



Saksframlegg

Utvalg	Utvalgssak	Møtedato
Formannskapet		

PRIKKTILDELING ETTER BRUDD PÅ REKLAMEFORBUDET I ALKOHOLLOVEN - Mosvik brygge - Bjørn Winje

Vedlegg

- 1 Tilhenger
- 2 Svar til Mosvik Brygge ang alkoholreklame
- 3 Reklame på banner
- 4 Forsøk på å fjerne alkoholreklame på banner
- 5 Svar på at fjerning av alkoholreklame ikke er bra nok
- 6 Ølglass
- 7 Ølglass 2
- 8 Vinflaske
- 9 Svar fra Mosvik Brygge - reklame for alkohol fjernet
- 10 Svar fra Mosvik Brygge om uttalelse etter brudd på alkohollovens reklameforbud
- 11 Fellesmail til alle bevillinghavere for skjenkebevilling - Reklameforbud for alkoholholdig drikk
- 12 Merknader til alkohollovens bestemmelser om alkoholreklame 1-nov-2015.pdf
- 13 Rapport fra Avarn Security ang Mosvik Brygge - Bjørn Winje
- 14 Ny uttalelse fra Mosvik Brygge

Kommunedirektørens forslag til vedtak

1. Mosvik brygge – Bjørn Winje org nr. 970 539 522 tildeles 1 prikk for overtredelse av alkohollovens § 9-2: reklame for alkoholholdig drikk med virkning fra overtredelsestidspunktet 10.07.2021
Prikkelastningen er hjemlet i Alkoholforskriften § 10-3.
2. I tillegg tildeles Mosvik brygge – Bjørn Winje org nr. 970 539 522, 1 prikk jf. 10.4.3.6 Svært skjerpene omstendigheter knyttet til brudd på reklameforbudet, med virkning fra overtredelsestidspunktet 10.07.2021.
3. Dette medfører tildeling av tilsammen 2 prikker til Mosvik brygge – Bjørn Winje org nr. 970 539 522 med virkning fra overtredelsestidspunktet 10.07.2021.

Begrunnelse for vedtaket framgår av saksbehandlingen.

Vedtaket kan påklages etter forvaltningsloven § 28-32. Statsforvalteren i Trøndelag er klageinstans.

Bakgrunn

På grunn av en anonym henvendelse kommunen mottok 17.06.21 om reklame av alkohol på sosiale medier ved Mosvik Brygge – Bjørn Winje ville Inderøy kommune ta tak i dette. Det ble sendt ut varsel til alle bevillingshavere i form av mail den 18.06.21 med informasjon om at Inderøy kommune heretter kun aksepterer en svært nøktern informasjonsdeling om skjenkestedene på sosiale media og at det fra da av ville bli satt i gang saker som kan ende med prikktildeling etter slik publisering. Merknader til alkohollovens reklamebestemmelse lå som vedlegg i mailen. Se vedlegg 1 og 2.

Inderøy kommune har hatt flere mailkorrespondanser, bl.a 18.06.21, 22.06.21 og telefonsamtaler i den hensikt å veilede Mosvik Brygge- Bjørn Winje om hva som er lov og ikke når det gjelder reklame og alkohol. I tillegg til den generelle mailen 18.06.21, fikk Mosvik Brygge – Bjørn Winje egen gjennomgang med Inderøys kommunes skjenkekontrollør Avarn Security hvor regelverket for reklame og alkohol ble gjennomgått, siden Bjørn Winje er forholdsvis ny som bevillingshaver med oppstart fra 19.06.2020. Videre er Mosvik Brygge - Bjørn Winje informert om at dersom de er usikker på skjenkestedets praksis opp mot alkohollovgivningen, er Inderøy kommune gjerne tilgjengelig for veiledning.

22.06.2021 mottok kommunen mail fra Mosvik Brygge – Bjørn Winje om at all alkoholreklame var fjernet, se vedlegg 3. Kommunen gikk deretter igjennom Mosvik Brygges Facebook konti og avdekket at det fortsatt fantes alkoholreklame på kontoen selv om påpekte ulovlige innslag var fjernet, blant ble det oppdaget ett bilde av en banner og en tilhenger med alkoholreklame på, se vedlegg 4. Mosvik Brygge – Bjørn Winje fikk beskjed om at alle innslag, ikke bare nylige, på sosiale medier måtte gjennomgås og at alt av alkoholreklame må fjernes, informasjon ble gitt via telefonsamtale og mail se vedlegg 5.

Avarn Security hadde deretter ett veiledningsmøte 29.06.21 med Mosvik Brygge – Bjørn Winje angående forbudet mot alkoholreklame hvor det ble igjen ble informert om at all alkoholreklame på sosiale medier, og på tilhenger og banner måtte fjernes umiddelbart. Mosvik Brygge – Bjørn Winje bekreftet etterkant av veiledningsmøtet, gjennom telefonsamtale 08.07.21 med Avarn Security, at alt var blitt ordnet. De hadde tapet over reklamen på banner og tilhenger, og gått gjennom sine konto på sosiale medier.

10.07.2021 fikk saksbehandler en mail av ett bilde av en banner med alkoholreklame som var hentet ut av Mosvik Brygge - Bjørn Winjes Facebook konto som var blitt publisert samme dag.

Alkoholreklame på banneren var heller ikke fjernet, se vedlegg 6.

Skjenkekontrolløren Avarn Security ble varslet, de dro for å ta en skjenkekontroll senere samme kveld, se vedlegg 7. Avarn Security oppdaget da at forsøk på fjerning av alkoholreklame fra tilhenger og banner ikke var tilfredsstillende, se vedlegg 8. Avarn Security forsøkte å oppnå kontakt med Mosvik Brygge – Bjørn Winje, men skjenkestedet var stengt.

Avarn Security sendte ut melding via Messenger at Mosvik Brygge – Bjørn Winje måtte ta kontakt. Avarn Security fikk senere til svar fra Mosvik Brygge at de hadde tatt grep om alkoholreklame på banner (Beach Flag) og henger, se vedlegg 9.

Inderøy kommune gjorde dermed en gjennomgang av Mosvik Brygge – Bjørn Winje Facebookkonto 10.07.2021 hvor det ble det avdekket flere innslag som betraktes som alkoholreklame, se vedlegg 10,11 og 12.

Forhåndsvarsel

Det ble sendt mail til Mosvik Brygge den 11 juli 2021 med forhåndsvarsel om tildeling av prikker jfr. Forvaltningsloven § 16. Inderøy kommune mottok svar den 14.07. 21 med redegjørelse fra Mosvik Brygge – Bjørn Winje, se vedlegg 13.

«Heisan. Da jeg er ny i bransjen har jeg ikke hvert obs på alle regler og paragrafer. Jeg beklager at det har blitt lagt ut bilder som blir ansett som alkoholreklame».

Kommunen mottok ny uttalelse fra Mosvik Brygge – Bjørn Winje 15.07.21, se vedlegg 14.

Mosvik Brygge v / daglig leder har drevet sin skjenkebevilling prikkfritt siden 2002. Det nå omstridte beachflagget hadde samme emblem da som det jeg nå har fått klage på.

Jeg Bjørn Winje med org.nummer 970 539 522 fikk godkjent ny skjenkebevilling på Mosvik brygge i fjor og er i dag daglig leder i bedriften. Jeg føler det urimelig å bli hengende ved noe som jeg ikke var klar over. Ved henvendelse fra saksbehandler ble det gjort øyeblikkelig tiltak og de nevnte bildene på facebook ble slettet.

Etter besøk fra Morten Aune der jeg ble gjort oppmerksom på alkoholreklame på henger og beachflagg så ble det satt et kryss over glassene med gaffatape. Flere besøkende kommenterte dette og det ble derfor i ettertid skrevet på tapen «alkoholreklame fy». Jeg beklager hvis dette oppfattes som respektløs og beklager det veldig.

Beachflaggene er nå fjernet fra stedet.

Jeg føler det som urimelig at denne saken får slike konsekvenser og negativ publisitet da jeg har imøtekommet alle henvendelser fra kommunen og Avarn.

Orientering om regelverket

Alkoholforskriften § 2-2 beskriver tydelig at bevillingshaver er ansvarlig for at skjenkebevillinger foregår i overensstemmelse med alkoholloven og bestemmelser gitt med hjemmel i den.

Reklameforbudet trådte i kraft 1. juli 1975.

I Alkoholloven § 9-2 Reklame for alkoholholdig drikk står følgende;

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

Ingen publiseringer på sosiale media kan inneholde tekst eller bilder som viser til alkoholholdig drikk eller som kan assosieres med dette er lovlig reklame, jfr. alkoholforskriftens § 14.3 og helsedirektoratets merknad pkt. 13.

Reklameforbudets hovedformål er å hindre påvirkning som fører til økt etterspørsel av alkoholholdig drikk. I tillegg har forbudet til formål å opprettholde forståelse i befolkningen for at alkoholholdige drikkevarer skiller seg fra andre handelsvarer og at det er behov for særskilt regulering som begrenser alkoholbruket i Norge. For å oppnå formålene, er forbudet utformet som et generelt forbud mot alle former for markedsføring av alkohol, men med noen begrensede unntak.

Helsedirektoratets merknader:

Bestemmelsen stadfester gjeldende fortolkning av reklameforbudet i alkoholloven § 9-2 første ledd. Det vises derfor til merknader til alkoholloven § 9-2 første ledd, punkt 9, især punkt 9.2.3.4, 9.2.4 og 9.2.5.

§ 14-2 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. 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.

Helsedirektoratets merknader til alkohollovens bestemmelser om alkoholreklame, gjeldende fra 1.11.2015, versjon 19.2.2016:

Bilder, symboler, illustrasjoner, osv. som gir klare assosiasjoner til alkoholholdig drikk generelt eller til konkrete produkter, vil også anses å ha et salgsfremmende formål dersom avsender har interesse i å selge alkohol. For eksempel vil et bilde av en seidel med skummende, strågul drikke som regel gi klare assosiasjoner til øl uansett hva glasset faktisk inneholder.

Det samme gjelder ord og uttrykk som gir klare assosiasjoner til alkoholholdig drikk. Det vises til at begrepet "duggfrisk drikke" ble ansett for å være alkoholreklame i Høyesteretts kjennelse i Rt. 1993 s. 95. Det samme vil gjelde uttrykk som «happy hour», «en kald en», «en halvliter», osv.

Helsedirektoratet skriver følgende om forbud mot alkoholreklame og sosiale medier:

"Det er ikke gitt unntak for alkoholreklame i sosiale medier som Facebook, Instagram osv. så i slike kanaler er det kun lov å gi informasjon tilsvarende det som kan gis i en annonse i en avis eller liknende (navn, adresse, åpningstider og bevillingsrettigheter), jf § 14-3 nr 3."

I alkoholforskriften § 14-3 er det gjort 20 unntak til reklameforbudet. De forskriftsfestede unntakene er fastsatt for å ivareta hensynene til grensen for nasjonal lovgivningsmyndighet, næringens behov for å gjøre sine produkter og sin virksomhet kjent for andre i bransjen som ledd i ordinær omsetningsvirksomhet, samt imøtekomme forbrukernes behov og forventninger til nøktern og faktabasert informasjon om alkoholholdig drikk.

**Helsedirektoratets merknader til alkohollovens bestemmelser om alkoholreklame;
Unntak nr. 6 - Institusjonell merking**

"Merking av bevillingshavers kjøretøyer, emballasje, betjeningsuniformer o.l. med eget firmanavn og/eller firmamerke".

Unntaket gjelder merking av biler, kontorbygninger, lagerbygninger, betjeningsuniformer, forretningspapirer, o.l. samt annonser av annen art med firmanavn og/eller firmamerke. Det understrekes at det ikke åpnes for merking med produktnavn eller varemerke for alkoholholdig drikk.

Unntaket gjelder kun foretakets eget firmamerke. Det vil for eksempel ikke være tillatt for et skjenkested å merke sine servitøruniformer med en alkoholprodusents, leverandørs eller grossists firmamerke.

Bruk av design, farger og andre gjenkjennbare elementer som gir assosiasjoner til alkoholholdig drikk og/eller spesifikke produkter omfattes ikke av unntaket og vil anses som alkoholreklame.»

I kommunens reaksjon på brudd på alkoholloven og dens bestemmelser, skal vurderingen og begrunnelsen føres opp mot alkoholforskriften kapittel 10: bestemmelser om inndragning av salgs- og skjenkebevillinger, og om prikktildelingsystemet.

Bestemmelsene i alkoholforskriften § 10-1 til 10-6 innebærer et system for prikktildeling ved brudd på bevillingshavers alkoholrettslige forpliktelser. Reglene innebærer at ulike typer brudd tildeles et visst antall prikker og hvor 12 tildelte prikker i løpet av to år vil føre til en standardreaksjon på inndragning i én uke.

Helsedirektoratet skriver i sine merknader følgende om prikktildelingsystemet:

Ved overtredelser som nevnt i § 10-3 skal kommunen tildele bevillingshaver et bestemt antall prikker. Antall prikker som skal gis knytter seg til overtredelsens alvorlighetsgrad. I § 10-3 er det fastsatt hvor mange prikker den enkelte overtredelse i utgangspunktet skal medføre. Innenfor normalområdet til den enkelte overtredelse, har det ingen betydning om det foreligger formildende eller skjerpene omstendigheter. Kommunen vil i disse tilfellene være forpliktet til å tildele det fastsatte antallet prikker.

De enkelte brudd skal som utgangspunkt gi åtte, fire, to eller én prikk. Et enkelt brudd vil derfor normalt ikke alene kunne føre til inndragning. Dersom det avdekkes flere brudd i løpet av en kontroll som til sammen gir tolv prikker eller mer vil dette imidlertid føre til inndragning.

Ordningen med prikktildeling er obligatorisk, og kommunene er forpliktet til å følge anvisningene som følger av forskriften. Det er overtredelsestidspunktene som i utgangspunkt for tildeling av prikker, og ved beregning av toårsperioden skal overtredelsestidspunktene legges til grunn. Denne toårsperioden gjelder uavhengig av om bevillingen blir fornyet i løpet av perioden. Bevillingshaver skal i henhold til alkoholforskriften § 10-5 orienteres om konsekvenser for ytterligere prikkdelinger.

Vedtak om tildeling av prikker eller inndragelse kan påklages etter forvaltningslovens regler. Der klageretten ikke benyttes, kan tildeling av prikker likevel påklages i forbindelse med klager på senere vedtak om inndragning hvor tildeling av prikker inngår som grunnlag.

Brudd på reklameforbudet j.f 10.3.5 skal tildeles én prikk

Grove og bevisste brudd kan etter omstendighetene vurderes som "svært skjerpene omstendigheter", jf. § 10-4.

Ved funn av flere overtredelser av samme bestemmelse (likeartede brudd) på samme kontroll, skal antall prikker ikke ganges med antall overtredelser, jf. § 10-2 første ledd. Imidlertid vil et betydelig antall likeartede brudd være et eksempel på omstendigheter som kan anses som «svært skjerpene», slik at salgs- eller skjenkestedet ilegges flere prikker.

10.4.3.6 Svært skjerpene omstendigheter knyttet til brudd på reklameforbudet;

«Dersom det foreligger et betydelig antall klare og grove brudd på reklameforbudet i utadrettede medier, for eksempel i sosiale medier kan dette være svært skjerpene omstendigheter. Videre kan det være en svært skjerpene

Vurdering:

Reklame om alkohol i sosiale medier har potensiale til å nå mange selv om informasjonen bare ligger ute en kort stund. Bevillingshavere kan på den måten oppnå det de vil da det er lett å legge ut og fjerne innlegg på sosiale medier. Inderøy kommune er opptatt av like spilleregler slik at vi får en rettferdig konkurranse, derfor er det viktig at alle forholder seg til det samme regelverket.

Vedlegg nr. 10, 11 og 12 - bilder av gul drikke i ølglass samt vinflaske

Det kommer klart frem i alkohollovens § 9.2 at reklame for alkoholholdig drikk er forbudt. Ingen publiseringer på sosiale media kan inneholde tekst eller bilder som viser til alkoholholdig drikk eller som kan assosieres med dette er lovlig reklame, jfr alkoholforskriftens § 14.3 og helsedirektoratets merknad pkt 13. Således vil Facebookpost med bilde slik den framkommer i vedlegg nr. 10, 11 og 12 være et brudd på reklameforbudet.

Vedlegg nr. 4 og 6 – banner og tilhenger

Alkoholforskriften § 14-3 lister opp en rekke unntak til alkoholforbudet. Av punkt 6 kommer det frem at bruk av design, farger og andre gjenkjennbare elementer som gir assosiasjoner til alkoholholdig drikk og/eller spesifikke produkter ikke omfattes av unntaket. Vedlegg 4 og 6 vil dermed anses som alkoholreklame.

Konklusjon

Kommunen anser det som positivt at Mosvik Brygge – Bjørn Winje i etterkant beklager at det har blitt lagt ut bilder som blir ansett som alkoholreklame, da det er bevillingshavers ansvar at alkoholloven blir fulgt.

På bakgrunn av overforstående informasjon og med utgangspunkt i kommunens egen dokumentasjon fra gjennomgang av Mosvik Brygge – Bjørn Winje konti på sosiale medier konkluderer kommunedirektøren brudd på reklameforbudet § 9.2 og Alkoholforskriften kap 14. Dette medfører tildeling av 1 prikk, jf. alkoholforskriften § 10-3 med virkning fra overtredelsestidspunktet 10.07.2021.

Det ble avdekket flere brudd på reklameforbudet § 9-2 ved Mosvik Brygge – Bjørn Winje 10.07.2021. Mosvik Brygge – Bjørn Winje fjernet påpekte innslag fra 18.06.21 men ikke alle sine innslag på sosiale medier tross gjentatt informasjon og veiledning. I stedet la de ut ett bilde av en banner med alkoholreklame 10.07.21, samt de hadde ikke fjernet alkoholreklame på banneren, selv om de hadde fått klar veiledning om at dette ikke var tillatt 29.06.21, se vedlegg 6.

Mosvik Brygge – Bjørn Winjes forsøk på å fjerne alkoholreklame på bannere og tilhenger var også svært utilfredsstillende, se vedlegg 8.

På grunnlag av flere brudd som ble avdekket 10.07.21 på reklameforbudet etter gjentatt veiledning, tildeles Mosvik Brygge – Bjørn Winje 1 prikk jf. 10.4.3.6 Svært skjerpene omstendigheter knyttet til brudd på reklameforbudet, med virkning fra overtredelsestidspunktet 10.07.2021.

Dette medfører tildeling av tilsammen 2 prikker til Mosvik brygge – Bjørn Winje org nr. 970 539 522 med virkning fra overtredelsestidspunktet 10.07.2021.

Vedtaket kan påklages etter forvaltningsloven § 28-32. Statsforvalteren i Trøndelag er klageinstans.

