

Norske Ølvenners Landsforbund  
Pb 6567 Etterstad  
0607 Oslo

Vår dato  
2014-10-03

Vår referanse  
BE/PØA

Helse- og omsorgsdepartementet  
Postboks 8011 Dep  
0030 Oslo  
sendes pr epost til [postmottak@hod.dep.no](mailto:postmottak@hod.dep.no)

### **Høringssvar til 'Forslag til endringer alkoholforskriften'**

Vi viser til HODs høringsnotat om 'Forslag til endringer i alkoholforskriften' og 'Endringer i reklamebestemmelsene' med svarfrist 7. oktober 2014.

Norske Ølvenners Landsforbund (Norøl) ønsker som forbrukerorganisasjon å komme med innspill til Høring av Kapittel 14. Forbud mot reklame for alkoholholdig drikk (§§ 14-1 - 14-7).

Norøl har tidligere stilt i åpen høring for Sosialkomitéen, 8. April 2002, Dok.nr.8:66, (2002-2003).

Norøl arbeider for (øl)konsumenters rettigheter. Med fokus på kunnskap; mangfold og fremme av kvalitet framfor kvantitet, og støtter en restriktiv alkohollovgivning.

Norøl har både direkte medlemmer og er representant for mer enn 40.000 organiserte forbrukere i et flertall av norske ølklubber under paraplyen «Norske Øllaug». Norøl jobber både nasjonalt og internasjonalt med forbrukerpolitiske temaer, primært relatert til øl. Internasjonalt er Norøl representanter i «European Beer Consumers Union(EBCU)». EBCU jobber overnasjonalt på europeisk nivå. I år, 2014, hadde vi møte i både EU-parlamentet og EU-kommisjonen vedrørende nytt EU regulativ om merking av matvarer 1169/2011. EBCU har også lagt inn forslag til forbedringer/endringer i regulativet. EBCU ønsker en langt bedre merking enn dagens regulativ krever.

Selv om Norøl støtter en restriktiv alkoholpolitikk er dagens regelverk så begrensende at den informasjonen som lovlig kan formidles ofte blir mangelfull ut fra et forbrukerperspektiv.

Norøl er positiv til store deler av forslagne til endringene i lovteksten. Det er positivt at man har lagt vekt på hensynet til forbrukeren. Norøl erfarer at dagens håndheving av lovteksten er hemmende for å formidle informasjon og kunnskap til forbrukeren. Norøl mener det er til alles interesse, også lovgivers, at forbrukere skal kunne gjøre sine konsumentvalg basert på

offentlig tilgjengelig informasjon direkte fra produsent eller importør(grossist), og ikke være avhengig av informasjon fra en tredjepart.

## **5.1 Generell omtale av alkoholholdig drikk**

Norøyl støtter at «*generelle omtalen må være nøktern*» og «*slik omtale begrenses slik at den i størst mulig grad bare når det publikum som selv ønsker denne typen informasjon, jf. at formålet med å tillate slik informasjon er å legge til rette for bedre forbrukerinformasjon. Generell omtale bør derfor kun være tilgjengelig i kommunikasjonskanaler som forbrukere og andre selv oppsøker for å få informasjon om alkohol.*»

Det kan dog være vanskelig å gi god «generell informasjon» om for eksempel øltypers karakteristika uten å kunne gi noen typeeksempler. Alle forbrukere er ikke eksperter, og de som trenger denne type informasjon er ofte forbrukere som *trenger* eksempler. Det finnes knapt en øltype som brygges kun av ett bryggeri, derfor burde man kunne gi noen konkrete eksempler på typeriktige (klassiske) merker. Man kan sammenligne det med å beskrive umami, den femte smaken, ved siden av surt, søtt, salt og bittert, uten å kunne gi noen eksempler.

## **6.2 Produkt- og prisopplysninger på salgs- og skjenkesteder**

### **6.2.2.2 Skjenkesteder**

Norøyl ønsker ikke å favorisere alkoholholdige drikker fremfor alkoholfrie alternativer jf: «*.. nøktern pris- og produktinformasjon av samme type som tillates for salgssteder som kan gis. De alkoholholdige produktene må ikke framheves og hele vareutvalget må presenteres på tilsvarende måte.*»

«*På samme måte bør krysseksponering av mat og drikke ikke tillates for eksempel i form av at det i menyer settes opp alkoholholdige alternativer knyttet til hver matrett da dette vil kunne være forbruksdrivende. Dersom det ønskes konkret veiledning og informasjon om hvilken drikk som anbefales til hvilken mat, kan den enkelte på eget initiativ be personalet på stedet om slik informasjon.*»

«*Det vil for øvrig kunne gis nøktern informasjon om hva slags type mat de enkelte drikkene passer til (bruksområder) i oversikten over de ulike drikkene så lenge dette gjøres for alle drikker, også alkoholfrie, og det ikke kobles opp mot konkrete matretter.*»

«*man kan gi nøktern informasjon om hva slags type mat de enkelte drikkene passer til .. (men at) det ikke kobles opp mot konkrete matretter*»,

Norøyl mener at krysseksponering av mat og drikke i menyer bør kunne være lovlig. Det er ikke ønskelig å favorisere alkoholholdige drikker fremfor alkoholfrie alternativer, men ut fra et forbrukerperspektiv, er det kontraproduktivt å ikke kunne gi konkrete anbefalinger.

Vi mener det klart må komme frem i menyen hva som er alkoholholdige alternativer og at det *kreves* at det gis alkoholfrie alternativer.

Norøyl er positive til å beskrive hva «*enkelte drikkene passer til (bruksområder) i oversikten..*», men mener det er for generelt til å ha noen praktisk nytte når det kommer til en konkret matrett.

At et drikke passer til for eksempel oksekjøtt, betyr ikke at drikke passer bra til fløtebasert, vinbasert- eller tomatbaserte retter. Derfor *bør* det være mulig å gi konkrete alternativer pr. rett.

Selv om man på «*.. eget initiativ (kan) be personalet på stedet om slik informasjon*», er virkeligheten at det er særdeles få steder hvor serveringspersonalet har den nødvendige kompetansen. Ofte er det studenter og ekstrapersonale som serverer.

Drikke til maten er sjelden å dekke et væskebehov. Meningen med anbefalinger må være at kunden skal få en best mulig opplevelse av et måltid. At noen har gjort seg flid i å finne gode drikkealternativer, men ikke kan sette det i menyen, gir lite mening for en forbruker. Dersom det står på menyen er det ikke opp til den, ofte, tilfeldige kompetansen til det enkelte personalet; og skulle det finnes kompetanse på stedet er den nødvendigvis ikke tilgjengelig til enhver tid.

## **6.5 Produkt- og prisopplysninger på skjenkestedets hjemmeside – menyer**

*«Menyene over alkoholholdig drikk og mat må være klart atskilt (forskjellige menyer eller egne avdelinger i menyen)»*

Selv om Norøyl mener vi skal tillate «*krysseksponering av mat og drikke*» i skjenkestedets menyer, mener vi at dette gjelder kun menyen som blir benyttet «fysisk» på skjenkestedet.

## **7 Produktopplysninger og -bilder på produsentenes og grossistenes hjemmesider**

Norøyl er meget positiv til at «*informasjon på produsentenes og grossistenes hjemmesider foreslås tillatt.*» Som Forbrukerorganisasjon har dette vært et savn. Det ville vært kunstig og begrense denne informasjon kun til salgs- og skjenkesteder på Internett, jf. kapittel 6.5 og 6.6, og ikke tillate det på produsenter og grossisters hjemmesider.

Norøyl er veldig positive til at det stilles krav til bransjen, og at de ikke bare skal kunne legge ut de opplysningene som de selv har interesse av å gi, og at fokuset på opplysninger er fra et forbruker- og folkehelseperspektiv. «*Informasjon om ingredienser, energi-, alkohol- og nettoinnhold i produktene. Det foreslås derfor at innholdsopplysninger må oppgis som en del av produktinformasjonen dersom de konkrete produktene skal omtales på hjemmesidene.*»

Norøyl mener at man i den forbindelse også bør skjele til de nye kravene som kommer i nytt EU regulativ om merking av matvarer 1169/2011.

Norøyl støtter forslaget også om «*opplysninger om råvarer, tilvirkning, dvs. produksjonsprosess, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder. Også dette er det samme som gjelder for informasjon fra salgs- og skjenkesteder på Internett.*»

Norøyl er enig med departementets vurdering når det gjelder billedbruk i tilknyttet en produktomtale. Mangel på muligheten til å knytte bilde til produktomtale har vært et særdeles debattert tema i «øl-Norge». «*det [er] ofte enklere for forbrukerne å huske hvordan en flaske eller etikett ser ut, enn å huske navnet på produktet. Det foreslås derfor at det også skal være tillatt med nøkterne produktbilder sammen med produktomtalen.*»

Norøyl støtter også «*at det i tilknytning til produktopplysningene må gis informasjon om at alkohol kan ha skadevirkninger og dermed synliggjøre at alkohol ikke er en vanlig vare.*»

### **9.2.2 Messer og festivaler**

«*forbrukerne bør kunne få informasjon direkte fra produsenter og grossister på messer og festivaler, men det må sikres, så langt det er praktisk, at slik informasjon kun gis til forbrukere som bevisst oppsøker denne informasjonen.*»

Denne lovgivingen vil i praksis begrense tilgangen til informasjon om hva som faktisk tilbys på en festival/messe. Det vil være meget forbrukerfiendtlig og ikke kunne gi forbrukere tilgang til informasjon om hva som presenteres på en festival/messe, men først få «vite hva man går til» når man er på stedet. Dette vil begrense muligheten for å vurdere hvorvidt arrangementet er av interesse eller ikke. Dette vil være en begrensning fra tidligere praksis.

Norøyl foreslår, at på samme måte som er foreslått for skjenkesteders hjemmesider, burde man også kunne formidle dette på en slik måte at alkoholholdige produkter skilles ut i egne «menypunkt» på messens/festivalens nettside.

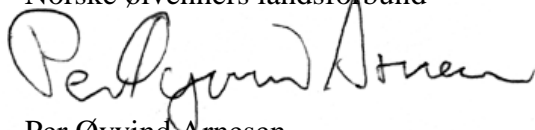
Derfor mener vi at den foreslåtte ordlyden i Ny § 14-3 nr. 17 «*opplysninger om spesifikke produsenter og grossister, merker eller produkter er ikke tillatt.*» må omformuleres (til for eksempel:).

*Nøktern opplysning om messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag som knytter seg til alkoholholdig drikk og som er nødvendig for å gjøre arrangementet kjent. Bilder eller illustrasjoner som framstiller alkoholholdig drikk er ikke tillatt.*

Nøktern opplysninger om spesifikke produsenter og grossister, merker eller produkter kan formidles dersom de er skilt ut i egen informasjonskanal.

Med vennlig hilsen

Norske ølvenners landsforbund



Per Øyvind Arnesen

nestleder