

HØRINGSUTTALELSE FRA VINMONOPOLET – FORSLAG TIL ENDRINGER I ALKOHOLFORSKRIFTENS REKLAMEBESTEMMELSER

Innledning

Helse- og omsorgsdepartementet (departementet) sendte 7. juli 2014 ut høring om endringer av alkoholforskriftens reklamebestemmelser. Høringsfristen er 7. oktober 2014.

I høringsnotatet er det lagt til grunn at et helhetlig og sterkt reklameforbud skal opprettholdes, men balanseres mot andre hensyn og behov.

Forslaget inneholder presiseringer og justeringer i dagens alkoholreklameforbud, samt en forskriftsfesting av allerede utbredt praksis. Departementet viser til at endringsforslagene bl.a. har sin bakgrunn i behov for klargjøring av regelverket, den teknologiske utviklingen og behovet for å legge til rette for nøktern forbrukerinformasjon til de som velger å oppsøke slik informasjon.

I det følgende kommenteres de forslagene som berører Vinmonopolet. Viktigste for Vinmonopolet er at endringer og justeringer i alkoholreklameforbudet ivaretar vårt behov for å gi nødvendig forbrukeropplysninger om produktene vi selger både i fysiske butikker og i nettbutikken. Målet er å finne en god balanse mellom kundenes forventninger og et effektivt alkoholreklameforbud.

Bakgrunn

Vinmonopolet legger til grunn at alkoholens skadevirkninger for samfunnet og den enkelte er godt dokumentert i forskning. Alkoholreklameforbudet er på samme måte som vinmonopolordningen et av de viktigste virkemidlene for å begrense salget av alkohol.

Departementet foreslår at de generelle presiseringene av hva som ligger i begrepet "markedsføringsøyemed" tas inn et nytt annet ledd i alkoholforskriftens § 14-2. Det er markedsføringsøyemed dersom formålet er å fremme salg. I vurderingen av formålet skal det legges vekt på hvem som er avsender, hvem som tar initiativet til å gi informasjonen, innholdet, utformingen og hvordan informasjonen er presentert og formidlet.

Høringsnotatet understreker at det for Vinmonopolet ikke foreligger samme formål om økonomisk gevinst som for andre bransjeaktører. Det vises til at opprettholdelsen av vinmonopolordningen avhenger av at ordningen har legitimitet og oppslutning i befolkningen. Høringsnotatet understreker at Vinmonopolet må sørge for at det gir et så godt tilbud til forbrukerne at ordningen beholder sin legitimitet og oppslutning og dermed kan opprettholdes.

Departementet gir uttrykk for at det ikke har samme formodning for seg at Vinmonopolet som avsender av informasjon om alkohol alltid har som formål å fremme salg slik som aktører med privatøkonomiske interesser. I denne sammenheng bemerkes at Helsedirektoratet tidligere har fortolket begrepet markedsføringsøyemed slik at det ikke er forskjell på Vinmonopolet og andre bransjeaktører. Departementets forståelse må derfor få betydning for hvordan Vinmonopolets kundekommunikasjon vurderes i forhold til reklameforbudet.

Generell omtale av alkoholholdig drikk (Høringsnotatet kapittel 5.1)

Nøktern, ikke produktspesifikk informasjon fra bransjeaktører har i praksis blitt ansett for å falle utenfor reklameforbudet. Departementet mener imidlertid at det ikke kan være tvil om at også generell omtale i stor grad har som formål å skape oppmerksomhet om og økt interesse for alkoholholdige drikkevarer. Det anses derfor som uheldig at praksisen ikke er forankret i regelverket.

Departementet ønsker ikke å fjerne muligheten for generell informasjon om alkoholholdig drikk. Forslaget er et begrenset unntak for nøktern, ikke produktspesifikk, informasjon i alkoholforskriften § 14-3 nr 10. Unntaket er begrenset til kommunikasjonskanaler som forbrukere og andre selv må oppsøke. Forslaget er i overensstemmelse med Vinmonopolets praksis i bl.a. Vinbladet og www.vinmonopolet.no og forankringen i forskriften støttes fra Vinmonopolets side.

Generelle bilder av alkoholholdig drikk (Høringsnotatet kapittel 5.2)

Generelle bilder, illustrasjoner og lignende, dvs bilder som ikke viser et bestemt produkt, omfattes i utgangspunktet av alkoholreklameforbudet, for eksempel et bilde av en typisk vinflaske eller vinglass med innhold som gir assosiasjoner til alkohol.

Høringsnotat åpner for at det kan vises generelle bilder og illustrasjoner av alkoholholdig drikk. Bildene må være nøkterne og ikke gi et alkoholpositivt inntrykk. Eksempler på alkoholpositivt bilde er sommerselskap som skåler i champagne eller peishygge med noe brunt i glasset. Kravet er videre at bildene bare kan presenteres i sammenhenger hvor forbruker og andre oppsøker informasjon om alkoholholdig drikk. Med kravet om å "opsøke" nevner departementet bryggerienes hjemmesider, abonnementsordninger og informasjon i nær tilknytning til produktene på salgsstedet. Endringen foreslås inkludert i unntaket i § 14-3 nr 10.

Forslaget er positivt for Vinmonopolet. Eksempelvis vil generelle bilder og illustrasjoner kunne benyttes i forbindelse med artikler i Vinbladet. Bilder som illustrasjon vil for eksempel kunne gi bedre informasjon om foreslått mengde i ulike typer vinglass, billedinformasjon om hvordan å smake vin og lignende. Vinmonopolet støtter forslaget.

Produkt- og prisopplysninger på salgs- og skjenkesteder (Høringsnotatets kapittel 6.2)

Vinmonopolet har pris- og produktopplysninger i en produktkatalog som fra november kun vil foreligge elektronisk. På hylleforkantene er det pris- og produktopplysninger, herunder piktogrammer som viser hvilke mattyper produktet passer til. I tillegg har butikkene skilting for varegrupper, land, distrikt, samt informasjon om nyheter, temaer og bruksområder. Dette er viktig kommunikasjon mot kunder som er kommet inn i butikken for å handle og er i en kjøpsituasjon hvor de skal ta opplyste produktvalg ut fra egne ønsker og behov.

Departementet legger til grunn at slik informasjon omfattes av alkoholreklameforbudet. Det foreslås derfor et særskilt unntak i alkoholforskriftens § 14-3 nr 11 for nøkterne

produktspesifikke opplysninger på salgsstedet. Opplysningene må ikke fremheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet.

Høringsnotatet gir ikke klart svar på om veiledende brosjyremateriell i butikken som nyhetsbrosjyren og lignende vil omfattes av unntaket. Formålet med brosjyren er ikke å fremme salg eller å fremheve drikken i forhold til andre produkter, men gi de kundene som allerede er kommet inn i butikken for å handle, informasjonen de trenger for å orientere seg i vareutvalget. Vinmonopolet ber om at det gjøres klart at nevnte brosjyremateriell omfattes av unntaket.

Produkt- og prisopplysninger i nettbutikker – særlig om bruk av bilder (Høringsnotatets kapittel 6.3)

Det foreslås at Vinmonopolet får adgang til å ha bilder av alkoholholdige drikker som selges i nettbutikken. Dette er et ønske som Vinmonopolet har fremsatt overfor departementet ut fra behov for kundeinformasjon. Unntaket for bilder og lignende tas inn i § 14-3 nr 8.

Vinmonopolet slutter seg til forslaget.

I tillegg påpekes at det er behov for endring i unntaket i § 14-3 nr 9 om pris- og produktopplysninger ved auksjoner. I dag må interesserte henvende seg til Vinmonopolet eller auksjonshuset og få et passord der vedkommende kan få pris- og produktinformasjon samt se bilde av auksjonsobjektet. Det er ingen grunn til å ha strengere begrensninger for auksjoner enn for nettbutikken når det gjelder bruk av bilder. Vinmonopolet vil derfor foreslå at ordlyden i unntaket i § 14-3 nr 9 om auksjoner blir tilsvarende som i § 14-3 nr 8 om nettbutikk.

Annonser for salgs- og skjenkestender (Høringsnotatet kapittel 6.4)

Departementet foreslår at unntaket i alkoholforskriftens § 14-3 nr 3 for annonse om salgssted og skjenkested (navn, adresse, åpningstider), også skal gjelde for nettbutikker. For Vinmonopolet vil dette innebærer at nettbutikken kan gjøres mer kjent gjennom annonser for www.vinmonopolet.no. Vinmonopolet støtter forslaget.

Produkt- og prisopplysninger på salgsstedets hjemmeside om hvilke produkter som tilbys på utsalgsstedet (Høringsnotatet kapittel 6.6)

I alkoholforskriften er det i dag et unntak for pris- og produktopplysninger for produkter som selges i en nettbutikk. Departementet mener at det i tillegg bør åpnes for at det på nettsiden kan informeres om produkter som kun kan kjøpes i fysiske butikker. Begrunnelsen er at forbrukerne i større og større grad bruker nettet til å forberede sine kjøp. Unntaket omfatter nøkterne pris- og produktopplysninger eventuelt med bilde, og foreslås tatt inn i alkoholforskriftens § 14-3 nr 12.

Vareutvalget i Vinmonopolets nettbutikk omfatter alle produktene i parti-, basis- og bestillingsutvalget. Disse produktene vil være dekket av ovennevnte unntak i § 14-3 nr 8. Forslaget vil imidlertid innebære at pris- og produktopplysninger, samt bilde av spesialprodukter som kun selges i spesialbutikkene kan legges på nettsiden. Dette har vært etterspurt og Vinmonopolet støtter forslaget.

I høringsnotatet peker departementet på at unntaket også vil gjelde for taxfree-utsalg på norske flyplasser som da får anledning til presentere produktutvalget på sine hjemmesider. Dette vil innebære at tilbudet om taxfreesalg ikke bare henvender seg til de som reiser, men til hele befolkningen. Salgsvolumet gjennom taxfree er allerede betydelig og økende. En utvidelse som foreslått vil ytterligere øke taxfreesalget.

Når andelen alkoholholdig drikk som selges via taxfreebutikker for det innenlandske markedet blir for stort, vil dette kunne reise EØS-rettslige problemstillinger. Forutsetningen for alkoholmonopolet er likebehandling av produkter og produsenter. Et omfattende taxfreesalg vil aktualisere problemstillinger rundt likebehandlingskravet. Tilsvarende bygger norsk alkoholpolitikk på beskyttelse av folkehelsen. Ytterligere inkludering av taxfreesalget i det innenlandske markedet gjør denne begrunnelsen mindre tydelig. Vinmonopolet mener at unntaket ikke bør omfatte taxfreebutikker.

Produktopplysninger og – bilder på produsentenes og grossistenes hjemmesider (Høringsnotatets kapittel 7)

Departementet foreslår å imøtekomme at produsenter og grossister gis anledning til informere om sine produkter på hjemmesider på nærmere vilkår.

Vinmonopolet har ingen spesielle kommentarer, utover at forbrukerinformasjonen til Vinmonopolets kunder vil bli ivaretatt av oss.

Kurs og foredrag (Høringsnotatet kapittel 9.2.4)

Kurs og foredrag om alkoholholdig drikk overfor forbrukere er tillatt når dette ikke skjer i markedsføringsøyemed, dvs at uavhengige eksperter kan holde slike kurs, foredrag og presentasjoner. Når det gjelder representanter fra alkoholnæringen, har det i praksis blitt godtatt generell nøktern informasjon om f eks vintyper, vindistrikter, fremstillingsmetoder og annen faktainformasjon fra disse personene.

Departementet foreslår nå at praksis bekreftes som et unntak i alkoholforskriftens § 14-3 nr 16 der en åpner for at produsenter og grossister kan gi oppregnede faktaopplysninger på festivaler, messer, kurs og foredrag til forbruker. Kravet er at det må være et avgrenset område, aldersgrense og inngangspenger.

Vinmonopolet henvendte seg til departementet i 2002 om å få anledning til holde objektive faktakurs for kunder med prøvesmaking av vin i egen regi. Spørsmålet er også reist senere. Formålet er at dette ville gi økt kunnskap og faglig innsikt som erfaringsmessig bidrar til å fremme god drikkekultur basert på måtehold og ansvarlig forbruk. Det er naturlig å be om at Vinmonopolet inkluderes i det foreslåtte unntaket som retter seg mot informasjon til forbruker. Vinmonopolets uavhengighet og samfunnsansvar sikrer at innholdet følger vilkårene som settes for unntaket.

Nevnte unntak fra reklameforbudet bør omfatte at Vinmonopolet får anledning til å holde betalte faglige og nøytrale vinsmakinger, kurs og foredrag for kunder.

Annet

I eksisterende unntaksbestemmelser fra alkoholreklameforbudet er det et unntak for "opplysningsskilt av lite format" i umiddelbar tilknytning til salgs- og skjenkestedet. For Vinmonopolet er det viktig at vi har hensiktsmessig skilting slik at kundene finner enkelt frem til butikkene. Størrelsen er tilpasset dette formålet og varierer. Skiltene er også tilpasset felles skiltmaler for kjøpesentre og utforming av butikkenes fasader.

Vinmonopolet foreslår at ordlyden i bestemmelsen endres til "vanlig format".

Vinmonopolet ser at det vil være aktuelt å skilte for ulike butikkonsepter, f. eks. spesialbutikk for øl eller spesialbutikk for vin. Bestemmelsen om unntak for skilting bør åpne for denne type skilting utenfor salgsstedet.