

Helse- og omsorgsdepartementet
Postboks 8011 Dep
0030 Oslo

Stavanger, 6. oktober 2014
E-post: tommy.helland@oimat.no

Høringsuttalelsen er også sendt per e-post
Postmottak@hod.dep.no

Deres ref:14/2068

HØRINGSUTTALELSE - ØLFESTIVALNETTVERKET

1 INNLEDNING

Vi viser til Helse- og omsorgsdepartementets høringsnotat vedrørende forslag til endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser. Ølfestivalnettverket og dets deltakere («ØN») gir i det følgende våre innspill til høringsnotatet.

ØN er et forum for diskusjon og utveksling av ideer blant flere av landets største ølfestivaler, herunder blant annet Bryggerifestivalen i Trondheim, Bergen Ølfestival, Nærbø Ølfestival og What's Brewing ølfestival i Stavanger.

ØN er positiv til de foreslåtte endringene i høringsnotatet.

Når det gjelder arrangementene angitt i forslag til ny § 14-3 nr. 16 og 17 (for enkelhets skyld «Arrangementene»), mener vi imidlertid at forbrukeren bør gis en større adgang til å tilegne seg informasjon om slike Arrangementer enn hva høringsforslaget legger opp til.

I det følgende redegjøres for våre forslag.

2 ØLFESETIVALNETTVERKETS ENDRINGSFORSLAG

Endringsforslagene i høringsnotatet innebærer at en forbruker både kan skaffe seg produktspesifikk informasjon om alkoholholdig drikke på hjemmesidene til norske produsenter og ved å besøke et lukket Arrangement hvor man kan få denne type informasjonen på et avgrenset område.

En forbruker kan derimot ikke tilegne seg informasjon om hvilke produsenter/produkter som vil være tilgjengelig på en et slikt Arrangement.

Fra et forbrukerperspektiv er det vanskelig å forstå og forholde seg til at et Arrangement man oppsøker for å orientere seg om ulik alkoholholdig drikk må «hemmeligholde» hvilke

produsenter og produkter som vil være tilgjengelige på Arrangementet. Særlig siden det typisk vil kreves inngangspenger på slike Arrangement.¹

Vi viser til at departementet på side 35 i høringsnotatet anerkjenner at

«messer og festivaler om alkoholholdig drikk er en viktig arena for forbruker for å orientere seg om ulik alkoholholdig drikk. Det som kjennetegner messer og festivaler, er at det er en rekke ulike produkter tilgjengelig på et sted.»

Vår erfaring er også at praksis har vært at Arrangementer ofte har lagt ut informasjon om produsenter og produkter på sine hjemmesider – og at dette har skjedd etter forutgående avtale med kommunale skjenkemyndigheter, eller at kommunale skjenkemyndigheter ikke har valgt å slå ned på denne praksisen. I så måte foreligger en parallell til dagens praksis med at skjenkesteder svært ofte har «drikkemenyer» tilgjengelig på sine hjemmesider i strid med dagens regelverk.²

I høringsnotatet foreslår departementet som kjent å tillate at salgs- og skjenkesteder publiserer slike drikkemenyer på skjenkestedets hjemmeside. Det er ØNs oppfatning at Arrangementer og dets arrangører bør gis samme rett til å publisere informasjon som salgs- og skjenkesteder, jfr. forslag til ny § 14-3 nr. 12.

Vi mener at departementet i høringsnotatets punkt 6.5.2 argumenterer overbevisende for at salgs- og skjenkesteder bør gis tillatelse til å publisere slik informasjon, og at forslaget til ny § 14-3 nr. 12 gir en fornuftig balanse mellom forbrukernes informasjonsbehov og behovet for å opprettholde reklameforbudet.

De samme hensynene som begrunner at salgs- og skjenkesteder lovlig skal kunne gi informasjon som angitt i ny § 14-3 nr. 12, tilsier også at Arrangementer bør kunne gi deltakerne denne type informasjon. Vi kan heller ikke se at det skal være grunnlag for å stille strengere krav til Arrangementer enn til salgs- og skjenkesteder i dette henseende.

Tvert imot viser departementets argumentasjon i høringsnotatets punkt 6.5.2 at Arrangementer ofte har et mer legitimt behov for å gi informasjon om de produkter/produsenter som er tilgjengelige på Arrangementet - enn tilfellet er for salgs- og skjenkesteder. Det uttales følgende på s. 26:

«På den annen side foregår stadig mer av forbrukernes informasjonsinnhenting via Internett, og svært mange benytter seg av Internett når de skal velge hvor de ønsker å spise eller drikke. Forbrukerhensyn taler derfor for at nøktern produkt- og prisinformasjon kan legges ut på hjemmesider. Informasjonen bidrar til å opplyse forbrukeren om hva det enkelte sted har å tilby. Mat- og drikkemenyer publisert på salgs- og skjenkestedets hjemmeside er i stor grad sammenlignbare med mat- og drikkemenyer som er plassert i det aktuelle lokalet, men forbrukerne har anledning til å orientere seg om tilbudet før restauranten, baren eller liknende besøkes. Departementet

¹ Det forutsettes også på s. 36 at det skal betales inngangspenger eller etableres en annen ordning som medfører at det ikke er «fri inngang».

² Det vises til side 25 i høringsnotatet.

foreslår å tillate at skjenkesteder publiserer sin meny på sin hjemmeside og at regelverket endres slik at det blir samsvar mellom regelverket og dagens praksis.»

Arrangementer skiller seg i denne sammenheng ut ved at man, som nevnt over, ofte må betale en inngangsbillett på forhånd. Eksempelvis koster et festivalpass til ølfestivalen What's Brewing kr 840,-. Forbrukerne har da en berettiget forventning om å kunne tilegne seg informasjon om både produsenter og produktene som vil være tilgjengelig på Arrangementet. Dette vil være helt avgjørende for forbrukers mulighet til å orientere seg om Arrangementet og dets kvalitet. En klar forutsetning vil uansett være at produsenter og produkter ikke benyttes aktivt i markedsføringen av Arrangementet – men at de forbrukerne som ønsker det, selv kan innhente slik informasjon.

Hertil kommer at det synes å være motstrid mellom ny § 14-3 nr. 12 og ny § 14-17 for det tilfellet at et skjenkested f.eks arrangerer et foredrag knyttet til alkoholholdig drikke som omsettes på skjenkestedet. Ved å gi Arrangementer og salgs- og skjenkesteder lik mulighet til å gi informasjon til forbrukerne, vil man få en mer naturlig regulering med en bedre indre sammenheng mellom unntakene fra reklameforbudet.

Oppsummert, er ØN av den oppfatning at Arrangementer bør kunne gi nøktern, faktabasert informasjon om spesifikke produsenter, merker og produkter som deltar/omsettes på slike Arrangementer. Forutsetningen er da at slik informasjon gis i kommunikasjonskanaler som må oppsøkes av dem som etterspør slik informasjon.

ØN foreslår derfor at forslag til ny § 14-3 nr.16 og 17 tilpasses slik at

Arrangement/Arrangør av arrangement som nevnt i § 14-3 nr.16 og 17 gis anledning til å gi nøktern produktspesifikke faktaopplysninger på arrangementets/arrangørens hjemmeside, på samme måte og med samme begrensinger som salgs- og skjenkesteder. Dvs.tilsvarende som i ny § 14-3 nr. 12.

Dersom vårt forslag tas til følge overlater vi til departementet å gjøre de nødvendige endringene i forslag til ny § 14-3 nr.16 og 17.

Ved spørsmål kan undertegnede kontaktes på telefonnummer 46761166.

Mvh

ØLFESTIVALNETTVERKET



Christian Friestad