

Endringer i alkoholforskriftens bestemmelser om alkoholreklame, gjeldende fra 1.11.2015

v/ Solveig Haukenes Aase og Vibeke H. Marthinsen

Nye merknader - reklameforbudet

- Nye forskriftsbestemmelser gjeldende fra 1.11.2015.
- Helse- og omsorgsdepartementet (HOD) sitt høringsnotat påpekte behov for presiseringer og tilpasninger mellom regelverket og dagens praksis
 - Generelt et behov for revisjon av tidligere merknader
- De nye merknader tar utgangspunkt i HODs høringsnotat, innspill mottatt i høringsrunden og direktoratets fortolkningspraksis
 - Tett dialog og samarbeid med HOD
 - God dialog med bransjeaktører
- Del av direktoratets arbeid med revisjon av Håndboka (*Rundskriv/ IS-5/2008*)
 - Ny veileder til alkoholloven (Håndboka) - digital versjon i 2016
- Presenterer i dag de endringene og unntakene som er mest relevante for dere

Reklameforbudets hovedregel

Alkoholoven § 9-2 første ledd

«Reklame for alkoholholdig drikk er forbudt.

Forbudet gjelder også reklame for andre varer med samme merke eller kjennetegn som alkoholholdig drikk.

Slike varer må heller ikke inngå i reklame for andre varer eller tjenester».

Hva er reklame i alkohollovens forstand?

- Alkoholforskriften § 14-2
- ”massekommunikasjon i markedsføringsøyemed”
- Konkret vurdering i det enkelte tilfelle
- Medienøytralt
 - Også sosiale medier, blogger, mobiltjenester, muntlig informasjon

«Med reklame forstås enhver form for massekommunikasjon i markedsføringsøyemed, herunder reklame i trykt skrift, film, radio, fjernsyn, telefonnett, datanettverk, lysreklame, plakater, skilt og lignende innretninger, avbildninger, utstillinger og liknende, distribusjon av trykksaker, vareprøver mv».

Begrepet ”*massekommunikasjon*”

- Enveisstyrt fra avsender
- Rettet mot et ubestemt antall personer
- I utgangspunktet ingen betydning om forbrukeren selv må oppsøke informasjonen
- Svar på individuelle forespørsler faller i utgangspunktet utenfor reklameforbudet

Begrepet ”markedsføringsøyemed”

- Nytt andre ledd i alkoholforskriften § 14-2: Nok at ett av flere formål er å fremme salg
- Hvem er avsender ?
 - Økonomisk interesse?
 - Lenking?
- Hvem har tatt initiativet?
 - Sponsing
- Hva er innholdet i informasjonen?
 - omtale av egne produkter, rabatter, generell informasjon
 - politiske ytringer faller utenfor
- Hvordan er den er presentert og formidlet?
 - Visuell utforming, størrelse, plassering?
 - Alkoholpositivt?

«Det foreligger markedsføringsøyemed dersom et siktemål med kommunikasjonen er å fremme salg. I vurderingen av om det foreligger markedsføringsøyemed, må det bl.a. legges vekt på hvem som er avsender av informasjonen, hvem som tar initiativ til å gi informasjonen, innholdet i og utformingen av informasjonen og hvordan informasjonen er presentert og formidlet.»

Nytt begrep: «*produktspesifikk*»

- produktspesifikk informasjon og bilder
 - knyttet til konkrete produkter eller produsenter
 - Eks: merkenavn, produktopplysninger mv
- ikke-produktspesifikk informasjon og bilder
 - ikke knyttet til konkrete produkter/produsenter
 - Vin og øltyper, vindistrikter mv.

Nytt begrep: "nøktern"

- Nytt begrep i alkoholforskriften
- Vilkår for flere unntak
- Saklige, faktabaserte beskrivelser av råvarer, tilvirkning, oppbevaring, bruksområder (f. eks. i eller til mat) og serveringsmåte (f. eks. temperatur eller type glass)
- Vin- eller ølfaglige beskrivelser av smak, så som «frisk», «fruktig», «ren», «kompleks», «fyldig», «hint av eple», «lang ettersmak» og lignende.
- Ikke alkoholpositive adjektiver som «god», «nydelig» osv, eller alkoholpositive bilder
- Ikke legge til rette for deling, f.eks. i sosiale medier

For at informasjonen skal være nøktern kan den ikke inneholde salgsfremmende ord, uttrykk og bilder, gi en positiv framstilling av alkohol, være særlig framtrødende, legge til rette for viderefremming av informasjonen eller på annen måte direkte eller indirekte oppfordre til alkoholbruk.

Nytt begrep: «bilder på nøytral bakgrunn»

- **Produktspesifikke bilder**
- Nøytral bakgrunn
- Uten andre objekter
- Hvit eller grå ensfarget bakgrunn
- Ikke uforholdsmessig store/fremtredende



Nytt begrep: «*aktivt må oppsøke*»

- Nytt begrep i alkoholforskriften
- Følger av ordlyden i noen unntak, del av begrunnelsen for noen andre
- Det er kun de personene som aktivt ønsker og har behov for informasjonen som skal eksponeres for den.
 - Skal forstås som noe mer enn «*på forespørsel*»
- Informasjonen må gis i en kanal som forbruker aktivt må oppsøke
 - Hjemmeside, butikk, messeområde, kurs/foredrag
- Forbruker må selv foreta seg noe aktivt for å finne informasjonen
 - Be om å få en brosjyre, selv ta den ut av et stativ, søke opp nettsiden
 - Kan ikke gis i annonser, lokaler som ikke er knyttet til alkoholomsetning/-informasjon, deles ut, legges i handleposer mv.

Endring i § 14-3 nr. 3 – Annonser

- Presisert at unntaket omfatter:
 - annonsering i alle medier, inkludert annonsering på internett og på salgs- og skjenkestedenes egne nettsider
 - nettbutikker som selger alkoholholdig drikk
 - kan vise til nettadresse/url.

«Annonser om salgssted, herunder nettsalgssted, eller skjenkested med informasjon om stedets navn, adresse og åpningstider samt bevillingsrettigheter. Tilsvarende informasjon kan gis fra salgs- og skjenkested på egne nettsider».

§ 14-3 nr. 8 - Nøkterne ikke-produktspesifikke faktaopplysninger og bilder

- Ikke-produktspesifikke opplysninger
- Kanaler som mottaker selv aktivt må oppsøke + for å få informasjon om alkohol
 - alkoholaktørers lokaler, hjemmesider, messeområde, kurs/foredrag
 - også nettsider til bransjeorganisasjoner
 - dagligvarebutikker (men kun i tilknytning til alkohol)
 - Ikke: matprodusenter, delikatesseforretninger, kjøpesenteraviser, handelstandsblader
- I avsenders egne massekommunikasjonskanaler
 - ikke annonser e.l. i andres medier
- Opplysningene må være nøkterne

«Nøkterne ikke-produktspesifikke faktaopplysninger om alkoholholdig drikk, bl.a. om råvarer, tilvirkning, oppbevaring, bruksområder og serveringsmåte, herunder ikke-produktspesifikke bilder og andre illustrasjoner som framstiller alkoholholdig drikk, i massekommunikasjonskanaler som mottaker selv aktivt må oppsøke for å få denne informasjonen fra avsender».

§ 14-3 nr. 8 - Nøkterne ikke-produktspesifikke faktaopplysninger og bilder

- Ikke-produktspesifikke bilder og illustrasjoner
 - bildeutsnitt av ulike alkoholtyper, for å vise fargenyanser, struktur og liknende
 - nøytrale glass med alkoholliknende innhold ved siden av en matrett
 - oversikts-/interiørbilder, så fremt alkoholholdig drikk har en tilbaketrukket plassering
 - ikke fremheving av enkelte alkoholmerker eller -produsenter
- Alkoholpositive bilder er ikke tillatt
 - drikkesituasjoner, skåling, mv.
 - kalde drikker med «duggfriske» dråper



§ 14-3 nr. 9 – Produktpakker

- Markedsføring av mat- og drikkepakker, opplevelser knyttet til alkoholholdig drikk
- Ikke knyttet til særlige kanaler
 - Aviser, reisebrosjyrer/kataloger.
- ”mat- og drikkepakke”
 - både mat og drikke inngår
 - felles pris
 - eks. 3-retters middag med tilhørende vinpakke
 - gjelder kun på skjenkesteder
- «opplevelser knyttet til slik drikk»
 - eks. vintur til Toscana.
- Nøktern og ikke-produktspesifikk informasjon
 - ikke tillatt å opplyse om prisfordeler

«Nøkterne ikke-produktspesifikke faktaopplysninger om at alkoholholdig drikk inngår i mat- og drikkepakke ved skjenkested eller at opplevelser knyttet til slik drikk inngår i reisearrangementer. Det kan ikke vises bilder eller illustrasjoner av alkoholholdig drikk».

§ 14-3 nr. 10 - Ved nettsalg

- Nøkterne produkt- og prisopplysninger som grunnlag for bestilling over nettet
 - Bilder av produktene på nøytral bakgrunn
- AS Vinmonopolet og innehaver av kommunal bevilling for nettsalg
- Gi forbrukeren den informasjon som er nødvendig for å velge ut de varer som skal bestilles over internett
- Kan også omfatte korte og saklige smaks- og lagringsbeskrivelser og gjengivelser av tegn for bruksområder

«Ved nettsalg: Nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn, i nettbutikk når opplysningene gis av AS Vinmonopolet som grunnlag for bestilling over nettet (nettsalg) eller innehaver av kommunal salgsbevilling for alkoholholdig drikk i gruppe 1 når bevillingen omfatter nettsalg. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes i nettbutikken».

§ 14-3 nr. 10 - Ved nettsalg

Vilkår

- Fremstillingen av alkoholholdige drikker skal tilsvare den ordinære presentasjonsformen for hele vareutvalget som tilbys for salg over internett
- Alkoholholdig drikk må ikke få en annen eller mer fremtredende presentasjon enn andre produkter
 - kan ikke fremheve ett produkt/merke fremfor et annet
 - leverandører kan ikke kjøpe seg gunstig plassering for sine produkter

«Ved nettsalg: Nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn, i nettbutikk når opplysningene gis av AS Vinmonopolet som grunnlag for bestilling over nettet (nettsalg) eller innehaver av kommunal salgsbevilling for alkoholholdig drikk i gruppe 1 når bevillingen omfatter nettsalg. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes i nettbutikken».

§ 14-3 nr. 12 - På salgs- og skjenkesteder

- Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige produktene som omsettes på stedet
 - Bilder på nøytral bakgrunn
- Kun materiell som er ment brukt til å gi informasjon i lokalene som er omfattet
- Produktspesifikt informasjonsmaterieell som produktkataloger og brosjyrer er ikke tillatt

«På salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Produktspesifikt informasjonsmaterieell i form av produktkataloger, - brosjyrer eller lignende, er ikke tillatt. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. På salgssteder må opplysningene plasseres i nær fysisk tilknytning til produktene. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer».

§ 14-3 nr. 12 - På salgs- og skjenkesteder

Vilkår

- Må ikke fremheve alkoholholdig drikk i forhold til andre produkter som omsettes på stedet
 - Ikke tillatt å fremheve enkelte alkoholholdige produkter fremfor andre
 - Produsenter/leverandører kan ikke kjøpe seg gunstig plassering av sine produkter

«På salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Produktspesifikt informasjonsmaterieell i form av produktkataloger, -brosjyrer eller lignende, er ikke tillatt. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. På salgssteder må opplysningene plasseres i nær fysisk tilknytning til produktene. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer».

§ 14-3 nr. 12 - På salgs- og skjenkesteder

Skjenkesteder:

- Bar- og spisemeny (hele produktutvalget)
 - Dersom bilder av alkoholholdig drikk må også matrettene avbildes
 - Anbefalinger av alkoholholdig drikk til matrett dersom det også opplyses om alkoholfritt
- Menytafler/oppslag (begrenset utvalg)
 - Representativt utvalg av ulike typer produkter, dersom ikke plass til alt
 - Også utvalg av alkoholfritt

Salgssteder:

- Opplysningene må plasseres i nær fysisk tilknytning til produktene (hyllekant, plakat)
- Plasseringen av alkohol må ikke være framtrepende
- Sameksponering med andre varer som omsettes på stedet er ikke tillatt

«På salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Produktspesifikt informasjonsmaterieell i form av produktkataloger, -brosjyrer eller lignende, er ikke tillatt. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. På salgssteder må opplysningene plasseres i nær fysisk tilknytning til produktene. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer».

§ 14-3 nr. 13 – Hjemmesider salgs- og skjenkesteder

- Publisering av nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger på stedets hjemmeside om de produktene som omsettes på stedet
 - Bilder av produktene på nøytral bakgrunn
- Gjelder også for tax-free salg på flyplasser og fergeselskaper i utenlandstrafikk
- Kun vise den informasjon som er nødvendig for at forbruker kan vurdere utvalget på stedet
- Kun hjemmesider, ikke sosiale medier

«På hjemmesidene til salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet, dersom det er en del av en fullstendig oversikt over produktene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer».

§ 14-3 nr. 13 – Hjemmesider salgs- og skjenkesteder

Vilkår

- Må ikke fremheve alkoholholdig drikk i forhold til andre produkter som omsettes på stedet
 - Ikke tillatt å fremheve enkelte alkoholholdige produkter fremfor andre
 - Produsenter/leverandører kan ikke kjøpe seg gunstig plassering av sine produkter

«På hjemmesidene til salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet, dersom det er en del av en fullstendig oversikt over produktene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer».

§ 14-3 nr. 13 – Hjemmesider salgs- og skjenkesteder

Skjenkesteder:

- Alle drikker må presenteres likt
- Serveres det mat må spisemeny publiseres tilsvarende drikkemeny
- Dersom bilder av alkoholholdig drikk, må også alle matretter og alkoholfrie drikke avbildes
- Anbefalinger av alkoholholdig drikk til matrett dersom det også opplyses om alkoholfrie alternativer

Salgssteder:

- Hele utvalget av produkter må presenteres likt
- Dersom bilder av alkoholholdig drikk må dette gjøres for hele vareutvalget
- Ikke tillatt å fremheve alkoholholdige produkter sammen med andre utvalgte produkter f. eks sammen med oppskrifter, handlelister, og kundeaviser som finnes på hjemmesiden
- Krysshenvisning som « til denne osten passer dette ølet», «kunder som kjøpte denne, kjøpte også denne» er ikke tillatt.

«På hjemmesidene til salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet, dersom det er en del av en fullstendig oversikt over produktene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer».

§ 14-3 nr. 16 - På messer, festivaler, kurs mv.

- Alkoholaktører kan gi produktspesifikke opplysninger og bilder på arrangementer
- Informasjon om alkoholholdig drikk er en del av temaet eller begrunnelsen for arrangementet
 - mat- og drikkearrangementer, ølmesser, vinkurs
 - ikke musikkfestivaler, ferie- og fritidsmesser o.l.
- Nøkterne opplysninger om:
 - råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder, forhandlere, samt aktørenes hjemmesider.
- Produktbilder på nøytral bakgrunn

«På messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag som omhandler alkoholholdig drikk: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring bruksområder og forhandlere, herunder produktbilder på nøytral bakgrunn. Det kan også opplyses om hjemmesider med slik produktinformasjon, jf. denne bestemmelsens nr. 13 og 14. Området hvor opplysninger etter første ledd gis, må være tydelig avgrenset uten tilgang for personer under 18 år.

Det kan gis nøkterne opplysninger som er nødvendig for å gjøre slike arrangementer og innholdet i arrangementene kjent. Bilder eller illustrasjoner som framstiller alkoholholdig drikk og opplysninger om firmamerker eller produkter er ikke tillatt. Opplysninger om spesifikke produsenter og grossister er kun tillatt på arrangementets hjemmeside».

§ 14-3 nr. 16 - På messer, festivaler, kurs mv.

- Tydelig avgrensede områder
 - ikke tilgang for personer under 18 år.
- Smaksprøver
 - krever skjenkebevilling , opp til kommunen å avgjøre om og hvordan
 - gratis smaksprøver er ikke tillatt
- Nøktern bekjentgjøring/annonsering av arrangementet er tillatt
 - info om innholdet i arrangementet
 - info om at det inngår smaksprøver inngangsprisen/kurskontingenten
 - henvisning til arrangementets egen hjemmeside
 - ikke bilder

«På messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag som omhandler alkoholholdig drikk: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring bruksområder og forhandlere, herunder produktbilder på nøytral bakgrunn. Det kan også opplyses om hjemmesider med slik produktinformasjon, jf. denne bestemmelsens nr. 13 og 14.

Området hvor opplysninger etter første ledd gis, må være tydelig avgrenset uten tilgang for personer under 18 år.

Det kan gis nøkterne opplysninger som er nødvendig for å gjøre slike arrangementer og innholdet i arrangementene kjent. Bilder eller illustrasjoner som framstiller alkoholholdig drikk og opplysninger om firmamerker eller produkter er ikke tillatt. Opplysninger om spesifikke produsenter og grossister er kun tillatt på arrangementets hjemmeside».

§ 14-3 nr. 19 - Sponsing

- Nøktern bruk av firmanavn eller firmamerke som alkoholholdig drikk ved sponsing av ideelle formål

Sponsing: Ethvert bidrag (økonomisk eller annet) til det ideelle formålet. Sponsors markedsføringsøyemed skal være uvesentlig

Ideelt formål: Frivillig virksomhet som ikke tilbyr et kommersielt produkt eller en tjeneste, eller har som formål å fremme en slik vare eller tjeneste. Eventuelt overskudd føres tilbake til virksomheten for å fremme ideelle formål.

«Nøktern bruk av samme firmanavn eller firmamerke som alkoholholdig drikk ved sponsing av ideelle formål og hvor sponsors markedsføringsøyemed er uvesentlig. Slik merking kan kun gis en tilbaketrasket plassering på informasjonsmaterieill for det formålet som sponses».

§ 14-3 nr. 19 - Sponsing

- Svært begrenset adgang:
Kun informasjonsmateriell fra den som blir sponset (det ideelle formålet)
 - alle ordinære kommunikasjonskanaler (i annonser, på arrangementets hjemmeside, program og plakater.
 - ikke på sportsdrakter, reklameskilt, reklamemateriell mv.

Vilkår

- Bruken av firmanavn eller firmamerke (logo) må være nøktern og tilbaketrukket
- Logo må presenteres på lik linje med andre sponsorer

Unntaket omfatter ikke:

- Sponsing av kommersielle og ikke-ideelle arrangementer og prosjekter som lanseringsfester, motevisninger, festivaler osv.

«Nøktern bruk av samme firmanavn eller firmamerke som alkoholholdig drikk ved sponsing av ideelle formål og hvor sponsors markedsføringsøyemed er uvesentlig. Slik merking kan kun gis en tilbaketrukket plassering på informasjonsmateriell for det formålet som sponses».

§ 14-3 nr. 20 - Firmamerke for alkoholholdig drikk som navn på skjenkested

- Bruk av firmanavn/firmamerke for alkoholholdig drikk som navn på skjenkested når tilvirkningen av drikken skjer ved skjenkestedet
- Pubbryggerier og mikrobryggerier med
 - kommunal skjenkebevilling med utvidet rett til tilvirkning
 - kommunal skjenkebevilling og statlig tilvirkningsbevilling hvor tilvirkningen foregår ved skjenkestedet

Vilkår

- Tilvirkningen må skje ved skjenkestedet og utgjøre en del av stedets helhetlige karakter og serveringstilbud

«Firmanavn eller firmamerke for alkoholholdig drikk som navn på skjenkestedet når tilvirkningen av drikken skjer ved skjenkestedet».

Helsedirektoratets merknader til alkohollovens bestemmelser om reklameforbudet finnes på våre nettsider:

<https://helsedirektoratet.no/Documents/Lovfortolkninger/Alkoholloven/Merknader%20til%20alkohollovens%20bestemmelser%20om%20alkoholreklame%201-nov-2015.pdf>

Takk for oppmerksomheten!