



Helse- og omsorgsdepartementet  
Postboks 8011 Dep  
0030 Oslo

Postadresse:  
Postboks 59 Sentrum,  
4001 Stavanger

Besøksadresse:  
Lagårdsveien 44, Stavanger

T: 51 56 87 00  
F: 51 52 03 00  
E: fmropost@fylkesmannen.no

[www.fylkesmannen.no/rogaland](http://www.fylkesmannen.no/rogaland)

## Høringsuttalelse til forslag om endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser

Det vises til Helse- og omsorgsdepartementets brev av 7.7.2014.

Fylkesmannen støtter opp om et fortsatt strengt alkoholreklameforbud, og mener at unntakene fra dette bør være snevre og klart definerte. Slik Fylkesmannen oppfatter de foreslåtte endringene, dreier det seg i flere tilfeller om en kodifisering av praksis.

Når det gjelder de nye unntakene som er foreslått i § 14-3, har ikke Fylkesmannen vesentlige kommentarer. Unntakene er etter vår vurdering klart definerte, og representerer spesielle situasjoner, slik at alkohollovforbudet ikke i nevneverdig grad svekkes. Vi ser også verdien i å åpne for nøkterne faktaopplysninger i ulike sammenhenger av hensyn til forbrukerinformasjon. At det åpnes for dette kan også medføre at alkoholreklameforbudet møter enda større støtte og forståelse i befolkningen.

På den andre siden legges det opp til et stort antall unntak, noe som etter vår vurdering gir et noe mer fragmentert lovverk som det kan være vanskelig å få full oversikt over. Enkelte av unntakene kan også være utfordrende å utnytte i praksis, og å føre tilsyn med fra myndighetenes side. Det er derfor viktig at de nye unntakene følges opp med grundige beskrivelser og konkretiserte eksempler i veilederen til alkoholloven.

Fylkesmannen støtter særlig at det innføres et nytt annet ledd i § 14-2 som presiserer hva som ligger i begrepet "markedsføringsøyemed", da dette begrepet har vist seg å være vanskelig å definere etter gjeldende rett. Det er imidlertid fremdeles en del usikkerhet knyttet til hva som ligger i formuleringen "*dersom et ikke uvesentlig siktemål med kommunikasjonen er å fremme salg*". Fylkesmannen antar at det her siktes bl.a. til Høyesteretts uttalelse i "Draktreklamedommen", Rt. 2000 s. 46, hvor det tas til orde for at rene støtteannonser, hvor markedsføringselementet er helt underordnet, kan gå klar av forbudet. Etter Fylkesmannens vurdering er det vanskelig å se for seg slike tilfeller, da for eksempel en sponsor i de aller fleste tilfeller vil oppnå markedsføringsfordeler gjennom sponsingen. Etter vår vurdering ville det retts teknisk vært enklere dersom det ble gitt et konkret unntak for denne typen situasjoner, i stedet for at man må foreta den skjønnsmessige vurderingen forslaget § 14-2 andre ledd legger opp til. Det er uansett nødvendig at anvendelsen av bestemmelsen presiseres i veilederen.

Departementet ber spesielt om høringsinstansenes syn på behovet for nye reaksjonsformer/sanksjoner ved brudd på regelverket, for eksempel overtredelsesgebyr. Fylkesmannen deler oppfatningen av at tvangsmulktordningen ikke alltid er like egnet når det gjelder overtredelser av alkoholreklameforbudet. Reklamen vil i slike tilfeller gjerne ha oppnådd markedsføringsformålet før det foreligger et pålegg fra myndighetene, og vil derfor ha begrenset preventiv verdi. Etter Fylkesmannens vurdering er overtredelsesgebyr et mer egnet virkemiddel i slike tilfeller. Til sammenligning ble det innført hjemmel for å ilegge overtredelsesgebyr i markedsføringsloven når denne trådte i kraft i 2009, bl.a. på bakgrunn av de samme hensynene som departementet peker på. Et overtredelsesgebyr har, i motsetning til tvangsmulkten, et pønalt formål idet den er tilbakeskuende, og vil i større grad kunne virke avskrekkende. Fylkesmannen mener derfor at det er et behov for å innføre overtredelsesgebyr som en sanksjon ved brudd på alkoholloven, og særlig da alkoholreklameforbudet.

Selv om det ikke går frem av pkt. 10 i høringsnotatet, vil overtredelser av alkoholreklameforbudet etter gjeldende rett kunne føre til inndragning av bevilling etter alkoholloven § 1-8. I forslag til ny § 10-3 i alkoholforskriften foreslår Helse- og omsorgsdepartementet at brudd på reklameforbudet skal medføre tildeling av to prikker i henhold til den foreslåtte prikkbelastningsordningen. Inndragning av bevilling som følge av gjentatte brudd på alkoholreklameforbudet vil således kunne være en hensiktsmessig reaksjonsform i enkelte tilfeller.

Med hilsen

Harald Thune  
ass. fylkesmann

Lone M. Solheim  
avdelingsdirektør

Dokumentet er elektronisk godkjent og har derfor ikke underskrift

Saksbehandler: Tage A.T. Eriksen/Øyvind Heimlund-Lahn  
Saksbehandler telefon: 51 56 88 92  
E-post: fmroter@fylkesmannen.no