bevillingshaverne omkring fortolkningen av begrepet. Etter denne presiseringen vil fortolkningstvilen være eliminert. Vi vil likevel be om at det blir foretatt en avgrensning av hva som er Helsedirektoratets ansvar etter denne bestemmelsen og hvilket ansvar som påligger den enkelte kommune. Utøver både direktoratet og kommunen tilsyn i forhold til de som innehar salgs- og skjenkebevillinger?

Begrepet markedsføringsøyemed

Departementet foreslår at det i forskriftens § 14-2 inntas en ny bestemmelse som definerer hva som er markedsføringsøyemed. Behovet har fremkommet gjennom at begrepet frem til nå har blitt fortolket gjennom rettsavgjørelser og avgjørelser i markedsrådet. Departementet mener at fortolkningen av begrepet bør foretas i forskriften og ikke bare gjennom disse foreliggende avgjørelsene. For det første bør det klart fremgå at det foreligger markedsføringsøyemed når siktemålet er å fremme salg av alkohol, gjennom direkte eller indirekte reklame. Kun dersom siktemålet om å fremme salg av alkohol er helt uvesentlig i forhold til andre formål, vil en ikke si at det foreligger markedsføringsøyemed. For å vurdere om det foreligger markedsføringsøyemed må det vurderes hva som kan være avsenders formål med det som kommuniseres. Dersom avsender både er initiativtaker og har økonomisk interesse i å gjøre informasjonen tilgjengelig vil dette i følge departementet forsterke indikasjonen på at det foreligger markedsføringsøyemed. Bilder, symboler, illustrasjoner, omtaler osv., som gir assosiasjoner til alkoholholdig drikk generelt eller til konkrete produkter, vil i utgangspunktet falle inn under reklameforbudet.

Bergen kommune slutter seg til at denne presiseringen blir inntatt i forskriften, og antar at det vil bidra til at begrepet lettere lar seg fortolke og håndheve fra bevillingsmyndigheten.

Generell omtale og generelle bilder av alkohol

I dag blir nøktern, ikke produktspesifikk omtale av alkohol fra bransjeaktører om for eksempel råvarer, tilvirkning, oppbevaring, bruksområder og hvilken mat ulike drikkevarer passer til ansett for å falle utenfor reklameforbudet. Det foreslås at det i forskriften inntas en presisering om at slik omtale er tillatt, dersom denne informasjonen bare er tilgjengelig i informasjonskanaler som forbrukerne selv må oppsøke. At man selv må oppsøke informasjonen betyr i praksis at slik informasjon ikke kan sendes ut i annonsebilag, at det ikke legges ut generell informasjon på salgs- og skjenkesteder. Dersom slik nøktern informasjon skal gis i butikken, må den plasseres slik at det bare er de personene som ønsker informasjonen som blir eksponert for denne. I følge høringsnotatet betyr dette at slik informasjon da må plasseres i nær tilknytning til alkoholproduktene, ikke ved kassen eller sammen med matprodukter.

Bergen kommune ser at det kan komme til å være store utfordringer knyttet til å fastslå hva som regnes som nøktern informasjon og hva som kan godtas av plassering av slik informasjon, samtidig så ser en at det kan være behov for enkelte forbrukere å få slik informasjon på salgs- og skjenkesteder.

I høringsnotatet blir det åpnet opp for at det tillates at avbildninger av alkoholholdig drikk blir benyttet uten at det strider mot reklameforbudet, dersom drikken ikke er produktspesifikk, bildet blir gjengitt på en nøytral måte som ikke gir et alkoholpositivt bilde av en

drikkesituasjon og at forbrukeren selv må oppsøke informasjonen. Bergen kommune ser det slik at dette i forhold til vår håndheving av alkoholreklameforbudet vil gjøre kontrollene lettere. I dag er det mye avbildninger av alkohol ute på nettet, spesielt skjenkestedenes nettsider. Dersom forslaget som nå fremsettes blir vedtatt, innebærer det at skjenkestedene på sine nettsider, der de har lagt ut sine menyer, kan ha avbildninger av et glass med for eksempel rød væske, uten at det vil stride mot reklameforbudet, dersom vilkårene i den nye unntaksbestemmelsen i forskriftens § 14-3 nr. 10 blir overholdt. Dette vil gjøre kontrollarbeidet lettere, og det vil være en større forståelse blant aktørene for praktisering av en slik ordning, enn det er for dagens ordning hvor slike avbildninger er forbudt.

Produktopplysninger om alkoholholdig drikk fra salgs- og skjenkesteder

Departementet understreker i høringsnotatet at den direkte informasjonen som gis av personalet til den enkelte kunde normalt ikke er å anse som massekommunikasjon, og rammes derfor ikke av reklameforbudet. Slik kommunikasjon rammes bare i de tilfeller der stedet har en policy som konsekvent går ut på å anbefale alkohol, eller å foreslå en bestemt type alkoholholdig drikk, til alle gjester. Bergen kommune har imidlertid fått tilbakemeldinger om at dette kan være en utbredt praksis i bransjen. Dette underbygges av at skjenkesteder inngår avtaler med alkohollleverandører om diverse fordeler i form av reiser, bonusutbetalinger, husleiegarantier med mer, som er avhengig av omsetningsvolumet på skjenkestedet. Det mottas fra tid til annen informasjon om slike fordelsavtaler, og om personal som har vunnet konkurranser om mest mulig salg av konkrete alkoholholdige drikkevarer. Såkalte kick back-avtaler, som gir skjenkesteder rabatter eller direkte utbetalinger på bakgrunn av salgsvolum, bør i utgangspunktet anses som en etablert og lovlig praksis. Bergen kommune mener imidlertid departementet bør se nærmere på bruken av slike salgsincentiver og fordelsavtaler i de tilfeller det kan virke salgsfremmende og konkurransevridende sett opp mot alkoholfrie drikkevarer, og andre produkter som tilbys på samme sted.

Om produkt og prisinformasjon inne på stedene i form av drikkemenyer, prislister, tavler, skjermer osv. bør det etter vårt syn inntas en presisering om at slik informasjon bare er tillatt dersom hele, eller en vesentlig del av stedets vareutvalg, inkludert alkoholfritt drikke blir presentert. Erfaringen tilsier at det på f.eks. tavler på skjenkesteder bare står oppført alkoholholdig drikk, eller bare en type alkoholholdig drikk. Vi ser også i den senere tid at mange har diverse spots på skjermer som er plassert rundt i lokalene. På slike skjermer kan det også plasseres spots som betraktes som reklame. En effektiv håndheving av reklameforbudet er utfordrende og krever store ressurser hos bevillingsmyndigheten dersom det skal håndheves effektivt.

Produkt og prisopplysninger i nettbutikker

Produkt og prisopplysninger kan i dag gis i nettbutikker, men det er ikke anledning til å vise bilder av alkoholholdige produkter, for eksempel bilder av vin eller ølflasker. Det foreslås endringer som innebærer at så lenge produktet avbildes med en nøytral bakgrunn og ikke i en kontekst hvor alkohol benyttes eller sammen med andre produkter som for eksempel mat. Bergen kommune er av den oppfatning at en slik nøytral bildebruk vil virke opplysende og identifiserende. Det bør også, inntas her at alle alkoholprodukter må fremstilles på samme måte, bildene bør være tilnærmet like store. Dette for å unngå at noen avbildninger blir store og iøynefallende, mens andre blir mindre og bortgjemte. Det kan ikke åpnes opp for at enkelte leverandører kan "betale" distribusjonsleddet for en fremhevet plass i nettbutikker.

Annonser for salgs- og skjenkesteder

Bruk av betegnelser som vinbar, Burger & Gin og lignende navn på skjenkesteder er ifølge høringsnotatet lovlig så lenge der ikke blir henvist til spesifikke merker. I tillegg er opplysningsskilt med bevillingsrettigheter, av lite format utenfor skjenkesteder, tillatt. Høringsnotatets klargjøring m.h.t bruk av alkoholbetegnelser i skjenkesteders navn er i overensstemmelse med det direktoratet tidligere har uttalt, presiseringen bes inntatt i rundskrivet, slik at departementets oppfatning kommer til klart uttrykk der. Hva som menes med opplysningsskilt av lite format har vært et gjennomgående tema i mange år. Her er det ikke, verken i dette høringsnotatet, eller i tidligere lovforarbeider gitt noen veiledning som er et praktisk verktøy for bevillingsmyndigheten. Selv om det kan være vanskelig, og det er en skjønsmessig avgjørelse hadde det vært å foretrekke at det i rundskrivet ble tatt inn en litt bedre veiledning i forhold til hva som menes med opplysningsskilt av lite format.

Produkt- og prisopplysninger på skjenkestedets hjemmeside - menyer

I dag regnes pris- og produkt opplysninger som er lagt ut på skjenkestedenes egne nettsider som alkoholreklame. Departementet sier i høringsnotatet at det ikke er samsvar mellom gjeldende rett og praksis når det gjelder informasjon om alkoholholdig drikk på skjenkesteders nettsider. Departementet foreslår at dette endres ved innføring av en ny unntaksbestemmelse i forskriftens § 14-3 nr. 12 som tillater publisering av opplysninger om alkoholholdig drikk. Begrunnelsen er delvis å skape samsvar mellom dagens praksis og regelverket, og dels at flere og flere forbrukere i dag orienterer seg via nettsider om det tilbudet som finnes for eksempel på restaurantsiden.

”Det er en forutsetning at informasjonen som publiseres, er nøkternt utformet og kun viser den produkt- og prisinformasjonen som er nødvendig for å gi forbrukerne et grunnlag for å vurdere det drikketilbudet som finnes på stedet. Pris- og produktinformasjonen må ikke være alkoholpositiv. Alkoholholdig drikk må ikke være mer framtrædende enn alkoholfrie alternativer. Det er en forutsetning for publisering av drikkemeny at alle drikker som skjenkes/serveres blir publisert på samme måte. Dersom stedet serverer mat, må også skjenkestedets spisemeny publiseres på samme måte som menyen over alkoholholdig drikk. Menyene over alkoholholdig drikk og mat må være klart atskilt (forskjellige menyer eller egne avdelinger i menyen) og ikke presenteres sammen slik at det oppfordres til kjøp av alkohol sammen med maten”.

Det er her viktig å presisere at denne informasjonen bare kan legges ut på stedets egne internettsider ikke på stedets Facebook sider eller i andre sosiale media. Her gjelder det også, som for de øvrige unntak som er gjennomgått tidligere, at forbrukerne selv må oppsøke denne informasjonen. Bergen kommune har ingen innvendinger til denne endringen og ser at den er tilpasset teknologisk utvikling og forbrukernes ønsker, samtidig som bestemmelsen setter klare grenser for hva som tillates og hva som fremdeles ikke er tillatt.

Messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag

Arrangementer som dette blir mer og mer utbredt. Departementet sier at regelverket på dette punktet er uklart og det varierer hva som blir godtatt og ikke. På messer og lignende som er rettet mot bevillingshavere som et ledd i den ordinære omsetningsprosessen, er det tillatt med informasjon om alkoholholdige produkter. Produsenters og grossisters profilering av alkoholholdige produkter og alkoholprodusenter overfor forbrukere på messer og festivaler er forbudt, da det er å anse som massekommunikasjon i markedsføringsøyemed. Både markedsføring av slike arrangementer og på disse arrangementene er forbudt.

Departementet sier i høringsnotatet at de ser at messer og festivaler er viktige arenaer hvor forbrukere kan orientere seg om ulike alkoholholdige drikkevarer. Departementet mener at det bør åpnes for at forbrukerne kan få informasjon direkte fra produsenter og grossister på messer og festivaler, det må imidlertid sikres at forbrukerne selv må oppsøke denne informasjonen og at den ikke blir gitt i det åpne rom. Departementet foreslår at det må stilles krav om at informasjon om alkoholholdig drikk kun formidles på et avgrenset område med egne innganger. Dersom det dreier seg om en messe/ festival med alkohol som tema må hele området være begrenset. For å sikre dette foreslås det at det må etableres en ordning som krever en særlig rettighet for å komme inn, det være seg inngangspenger eller særlige invitasjoner. I tillegg må det settes en aldersgrense på minimum 18 år.

Bergen kommune stiller seg bak forslaget om at produsenter og grossister skal kunne gi nøktern informasjon om alkoholprodukter på messer og festivaler. En stiller seg imidlertid spørsmålet om det er nødvendig å definere hva som er en messe eller en festival. Slik vi ser det må det være tilstrekkelig at det er en alkoholprodusent/ grossist som er representert for å vilkåret skal være oppfylt. En kan tenke seg at det finnes en produsent i en liten bygd, denne må få anledning til å gi informasjon om sine produkter på for eksempel "byggedagene", så lenge kravene til adskilt område og aldersgrenser blir overholdt.

I forhold til et krav om at alkoholinformasjon må skje på egne avgrensede områder, hvor det kreves særlige rettigheter for å komme inn, er Bergen kommune av den oppfatning at det er tilstrekkelig at området med alkoholinformasjon er avgrenset gjennom egne inn og/ eller utganger og at publikum her gjøres uttrykkelig oppmerksom på at det på dette området blir gitt informasjon om alkoholholdig drikk. Å kreve at det skal foreligge særlige invitasjoner er ikke særlig praktisk, da denne på forhånd vil måtte være sendt til den enkelte forbruker. Noe det ikke er anledning til. Dersom slike invitasjoner bare sendes til utvalgte, vil dette bli et tilbud som da ikke rekker frem til forbrukere i alminnelighet, noe som ikke vil harmonere med hensynet bak endringen. At det skal kreves inngangspenger er litt mer praktisk, da dette kan gjøres allerede ved inngangen. De som ønsker å oppsøke avdelingen hvor det blir gitt informasjon om alkohol, kan da betale et tillegg til billettprisen. Bergen kommune er ellers av den oppfatning at en slik ordning heller ikke vil ha den store hensikten, ut fra å begrense adgangen. En mener at adgangsbegrensning til områder med informasjon om alkoholholdig drikk, like gjerne kan skje ved at det etableres egne innganger og at det ved inngangen informeres om at dette er et område med informasjon om alkoholholdig drikk. Denne informasjonen bør gis både skriftlig, ved oppslag og av personer som gir slik informasjon muntlig.

En forutsetter at det må være personer tilstede ved inngangen til de områder hvor det blir gitt informasjon om alkoholholdig drikk, da alderen på gjestene må kontrolleres ved inngangen. Om aldersgrensen skal være 18 eller 20 år må kunne avgjøres av den enkelte kommune ut fra om det bare gis informasjon om fremstillingsmåter eller om det selges/ deles ut smaksprøver på alkohol. Deles det ut smaksprøver bør aldersgrensen settes i tråd med aldersgrensen for den sterkeste av alkoholtypene som deles ut/ selges.

Omvisninger i produksjonslokaler er etter gjeldende rett forbudt, da det normalt skjer i markedsføringsøyemed. Departementet mener at slike omvisninger bør tillates på lik linje med informasjon om alkoholholdig drikk på messer og festivaler. Bergen kommune slutter seg til dette forslaget.

Kurs og foredrag om alkoholholdig drikk blir mer og mer populært. I dag er slike kurs og foredrag tillatt så lenge den informasjonen som gis fremstår som en generell informasjon og det ikke er informasjon om konkrete produkter, grossister eller produsenter, og

alkoholnæringen ikke selv har tatt initiativet til kurset eller har sponset/ skaffet til veie de drikkevarene som skal presenteres. Departementet foreslår at det blir åpnet opp for at næringen selv kan ta initiativ til kurs og foredrag. Det bør også her være krav om at dette foregår på et avgrenset område og at det fastsettes en aldersgrense.

Bergen kommune støtter i utgangspunktet denne endringen, men er også her skeptisk til at det i loven blir satt krav om aldersgrenser. Vi vil også her foreslå at det i utgangspunktet ikke fastsettes noen aldersgrenser hvis det ikke deles ut/ selges alkohol på disse kursene. En vil foreslå at alkohollovens prinsipp om at aldersgrensene først gjelder i forhold til skjenking og drikking av alkohol opprettholdes, og at det ikke innføres en ny ordning i loven/ forskriften som innebærer aldersgrenser for adgang. Hvis hensikten med endringen er å kunne gi forbruker informasjon bør dette også omfatte fremtidige forbrukere. En person på 17 år vil, dersom de nye bestemmelsene blir vedtatt, kunne skaffe seg mye informasjon på nettet, på de produsentenes hjemmesider, men vedkommende kan ikke gå på et foredrag om det samme. Dette vil virke litt underlig.

Departementet har i høringsnotatet også drøftet problemstillingen rundt markedsføringen av slike kurs og foredrag. I dag har Helsedirektoratet praktisert dette slik at annonser for slike arrangementer er innenfor lovens rammer dersom de er nøkternt utformet ved vekt på nødvendig informasjon og så lenge annonsene ikke har profilert bestemte merker, importører eller produsenter. I høringsnotatet blir det foreslått en tydelig presisering som sier at det ikke er tillatt med bilder, eller illustrasjoner som fremstiller alkoholholdig drikk, og heller ikke opplysninger om spesifikke produsenter og grossister, merker eller produkter.

Utdeling av alkoholholdig drikk – smaksprøver

Høringsnotatet oppsummerer dagens situasjon slik at utdeling av alkoholholdig drikk til forbruker i markedsføringsøyemed er forbudt. Det er ikke i strid med reklameforbudet at forbrukerne betaler for smaksprøvene og drikken ikke markedsføres i strid med reklameforbudet. Så lenge det betales for smaksprøvene er det innenfor dagens regelverk anledning til å dele ut slike, så lenge betalingen reflekterer verdien på den alkoholen som deles ut. Departementet foreslår ingen endringer i forskriften på dette punktet, men at det i veilederen blir klargjort at betalingen for smaksprøver ikke behøver å skje glass for glass, men at det kan betales en pakkepris/ inngangsbillett eller et kupongkort.

Departementet skriver følgende i høringsnotatet:

” Et spørsmål som reiser seg i forbindelse med at det åpnes for at produsenter og grossister kan informere om alkoholholdig drikk på bl.a. messer, festivaler og omvisninger, er hvilke krav som stilles til skjenkebevilling ved en eventuelle utdeling av smaksprøver mot vederlag. Departementet ser for seg at disse fire situasjonene kan være aktuelle:

- 1. Smaksprøver gis kun av skjenkesteder med bevilling som er en avgrenset del av messe-, festival og omvisningsområdet og utdeles ikke på enkeltstands som produsenter og grossister har på messe- eller festivalområdet eller i omvisningslokalet.*
- 2. Hver stand (produsent/grossist) har en egen skjenkebevilling for anledningen.*
- 3. Det gis en skjenkebevilling til messen/festivalen som sådan og bevillinghaver har ansvar for all skjenking fra hele messe-/festivalområdet, også smaksprøver fra produsentenes og grossistenes stands.*
- 4. Det kreves ikke bevilling for smaksprøver. ”*

Bergen kommune er av den oppfatning at dersom det deles ut alkoholholdig drikk mot vederlag, blir dette å regne som skjenking, selv om det ikke dreier seg om store mengder alkohol. Dette gir en grei og oversiktlig ordning. Motsatsen ville være å foreta vurderinger etter det tidligere benyttede vurderingstemaet om alkoholen er egnet til beruselse eller ikke. Spørsmålet har tidligere vært opp i forbindelse med om avgrensingen av hva som menes med drikking og overdragelse mot vederlag i noen tilfeller der alkohol blir benyttet i desserter eller kaker. I de sistnevnte tilfellene overdras alkoholen mot vederlag, men den drikkes ikke, og den er ikke egnet til beruselse. En ordning der smaksprøver kan selges/ deles ut uten at det foreligger bevillingsplikt vil by på utfordringer m.t.h mengde. Gjelder mengden kun i forhold til hvor mye en tilbyder har lov til å skjenke til en besøkende, eller skal det gjelde en begrensning på hvor mye en besøkende kan bli tilbudt. En slik ordning vil en ikke anbefale, da avgrensningsspørsmålene blir mange og kontrollhensynet vil ikke bli ivaretatt, da en slik ordning vil bli svært vanskelig, om ikke umulig å kontrollere.

En vil derfor gå inn for at utdeling av smaksprøver også omfattes av bevillingsplikten. Praksis slik den har vært til nå hos oss har vært at øl-festivaler, matmesser o.l. som skal skjenke alkohol enten har funnet sted i lokaliteter som allerede har en fast skjenkebevilling eller det er gitt tillatelse til utvidelse av en eksisterende skjenkebevilling eller det er gitt en egen bevilling til arrangementet. Alle disse alternativene har fordeler og ulemper. Dette har i stor grad sikret at en har hatt det overordnede ansvaret for at skjenkingen/ utdeling av smaksprøver har skjedd innenfor de rammer og skjenkereglene som alkoholloven angir. Ved de få arrangementene som har vært avholdt har vi ikke mottatt meldinger om overskjenking, eller andre brudd på alkoholloven, så problemet er heller ikke veldig stort.

Til alternativ 1 skal det bemerkes at dersom det settes et forbud mot utdeling av alkohol på enkeltstands vil dette virke som en konstruert løsning som ikke vil oppnå forståelse i særlig grad hos de besøkende. Hvis man går på en ølmesse er noe av hensikten å få denne produktinformasjonen sammen med smaksprøvene. En ordning med et sentralt utskjenkingspunkt vil være formalistisk og lite hensiktsmessig. Bergen kommune finner derfor ikke å kunne anbefale alternativ 1.

Alternativ 2, der hver stand har sin egen bevilling, kan gjennomføres, men vil føre til et vesentlig større byråkrati. Om det kommer 20- 40 produsenter/ grossister på en slik messe må kommunen behandle tilsvarende mange søknader om bevilling. Den enkelte produsent/ grossist må også forholde seg til bevillingsmyndigheten for å søke om bevilling. Det avgjørende momentet for at Bergen kommune ikke finner å kunne anbefale dette alternativet er likevel forholdet til bestemmelsene om skjenkeareal. Dersom hver produsent/grossist får sin egen bevilling vil den alkoholen som skjenkes ut på standen kun kunne nytes på den standen. Hver stand vil måtte avgrenses fysisk, for å synliggjøre hva som er skjenkearealet. En ser for seg at på en messe vil det være naturlig å ta med seg alkohol fra en stand til en annen for å sammenligne smaker på de forskjellige produkter, dette vil ikke la seg gjøre hvis det gis mange bevillinger, med forskjellige skjenkeareal, jfr. alkoholforskriftens § 4-4.

Alternativ 3 kan benyttes dersom messen/ festivalen ikke avholdes på et sted hvor det er gitt skjenkebevilling. I Bergen vil det ikke være naturlig å tildele en bevilling til en messearrangør hvis en slik messe skulle arrangeres i for eksempel Grieghallen. Grieghallen har etter utbygginger fått relativt store arealer knyttet til et eget messesenter. Her vil det være naturlig at det er Grieghallen som har bevillingen og som bærer ansvaret for den skjenkingen som produsenter og grossister står for. På denne måten vil bevillingshaver bli ansvarliggjort, det er helt klare retningslinjer for hvem som er ansvarlig for hva, man slipper at det søkes om egen bevilling til arrangementet og man opprettholder alkohollovens system om at det bare kan være en bevilling på hvert sted.

Utfordringen med denne løsningen er at bevillingshaver bare kan tillate at det skjenkes alkohol som er levert av en som har tilvirknings- eller engrosbevilling, jfr. alkohollovens § 4-1, 2. ledd. Ved en slik messe vil det da innebære at bevillingshaver må kjøpe den alkoholen som skjenkes av den enkelte produsent/ grossist av disse før de selv kan skjenke den ut. Bergen kommune vil anbefale at reglene blir endret slik at det i de tilfellene det arrangeres messer eller festivaler på steder som har permanente skjenkebevillinger, vil utdeling/ salg av smaksprøver skje på grunnlag av denne bevillingen. Det blir da behov for et unntak som sier at produsenter/ grossister på disse messene kan selge/ skjenke egen alkohol uten at bevillingshaver først kjøper alkoholen av dem.

I forhold til de messer og festivaler som ikke arrangeres på steder hvor det er permanente skjenkebevillinger, kan man tenke seg en lignende ordning. Det må være en bevillingshaver. Denne kan søke om alminnelig bevilling for et begrenset tidsrom, jfr. alkohollovens § 1-6, eller bestemmelsen om enkeltanledninger kan endres slik at smaksprøver i disse tilfellene kan selges/ skjenkes av produsentene/ grossistene. Slik Bergen kommune ser det vil det være det beste systemet med én bevillingshaver, og minst mulig byråkrati ut over dette.

Alternativ 4 om at det ikke kreves bevilling for smaksprøver anbefales ikke, jfr. det som er skrevet innledningsvis under dette temaet.

Avsluttende merknader

Bergen kommune slutter seg til at reklameforbudet fremdeles skal være strengt, men at det må tilpasses samfunns- og den tekniske utviklingen som har funnet sted.

Bergen kommune er som nevnt innledningsvis glad for at det har blitt foretatt en gjennomgang og presisering av alkohollovens reklameforbud, enten disse presiseringer kommer til uttrykk i form av en forskriftsendring, eller i form av presiseringer som blir inntatt i en revidering av rundskriv IS-5/2008. En er imidlertid noe skeptisk til den utstrakte bruken av begrepet nøktern, det vil nok skape mye tolkningstvil, men en kan på den annen side ikke se at det er mulig å fjerne enhver tvil omkring tolkningen, og er enig med departementet i at den endelige forståelsen av enkelte bestemmelser vil få sin endelige utforming gjennom praksis.