



Oslo kommune  
**Byrådsavdeling for kultur og næring**

Helse- og omsorgsdepartementet  
Postboks 8011 Dep  
0030 OSLO

Dato: 07.10.2014

Deres ref:  
14/2068-

Vår ref (saksnr):  
201403420-8

Saksbeh:  
Kristin Anderssen, 23461333

Arkivkode:  
944

## **HØRING - ENDRINGER I ALKOHOLFORSKRIFTENS REKLAMEBESTEMMELSER**

Det vises til høringsnotat fra Helse- og omsorgsdepartementet (HOD) av 07.07.2014 med høringsfrist 07.10.2014.

Byråden for kultur og næring i Oslo avgir i henhold til delegert fullmakt følgende høringsuttalelse til Helse- og omsorgsdepartementets forslag om endring av reklamebestemmelsene i alkoholforskriften:

Oslo kommune er positiv til en gjennomgang av reklamebestemmelsene i alkoholloven. Oslo kommune støtter forslaget om å legge til rette for forbrukerinformasjon, for forbrukere som velger å oppsøke slik informasjon. Slik informasjon har vært tilgjengelig for alkoholsalg gjennom Vinmonopolet. Med foreslåtte endring kan også nasjonale småskalaprodusenter gjøre informasjon om sine produkter tilgjengelig for forbrukere.

Oslo kommune ser positivt på at reglene rundt reklamebestemmelsene i alkoholloven i større grad ønskes å være forbruker- og næringsvennlige. Det er videre positivt at oppmykningen av regelverket kun innebærer økt informasjonsmengde til de som faktisk oppsøker informasjonen eller skjenkestedene. Det bemerkes imidlertid at Oslo kommune er av den oppfatning at det i tillegg kan vurderes ytterligere oppmykning av regelverket. Dette gjelder særlig for steder eller internettsider hvor personene selv aktiv har oppsøkt den aktuelle informasjon. Dette er mulig for produsenter i utlandet og det kan virke som forskjellsbehandling av nasjonale produsenter, om det ikke skjer en oppmykning på dette området.

Oslo kommune vil understreke utfordringen i å ha et tosporet tilsyns- og sanksjonssystem. Kommunen er et kontrollorgan for salgs- og skjenkebevilling i Oslo kommune. Reklamebestemmelsene i alkoholloven og alkoholforskriften gjelder enhver form for massekommunikasjon, også på nasjonalt nivå. Dette kan føre til utfordringer for forvaltning, tilsyn og ikke minst sanksjoner på reklameforbudet. Oslo kommune mener at Helsedirektoratet må ha ansvaret for å følge opp og sanksjonere overtredelser av reklamebestemmelsene etter alkoholloven eller forskriften. Deretter får de melde det til bevillingsmyndigheten i den kommunen som salg- eller skjenkestedet sogner til. Den enkelte kommune får avgjøre om

overtredelsen medfører prikk eller annen sanksjon for salgs- eller skjenkebevillingen, i tråd med kommunens praksis.

#### Generelle tilbakemeldinger

Oslo kommune ber om at departementet vurderer nærmere tilbudspriser - såkalt «Happy Hour». Alkoholkonsumet øker ikke ved restauranter og utesteder, derimot har Taxfree og Vinmonopolet en klar økning i omsetning. Prisene på alkohol ved skjenkesteder er jevnt over så høye at mange, spesielt unge voksne, drikker før de går ut. Kommunen vurderer at det hadde vært bedre om borgerne kunne kjøpe alkoholholdig drikk på skjenkestedene til noe redusert pris, tidligere på kvelden. Da kunne konsumet skje i kontrollerte former, innenfor rammen av alkoholloven. Dette ville også vært god næringspolitikk.

Oslo kommune ber departementet om en vurdering av hvorvidt bryggerier og alkoholimportører driver med ulovlig alkoholreklame når de sponser skjenkesteder i form av husleiegaranti og bonusavtaler basert på solgt mengde alkohol av deres merke. Oslo kommune har kunnskap om flere tilfeller hvor bryggerier og store alkoholimportører sponser utesteder med millionbeløp gjennom denne type salgsfremmende avtaler. Serveringsstedene har da en egeninteresse i å selge mest mulig av den type alkoholholdig drikk som avtalen omfatter. Det har i dag utviklet seg en praksis for slike skjulte salgsfremmende avtaler i Oslo kommune.

#### Til høringsnotatets kapittel 2.3 Forvaltning og tilsyn med reklameforbudet

Oslo kommune anser et slikt tosporet tilsyns- og sanksjonssystem som lite hensiktsmessig. I tillegg er det i dag to klageinstanser for vedtak om brudd på alkohollovens reklamebestemmelser. Oslo kommunes vedtak etter alkoholloven § 1-8 skal påklages til Fylkesmannen i Oslo og Akershus, mens Helsedirektoratets vedtak om brudd på alkohollovens reklamebestemmelser skal påklages til Markedsrådet. Det bemerkes at dersom både kommunene og Helsedirektoratet fører tilsyn med reklamebestemmelsene i alkoholloven, kan en risikere at stedene blir sanksjonert dobbelt for samme overtredelse.

I Oslo kommune sanksjoneres det strengt på andre brudd på alkoholloven, som skjenking og salg til mindreårige (nulltoleranse) og overskjenking. Skjenkesteder i Oslo sanksjoneres ikke utelukkende på bakgrunn av brudd på reklamebestemmelsene. Det skrives rapporter ved tilfeller der kontrollørene oppdager grove brudd på reklamebestemmelsene i alkoholloven og forskriften. I praksis er det umulig for kommunen å sanksjonere alle som bryter Helsedirektoratets tolkning av hva som anses som alkoholreklame. Alkoholreklame eksisterer i stor grad på Internett og det er vanskelig å holde et utested ansvarlig for hva eksempelvis arrangører reklamerer med.

#### Til høringsnotatets kapittel 3 Begrepet massekommunikasjon

Det fremgår av høringsnotatet at departementet mener at bruk av sosiale medier helt klart er massekommunikasjon. Det er derfor forbudt med alkoholreklame i sosiale medier. Det fremstår som noe uklart hvorvidt brudd på reklamebestemmelsene på sosiale medier på Internett er kommunens eller Helsedirektoratets ansvar. Ettersom alkoholreklame på Internett når ut til publikum både nasjonalt og internasjonalt, mener kommunen at Helsedirektoratet skal føre tilsyn alene på dette området. Kommunen ber om en avklaring av ansvarsområdene til kommunen og Helsedirektoratet på dette området.

#### Til høringsnotatets kapittel 6 Produktopplysninger om alkoholholdig drikk fra salgs- og skjenkesteder

Oslo kommune har tolket regelverket slik at også tavler o.l. med et representativt utvalg av drikkemenyen ikke vil anses å være i strid med alkoholforskriftens reklamebestemmelser, forutsatt at ingen enkeltvarer fremheves. Dersom departementet er av den formening at kun komplette menyer er å regne som lovlige, bes det om at dette klargjøres ytterligere. Det bemerkes i denne sammenheng at flere serveringssteder per i dag har menyer ved inngangspartiet til stedet. Enkelte steder har også innrettet driften slik at gjester forsyner seg selv med menyer, og at de på egenhånd finner bordplassering i lokalet. Oslo kommune ber om departementets vurdering på om en slik praksis faller innenfor dagens regelverk, og om slik informasjon vurderes å ha en salgsfremmende virkning.

Det er noen uklarheter for skjenkestedene om gjenstander, som for eksempel antikvariske skilt o.l., er lovlig. Det eksisterer i dag en adgang for Helsedirektoratet til å gi dispensasjon for bruken av slike gjenstander, hvor det vurderes at det bakenforliggende formålet med bruken ikke er markedsføring av alkoholholdig drikk. Hvorvidt slike gjenstander har noe markedsføringsverdi er også vanskelig å vurdere i hvert enkelt tilfelle. Kommunen mener at det er et behov for å redegjøre/klarlegge dispensasjonsadgangen for slike gamle reklameartikler, eller at det inntas et unntak for slike gjenstander i alkoholforskriften. Dersom en slik dispensasjonsadgang skal opprettholdes, mener Oslo kommune at den bør inkluderes og klarlegges i alkoholforskriften.

#### Til høringsnotatets kapittel 9.2.2 Messer og festivaler

Oslo kommune vurderer at dette er en innstramming i forhold til dagens praksis. Det vurderes som tilstrekkelig at arrangementer, eller områder av arrangementer, hvor det presenteres alkohol har en klar merking eller skilting, og at det er aldersgrense for å drikke. Dette fungerer fint på for eksempel restauranter, hvor familier med barn kan drikke alkohol.

Oslo kommune vil strekt fraråde at festivaler, som for eksempel Øya, må ha avgrensede områder hvor det kan nytes alkohol. I Sverige har store musikkfestivaler hatt strenge avgrensede områder hvor det kan drikkes alkohol. Dette kan synes å ha hatt motsatt effekt, da det drikkes betydelig mengder ukontrollert utenfor festivalområdene.

Arrangøren påtar seg midlertid et stort ansvar ved en slik ordning. Det må for eksempel være tilstrekkelig vakthold og solide rutiner som hindrer mindreårige tilgang. Oslo kommune vil derfor fokusere på veiledning og dialog i forkant av slike arrangementer.

#### Til høringsnotatets kapittel 9.3 Utdeling av alkoholholdig drikk - smaksprøver

Det går frem av høringsnotatets punkt 9.3.3.2 at departementet ønsker særlig tilbakemelding på hvordan utdeling av smaksprøver i praksis kan og bør gjennomføres med utgangspunkt i dagens regelverk. Omsetning av alkoholholdig drikk er etter alkoholloven § 1-2, første ledd bevillingspliktig. Med utgangspunkt i dagens regelverk vil det derfor etter kommunens syn kunne være problematisk å tillate smaksprøver av alkoholholdig drikk mot vederlag, uten at det foreligger et krav om gyldig skjenkebevilling. Oslo kommune anbefaler alternativ 3 - Det gis en skjenkebevilling til messen-/festivalområdet, også smaksprøver fra produsentenes og grossistenes stands.

Et av formålene med bevillingssystemet er kontrollhensynet. Kommunen vurderer at hensynet til å føre kontroll med omsetning/utlevering av alkoholholdig drikk, tilsier at det bør kreves gyldig skjenkebevilling også for smaksprøver. Med utgangspunkt i dagens regelverk vurderes det ingen problemer med at det gis en skjenkebevilling til messen/festivalen som sådan, En bevillingshaver har således ansvar for all skjenking fra hele messe- /festivalområdet, herunder

smaksprøver fra produsentenes og grossistenes stands. Dette er en løsning som har blitt praktisert ved flere anledninger i Oslo kommune. Blant annet ved Matstreiffestivalen på Rådhusplassen. Fordelen med en slik organisering er at kommunen, som forvalter av bevillingssystemet, kun trenger å forholde seg til en aktør/bevillingshaver. Dette kan være hensiktsmessig med hensyn til kommunikasjon av regelverket, og lette oversikten over den skjenkevirksomhet som skal utøves på arrangementet. Se for øvrig kommentar til Messer og festivaler overfor.

Det vises generelt til at alkoholholdig drikke er en lovlig omsatt vare og en del av en viktig næring, både økonomisk og historisk, i Norge. Oslo kommunen mener derfor departementet i kan gå enda lenger i å tydeliggjøre at ren produktinformasjon, herunder tillagningsprosesser, ingredienser, smak, produksjonsmetoder og historiske momenter er lov. Messe- og festivalarrangementer vil være typiske arenaer for denne type formidling, og da gjerne i sammenheng med smaksprøver.

Med hilsen

Eli Vorkinn  
kommunaldirektør

Jan Fredrik Lockert  
Nærings sjef

**Godkjent og ekspedert elektronisk**

**Kopi til:** Næringssetaten