***Matrise over hva som nå er tillatt:***

*Nøktern faktaopplysning:* informasjon produktenes egenskaper bl.a. om råvarer som er brukt, tilvirkningsmåte, smak, hva slags mat drikken passer til, kan gi opplysninger om hvor produktet kan fås kjøpt (forhandlere).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
| Hos produsenten/produsentens hjemmesider | * Kan ha omvisning på gården og informere om ølet eller sideren de produserer | Har ikke vært forbudt, men det har vært begrenset hvordan de kan informere om alkoholproduktene sine |
| * Kan gi ut smaksprøver mot betaling forutsatt at det er tillatt i medhold av skjenkebevilling | Ikke ny |
| * Kan gi ut brosjyrer om konkrete produkter under omvisning | Ny |
| * Kan gi nøkterne faktaopplysninger om alkoholholdige produkter på egne hjemmesider. | Ny |
| * Kan vises bilder av de enkelte produktene på nøytral bakgrunn. | Ny |
| * Dersom det legges ut informasjon om produktene må det også legges ut informasjon som det er påbudt å merke produktene med, for eksempel allergener. | Tilsvarende krav som settes til selve produktet (emballasjen) i matinformasjonsforskriften |
| Salgssteder / hjemmesidene til salgsstedet (Gårdsutsalg, Vinmonopolet, dagligvarebutikker og andre salgssteder som selger ølet/sideren direkte til forbruker (detaljsalg)) | * Kan gi de samme opplysningene om produktenes egenskaper som produsentene. | Vinmonopolet og andre som hadde tillatelse til å selge alkohol under 4,7 % på internett kunne tidligere gi produkt- og prisopplysning. Dette vil utvides til også å omfatte gårdssalg når dette tillates. |
| * Kan informere om pris. | Jf overfor. |
| * Kan også legge ut bilder av produktene de selger på nøytral bakgrunn. | Nytt for Vinmonopolet. (dagligvarebutikker som selger øl i nettbutikk kan vise bilder i dag) |
| Steder med skjenkebevilling og deres hjemmesider | * Steder med skjenkebevilling kan, i hele skjenkelokalet og på hjemmesiden, gi samme opplysninger som salgssted. | Presisering av dagens praksis |
| * Kan legge ut meny (inkl alkoholholdig drikk) på sine hjemmesider | Presisering av dagens praksis |
| * Kan i menyen gi anbefaling av drikke til de matrettene som serveres der. | ny |
| * Messer festivaler, omvisninger, foredrag og kurs | * Produsentene kan selv informere nøkternt om sine produkter på messer, omvisninger og mat- og drikkefestivaler | ny |
| * Det kan også gis smaksprøver mot betaling under forutsetning av at dette er tillatt i medhold av skjenkebevilling. | Ikke ny |
| * Det kan gis ut brosjyrer om de konkrete produktene til produsentene på slike arrangementer. Grunnen til dette, er at de som oppsøker slike arrangementer kommer særlig for å få informasjon om alkohol. | ny |
| * Det blir tillatt å informere om disse arrangementene for eksempel ved plakater eller i annonser. | ny |
| * Det kan informeres på hjemmesidene til arrangementene om hvilke produsenter som deltar. | ny |
| **Generell informasjon om alkohol** | * Produsenter og andre bransjeaktører kan i gi generell informasjon om alkohol (ikke-produktspesifikk) **i kanaler som forbruker aktivt må oppsøke**. Dette åpner bl.a. for slik informasjon på hjemmesider, på Vinmonopolets utsalgssteder (for eksempel brosjyrer) og i nærheten av alkoholdrikkene i dagligvarebutikken, men ikke i aviser og lignende. | Her er vi ikke eksperter og kan ikke gi detaljert forklaring på hva dette innebærer i forhold til gjeldende regelverkt |
| * Det kan også vises generelle og nøkterne bilder av alkoholholdig drikk, for eksempel et glass øl ved siden av julematen eller bilder fra produksjonslokalet, men bilder som viser "positive" drikkesituasjoner vil ikke være tillatt. | ny |

**Hvilke innspill fra bransjen er tatt til følge:**

* Produsenter kan informere om forhandlere på sine hjemmesider
* Skjenkesteder kan gi anbefaling om drikke til maten i menyer
* Det kan gis ut produktspesifikke brosjyrer på bl.a. messer og omvisninger
* Det åpnes for å informere om hvilke produsenter som deltar på slike arrangementer på arrangementenes hjemmesider.

**Hvilke innspill fra høringen er ikke tatt til følge:**

***Informasjon på sosiale medier***

* Rammene for de endringene som nå gjøres i reklameregelverket er at den informasjonen som gis, kun skal til de som ønsker å oppsøke slik informasjon. Vi må også verne de som ikke ønsker slik informasjon, mot det. Det er derfor valgt som hovedregel å avgrense unntakene slik at informasjon kun kan gis i kanaler som forbruker aktivt må oppsøke for å få slik informasjon. Dette er grunnen til at det kun kan gis informasjon om produkter på hjemmesider og ikke på Facebook og lignende sosiale medier hvor informasjon spres også til de som ikke oppsøker informasjon om alkohol.

***Tillate reklame for produkter med samme varemerke/kjennetegn som alkoholholdig drikk, for eksempel lettøl med samme varemerke/kjennetegn som øl***

* Det er ikke forbud mot å reklamere for lettøl i seg selv. Bransjen kan fint reklamere for lettøl som har annet varemerke. Det er for eksempel lov å reklamere for Munkholm da dette har et eget varemerke.
* Reklame for lettøl vil fungere som reklame for de alkoholholdige produktene med samme varemerke. Dagens forbud mot å reklamere for produkter med samme varemerke/kjennetegn som alkoholholdig drikk, ble innført for en del år siden. Grunnen var at bransjen brukte slik reklame for å omgå reklameforbudet. De investerte store summer i reklame for alkoholfritt øl for å indirekte reklamere for de alkoholholdige produktene (markedsføringsbudsjettene var klart mye større enn inntektene fra omsetningen av det alkoholholdige produktet).

***Oppstilling av øl sammen med mat i dagligvarebutikkene (kryssreklame)***

* Dette vil virke forbruksdrivende og er ikke nødvendig for å gi nøktern informasjon til forbrukerne. Forbrukerne kan i nær tilknytning til alkoholvarene i butikken, for eksempel på hyllekanten, gis god informasjon om bruksområder for de ulike drikkene.
* På skjenkesteder hvor mat og drikke skal konsumeres der og da, har vi tatt høringsinstansenes innspill til følge, og tillater at det kan anbefales hvilken drikke som passer til matrettene i menyene.