



## Samlet saksframstilling

Arkivsak: 14/2167-4  
Arknr.: U60 &13

Saksbehandler: Tove Næs

---

**BEHANDLING:**

Utvalg for omsorg og helse

**SAKNR.**

37/14

**DATO**

10.09.2014

---

### HØRING - EDRINGER I ALKOHOLFORSKRIFTENS REKLAMEBESTEMMELSER

**Forslag til vedtak:**

Ski kommune slutter seg til de forslåtte endringer i alkoholforskriften.

**Ingress/hovedbudskap:**

Helse og omsorgsdepartementet har sendt forslag til endring i reklamebestemmelsene i alkoholforskriften kap. 14 om forbud mot reklame for alkoholholdig drikk, på høring. Endringene tar sikte på å bringe reklamebestemmelsene i samsvar med samfunnsutviklingen og utviklet praksis, samtidig som man opprettholder et effektivt og strengt forbud mot alkoholreklame.

**Saksopplysninger:**

Helt siden forbudet mot alkoholreklame trådte i kraft i 1975, har dette vært et viktig element i den alkoholpolitiske virkemiddelpakken. Når helse- og omsorgsdepartementet, heretter kalt departementet, nå forslår endringer i dette regelverket, er det for å imøtekomme et samfunnsmessig behov for et klarere regelverk som er enklere å praktisere, og som ivaretar forbrukernes behov for faktainformasjon om alkoholholdige varer.

Et grunnleggende formål med endringene er å presisere - samt trekke opp grensen mellom reklame og produktinformasjon.

Departementet understreker at informasjon, også etter forskriftendringen, må være nøktern og faktabasert og at informasjonen må oppsøkes aktivt.

Følgende bestemmelser foreslås endret. For full lovtekst vises til side. 46 mv. i høringsnotatet:

**§ 14-2, annet ledd (definisjon av reklame):**

Begrepet markedsføringsøyemed presiseres slik at det foreligger «markedsføringsøyemed», som vil være ulovlig, dersom siktemålet med kommunikasjonen er å fremme salg. Endringen har som formål å skille mellom hva som er ulovlig reklame og hva som er lovlig informasjon.

**§ 14-3 nr. 3 (annonser for salgssted eller skjenkested):**

Etter gjeldende rett er informasjon om at det selges alkoholholdig drikk, og hvilken drikk, forbudt. Det er imidlertid lov å opplyse om skjenkesteds navn, adresse, åpningstider samt bevilingsrettigheter.

Departementet forslår at dette også skal gjelde for nettsalgssted samt skjenkesteds nettside.

**§ 14-3 nr. 8 (produkt og prisopplysninger ved nettsalg):**

Ved endringen av forskriften presiseres det at opplysningene skal være nøkterne og at disse kan illustreres med bilder på nøytral bakgrunn.

§ 14-3 nr. 10 (ny bestemmelse om ikkeproduktspesifikke opplysninger i massekommunikasjonskanaler):

Etter denne nye bestemmelsen tillates nøkterne opplysninger om alkoholholdig drikk som f.eks. oppbevaring, bruksområder. Dette kan illustreres med bilder som ikke er produktspesifikke.

§ 14-3 nr. 11 (ny bestemmelse om nøkterne, produktspesifikke faktaopplysninger på salgs-og skjenkestedet)

Etter denne bestemmelsen tillates nøkterne produktspesifikke opplysninger, herunder pris, råvarer, tilvirkning osv. Dette kan illustreres med nøkterne bilder. Opplysningene må plasseres nær produktene på salgsstedet og der hvor fysisk skjenking skjer.

§ 14-3 nr. 12 (ny bestemmelse om nøkterne, produktspesifikke faktaopplysninger på salgs-og skjenkestedets hjemmeside)

Etter denne bestemmelsen kan det gis nøktern produktinformasjon på salgs- eller skjenkestedets hjemmeside. Dette forutsetter at det informeres om hele produktutvalget som tilbys.

§ 14-3 nr. 13 (ny bestemmelse om nøkterne, produktspesifikke faktaopplysninger på hjemmesidene til produsenter og grossister)

Disse aktørene har etter gjeldende rett, kun lov å henvende seg til bevillingshavere for sine produkter. Hjemmesidene deres er ikke tilgjengelig for publikum generelt, i motsetning til utenlandske produsenters hjemmesider.

Etter denne nye bestemmelsen vil man, på visse vilkår, kunne søke produktinformasjon også på norske aktørers hjemmesider.

§ 14-3 nr. 14 (ny bestemmelse vedrørende taxfree-utvalg for forhåndsbestilling)

Denne bestemmelsen er en lovfesting av den praksis som har utviklet seg over tid i bransjen, og det vil etter denne endringen lovlig kunne gis informasjon om taxfree-utvalg samt gjennomføre bestilling i forkant av reiser.

§ 14-3 nr. 15 (ny bestemmelse som gir adgang til nøktern informasjon om alkoholholdig drikk, alkoholrelatert tjeneste eller vare).

Slik informasjon vil være tillatt men bare dersom den alkoholholdige drikken, alkoholrelaterte tjenesten eller varen utgjør en mindre del og denne ikke er produktspesifikk.

§ 14-3 nr. 16 (ny bestemmelse vedrørende messer og arrangementer)

Etter den nye bestemmelsen vil det være lov å gi nøkterne faktaopplysninger fra produsenter og grossister til forbrukere på arrangementer som messer, festivaler mv. det stilles krav om avgrensning slik at personer under 18 år ikke kan gis tilgang.

§ 14-3 nr. 17 (ny bestemmelse om markedsføring av arrangementer som i pkt 16)

Det vil etter den nye bestemmelsen være lovlig å markedsføre arrangementer som omtalt i pkt 16.

§ 14-3 nr. 18 (ny bestemmelse om bruk av personnavn på etikett eller emballasje)

Denne bestemmelsen retter seg mot bransjen og tar sikte på å unngå kryssreklame, altså at man indirekte reklamerer for andre produkter. Kjente kokker har bl.a. i de siste årene satt sitt navn på kolleksjoner av kjøkkenutstyr og glass samtidig som de også har satt sitt navn på vin.

Departementet ønsker med den nye bestemmelsen å trekke opp noen retningslinjer som bransjen kan «leve med» og som ikke virker handelshindrende.

§ 14-3 nr. 19 (ny bestemmelse om særskilt merking på etikett eller emballasje)

Dette vil gjelde merker som Fairtrade, økologisk osv. Det vil ikke kunne opprettes egne slike merker for alkoholholdig drikk.

Høringsfrist er satt til 7.oktober 2014.

**Vurdering:**

Utvalg for omsorg og helse skal vurdere de helsemessige, samfunnsmessige og forvaltningsmessige sidene ved dette forslaget til forskriftsendring.

Som departementet påpeker, vil det strenge og effektive forbudet mot alkoholreklame stå fast også etter forskriftsendringen. Reklameforbudet har både en etterspørselsregulerende og en holdningsskapende begrunnelse. Det skal hindre påvirkning som kan medføre økt etterspørsel samt opprettholde forståelse for at alkohol er annerledes enn andre handelsvarer. Rådmannen mener det er positivt at forskriften skal klargjøre regelverket og lovfeste innarbeidet og akseptert praksis, samtidig som et strengt reklameforbud opprettholdes.

Informasjon om alkohol og produktspesifikk informasjon finnes lett tilgjengelig i svært mange kanaler. Det finnes egne magasin, nettforum og egne avisspalter der både øl og vin omtales og anbefales av eksperter.

Det som etter forslaget til forskriftsendring bør tillates av informasjon om alkoholholdige varer, vil være nøktern informasjon, som forbrukerne må søke aktivt opp.

Som departementet sier, er det viktig å opprettholde et strengt og medienøytralt reklameforbud, men at dette forbudet ikke må gå lenger enn å ivareta hensynene bak forbudet.

Forskriftsendringen tar også sikte på å klargjøre reglene samt tilpasse disse til samfunnsutviklingen. Et klarere regelverk er til fordel for kommunen, som har ansvar for lokal håndheving av dette ved bl.a. kontroll på skjenkestedene.

Fra et forbrukerperspektiv, mener rådmannen at det vil det være positivt å få bedre tilgang til informasjon om både varer, produsenter og norske importører. Det understrekes at reklame direkte mot forbrukere i salgsøyemed, fortsatt vil være forbudt. Nøktern produktinformasjon vil derimot, i noe større grad, være tillatt.

Rådmannen anbefaler at forskriftsendringene tiltres.

Ski, 03.09.2014

Audun Fiskvik  
rådmann

Eli Thomassen  
Kommunalsjef

**Vedlegg som følger saken:**

- a) Høringsnotat

**Utvalg for omsorg og helses behandling 10.09.2014:****Votering:**

Forslag til vedtak ble enstemmig vedtatt.

**Utvalg for omsorg og helses vedtak er:**

Ski kommune slutter seg til de foreslåtte endringer i alkoholforskriften.