



Arkivsak-dok. 201413550-1
Saksbehandler Odd Arne Bratland

Saksgang
Fylkesutvalget 2011-2015

Møtedato
30.09.2014

Høring - Forslag til endringer i alkoholforskriften

FYLKESRÅDMANNENS INNSTILLING:

Sør- Trøndelag fylkeskommune gir følgende innspill til forslag til endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser:

STFK støtter regjeringens hovedsynspunkt om at forbudet mot alkoholreklame skal ligge fast og at endringer ikke skal innebære en liberalisering. Samtidig er det viktig at norske, småskalaprodusenter ikke taper i konkurransen mot internasjonale alkoholprodusenter. Dette da lokal mat og drikke gir et viktig bidrag til lokal og regional verdiskaping og sysselsetting.

VEDLEGG:

1. Høringsnotat, Helse- og omsorgsdepartementet

Nummererte vedlegg som følger saken:

Andre refererte dokumenter i saken:

GJELDENDE FORUTSETNINGER:

- Regional planstrategi for Trøndelag
- Landbruksmelding for Trøndelag

BAKGRUNN:

Helse- og omsorgsdepartementet har sendt forslag til endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser på høring. Høringsnotatet inneholder forslag til presiseringer av og noen justeringer i dagens forbud mot alkoholreklame.

Endringsforslaget er begrunnet med behov for klargjøring av regelverket, den teknologiske utviklingen og behovet for å legge til rette for nøktern forbrukerinformasjon. Et fortsatt helhetlig og sterkt reklameforbud er lagt til grunn.

Høringen er ikke sendt fylkeskommunene, men vi velger å anbefale at STFK sender en høringsuttalelse (KS og kommunene er blant mange sendt høringsutkastet). Høringsfrist er satt til 7. oktober 2014.09.25

FAKTISKE OPPLYSNINGER:

Det er et mål i den norske alkoholpolitikken å redusere det totale forbruket av alkohol. Forbudet mot alkoholreklame er et viktig element i denne politikken. Begrunnelsen for foreslåtte endringer i alkoholforskriften er at Helse- og Omsorgsdepartementet ser et behov for å rydde opp i regelverket i forhold til etablert praksis, gjøre det enklere å forholde seg til

regelverket gjennom klarere rammer, tilpasse regelverket til den teknologiske utviklingen og å gi et regelverk som imøtekommer forbrukernes behov og forventninger til faktainformasjon. Det presiseres at selve forbudet mot alkoholreklame ligger fast.

Se side 6 i vedlagt høringsnotat for en fullstendig oversikt over foreslåtte endringer.

Fylkesrådmannen velger i denne saken å fokusere på den næringspolitiske siden ved forslaget til endringer i alkoholforskriften.

DRØFTINGER:

Trøndelag med blå og grønn sektor er Norges mest spennende matregion. Det eksisterer ingen bransjestatistikk for lokal mat, men det er nå om lag 70 matspesialitet bedrifter i Sør-Trøndelag. Omsetningstall fra Trøndersk Matfestival (7 mill. kr i 2013) og Bondens Marked (14,5 mill. kr i 2013) viser en positiv utvikling innen salget av lokale matspesialiteter. Dette indikerer økende bevissthet i befolkningen og økende omsetningstall for bransjen. Røros regionen, med bl.a. Røros Mat, har tatt en nasjonal posisjon på området.

Lokale matspesialiteter er stadig viktigere i utviklingen av salgbare helhetlige reiselivsprodukter, og er et fokusert område innen reiselivssatsingen. Oi! Trøndersk Mat og Drikke AS og Trøndelag Reiseliv AS samarbeider om dette.

Lokal drikke inngår som et sentralt element i begrepet matspesialiteter. Det har de senere år vokst fram en rekke småskalaprodusenter av øl, cider og akevitt med kommersialisering som mål. Disse etableringene er et viktig supplement til lokalmaten for øvrig, og for lokal mat som en del av reiselivsproduktet. Disse aktørene representerer viktige arbeidsplasser, og en betydelig verdiskaping. Potensialet for videre vekst vurderes som betydelig.

Interessen fra publikum er også økende. Dette illustreres godt gjennom oppslutningen om Bryggerifestivalen som arrangeres i tilknytning til Trøndersk Matfestival.

Matsatsinga er godt forankret gjennom regional planstrategi og regional landbruksmelding. Planstrategien trekker fram naturressurser og satsing på lokal mat som et av Trøndelags største fortrinn. Under satsingsområde *Bruk av naturressurser i et bærekraftig perspektiv* er det satt som mål at Trøndelag skal ha *økt, bærekraftig produksjon av mat*.

Norske forbrukere eksponeres i dag for betydelig alkoholreklame gjennom en rekke internasjonale markedsføringskanaler. Alkohollovgivningen må derfor utformes på en tidsriktig måte dersom det generelle alkoholreklameforbudet ikke skal miste sin legitimitet. Videre må norske, småskalaprodusenter gis reelle muligheter i konkurransen med store utenlandske aktører.

Fylkesrådmannen vektlegger derfor følgende:

- Forbrukerne må selv kunne oppsøke og tilegne seg informasjon om alkoholholdig drikke, f.eks. over hjemmesider og sosiale medier eller gjennom brosjyrer på festivaler og messer.
- Sosiale medier er en viktig markedsføringskanal for norske produsenter mot utlandet. Disse kanalene bør derfor unntas fra reklameforbudet med de samme begrensninger som gjelder for hjemmesider.
- Arrangementer (messer/ festivaler) må gis samme rett til å publisere informasjon som salgs- og skjenkesteder.

FYLKESRÅDMANNENS KONKLUSJON:

Norske forbrukere eksponeres i dag for betydelig alkoholreklame gjennom en rekke internasjonale markedsføringskanaler. Alkohollovgivningen må utformes på en tidsriktig måte dersom det generelle alkoholreklameforbudet ikke skal miste sin legitimitet. Norske, småskalaprodusenter må gis reelle muligheter i konkurransen med utenlandske aktører.