



Fylkesmannen i
NORDLAND

Alkoholreklameforbudet



- vinner til Nordlands beste

Kommunens tilsyn og håndheving

- Kommunen som bevillingsmyndighet
 - har et selvstendig ansvar for å håndheve forbudet overfor salgs- og skjenkebevillinger
 - skal føre kontroll med at bevillingshaver overholder alkoholloven, herunder reklameforbudet
 - ved brudd på bestemmelsene kan kommunen be om retting og fatte vedtak om inndragning av bevillingen
 - oftest aktuelt i sammenheng med andre lovbrudd
 - prikktildelingssystemet – kan ilegge 2 prikker, jf. forskriften § 10-3

Reklameforbudet

Hovedregel – alkoholloven § 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.»

Alkoholforskriften kap. 14



Alkoholforskriften § 14-2

- «Med reklame regnes enhver form for massekommunikasjon i markedsføringsøyemed, herunder reklame i trykt skrift , film, radio, fjernsyn,»
- «massekommunikasjon»
 - Enveisstyrt fra avsender
 - Rettet mot et ubestemt antall personer
 - I utgangspunktet ingen betydning om forbrukeren selv må oppsøke informasjonen
 - Svar på individuelle spørsmål faller i utgangspunktet utenfor

«markedsføringsøyemed»

- formål å fremme salg
- hver er avsender? Økonomiske interesse
- hvem har tatt initiativet?
- Innholdet og utformingen av informasjonen
 - Omtale av egne produkter, rabatter, generell informasjon
- hvordan informasjonen er presentert og formidlet

Unntak fra reklameforbudet

- Alkoholforskriften § 14-3 – nr. 1 – 20.
- Tre hovedprinsipper som ligger til grunn for unntakene:
 1. Unntakene omfatter kun nærmere definerte plattformer som forbrukerne selv aktivt må oppsøke
 2. All informasjon (både tekst og bilde) må være nøktern og faktabasert, og ikke inneholde «alkoholpositive» budskap
 3. Unntakene er gjort for å gi forbrukerne som ønsker det tilgang til nøktern informasjon, ikke for å gi produsenter osv. en ny markedsføringskanal

Markedsføring - annonsering - § 14-3 nr. 3

- Unntaket omfatter informasjon om
 - stedets navn, adresse og åpningstider
 - bevillingsrettigheter
 - Annonsering i alle medier, inkludert annonsering på internett og på salgs- og skjenkestedenes egne nettsider
 - Nettbutikker som selger alkoholholdig drikk
 - kan viser til nettadresse

Glitrende aften

KammeRana og Jan Terje Fosslund inviterer til Glitrende aften, en musikalsk og kulinarisk opplevelse i Kammersalen. 20., 21. og 22. januar 2016 kl. 20.00 - 22.00.

KammeRana og Jan Terje Fosslund har den store gleden av å invitere deg på en glitrende aften. Vi vil presentere festlig musikk sammen med sprudlende og perlende viner fra Spania, Frankrike og Italia. Vinene er kyndig plukket ut av vinkelner Jan Terje Fosslund, som også har lagd deilige småretter. Velkommen til en glitrende opplevelse!



KammeRana
OG JAN TERJE FOSSLUND MED

GLITRENDE AFTEN

MUSIKALSK OG KULINARISK OPPLEVELSE
I KAMMERSALEN MO I RANA

20., 21. & 22. JANUAR KL 20-22:00
KUN FORHÅNDSSALG AV BILLETTER KR. 400,-
(3 SMÅ RETTER AV FINGERMAT, 3 GLASS VIN, MUSIKK I 2 AVDELINGER INKLUDERT)
tlf 75 14 55 30 (mandag-fredag kl 09-14.00) e-post: rana.kulturskole@rana.kommune.no

RANA KOMMUNE RANA kulturskole Nordland FYLKEKOMMUNE helgelandsparebank

- vinker til Nordlands beste

På salgs- og skjenkestedet – F § 14-3 nr. 12

- Unntak for nøyterne produktspesifikke faktaopplysninger om de produkter som omsettes på stedet
 - Informasjon knyttet til konkrete produkter eller produsenter som merkenavn, produktopplysninger mv.
 - Bilder på nøytral bakgrunn
- Kun materiell som er ment brukt til å gi informasjon inne i lokalene som er omfattet
- Vilkår:
 - ikke fremheve alkoholholdig drikk fremfor andre produkter som omsettes
 - Produsenter/leverandører kan ikke kjøpe seg gunstig plassering av sine produkter

På salgs- og skjenkestedet- F § 14-3 nr. 12

- Skjenkestedet:
 - 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
 - Menytabler/oppslag
 - representativt utvalg av ulike typer produkter, dersom ikke plass til alt
 - også utvalg av alkoholfritt
- Salgsstedet:
 - opplysninger må plasseres i nær fysisk tilknytning til produktene
 - plasseringen av alkohol må ikke være fremtredende



På salgs- og skjenkestedets hjemmeside – F §14-3 nr. 13

- Publisering av nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger på stedets hjemmeside om de produktene som omsettes på stedet
 - bilder av produktene på nøytral bakgrunn
- Kun viser den informasjon som er nødvendig for at forbruker skal kunne vurdere utvalget på stedet
- Kun hjemmesider, ikke sosiale medier

Nettsalg - § 14-8 nr. 10

- Unntak for nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger, herunder bildet på nøytral bakgrunn på Internett når opplysningene gis av AS Vinmonopolet som grunnlag for bestilling over nettet eller innehaver av kommunal salgsbevilling for nettsalg av øl.

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

- Alkoholaktør kan gi produktspesifikke opplysninger og bilder på arrangementet
 - Informasjon om alkoholholdig drikk er en del av temaet eller begrunnelsen for arrangementet
 - Mat og drikkearrangementer, ølmesser, vinkurs
 - Omfattet ikke musikkfestivaler, ferie og fritidsmesser o.l.
- Øl/vinsmaking - anses som skjenking - krever skjenkebevilling



Takk for oppmerksomheten!