

Oslo, 22.09.2015

Endringer i bestemmelsen om retten til salg av alkoholholdig drikk mv.  
**Høringssvar til Helse- og omsorgsdepartementet**

## Salg av alkohol over 4,7 volumprosent direkte fra produsent

Actis - Rusfeltets samarbeidsorgan er opptatt av at de gode alkoholpolitiske virkemidlene vi har i Norge skal opprettholdes, og helst styrkes. Alkohol er ikke en vanlig vare, fordi alkoholkonsum påfører individ og samfunn store skader og kostnader. Derfor er alkoholpolitikk helsepolitikk. De viktigste virkemidlene vi har for å begrense konsumet, og dermed skadene, er regulering av tilgjengelighet og pris.

Som Helse- og omsorgsdepartementet påpeker vil det foreliggende forslaget om gårdssalg trolig ikke medføre en betydelig økning i det totale alkoholkonsumet i Norge. Likevel vil Actis advare mot den juridiske og politiske risikoen som ligger i forslaget om å åpne for gårdssalg. En slik liberalisering kan bane vei for aktører som på sikt ønsker ytterligere frislipp. Det er også viktig å se på helheten i utviklingen av alkoholpolitikken med økningen i taxfreekvoten, uthuling av reklameforbudet og nå forslaget om gårdssalg. For Actis er det avgjørende at det viktigste prinsippet i alkoholpolitikken skal være hensynet til folkehelsen, ikke «nærings- og produktutvikling», som her legges til grunn for forslaget om å åpne for gårdsutsalg.

Vi ønsker å fremheve risikoen for at forslaget vil utgjøre en EØS-rettslig trussel: Vinmonopolet er blant de viktigste alkoholpolitiske virkemidlene vi har, og taper nå markedsandeler fordi stadig større deler av alkoholomsetningen skjer utenfor monopolordningen. Gjennom Vinmonopolet har vi muligheter til å regulere både tilgjengelighet og pris på alkoholholdige drikkevarer. Når en stadig større andel av omsetningen av alkoholholdige drikkevarer flyttes til kanaler som ligger utenfor monopolordningen, som taxfree og potensielt gårdsutsalg, vil monopolordningen undergraves og dens legitimitet trues.

Generelt mener Actis at høringsteksten er for utydelig på flere punkter, og bør strammes opp for å hindre utilsiktede konsekvenser. Spesielt gjelder dette for produkttyper og salgsvolum, hvor det er behov for å tette enkelte smutthull og fjerne gråsoner som potensielt kan føre til negative alkoholpolitiske konsekvenser.

## Varer som omfattes av ordningen og innsatsvarenes opprinnelsessted

Departementet ber om høringsinstansenes syn på hvilke produkter som bør omfattes av ordningen. Alternativ a) begrenser produktene som omfattes av ordningen tilsvarende som for utvidet skjenkebevilling, altså alle produkter som ikke er brennevin. Actis mener alternativ a) er det alternativet som i minst grad utfordrer de alkoholpolitiske målene, og er derfor å foretrekke foran de andre alternativene, gitt at det i det hele tatt skal åpnes for gårdsutsalg. Vi mener at å åpne for produkter som er tilsatt brennevin vil øke potensialet for at produktspekteret som produsenter kan selge direkte til forbruker blir for stort. Det vil blant annet kunne innebære ulike varianter og blandinger, som for eksempel rusbrus. Det vil kunne legge grunnlaget for et marked som utfordrer både folkehelsen og Vinmonopolets posisjon.

I tillegg bør det foreligge et krav om at produsentene selv må stå for produksjonen av hovedingrediensene/råvarene som inngår i produksjonen. På den måten ivaretar man eple/sider-bønder som ønsker å selge sine produkter, samtidig som man unngår at ordningen utnyttes av produsenter som benytter en liten andel egenprodukt i blandinger med andre innsatsfaktorer, det man kan kalle «blandingsprodusenter». Actis mener at det foreslåtte kravet til helhetlig karakter og salgstilbud ikke dekker inn behovet for regulering og begrensning. Krav om egenproduserte råvarer vil derimot beskytte de departementet selv fremholder som målgruppen for ordningen - blant annet sider-produsenter som er lokalisert i «frukttraktene» i Hordaland og Sogn og Fjordane, samt andre småskala alkoholprodusenter som bruker egenproduserte frukt og bær i produksjonen.

## Direkte tilknytning til produksjonsstedet og krav om helhetlig karakter og tilbud

Kravet om at salget skal skje i direkte tilknytning til produksjonsstedet er et viktig vilkår, som naturlig vil virke begrensende på antall utsalgssteder. Da vil ikke produsenter kunne selge sine produkter på markeds plasser som f.eks. Bondens marked. Vilkåret om at produksjonen skjer som en del av et tilbud med helhetlig karakter er også viktig, for å ivareta intensjonen bak ordningen - at dette skal være en næringsmessig drahjelp for nisjeprodusenter. Dette vil naturligvis innebære bruk av skjønn fra kommunens side, men Actis har tiltro til at kommunene vil klare å se den vurderingen som en helhetlig del av den lokale alkoholpolitikken. Eventuelt kan det være nyttig med enkelte sentrale føringer eller en veiledning på hva dette vilkåret vil bety i praksis.

## Begrensninger på salgsvolum

Actis støtter departementets vurdering når det gjelder nødvendigheten av en årlig salgsbegrensning per produsent. Dette vil bidra til å gjøre dette til en begrenset ordning, og redusere presset på Vinmonopolets posisjon. Actis mener primært at formålet bak regelendringen fortsatt ivaretas dersom maks grensen settes til 10 000 liter, gitt at målgruppen er nisjeproduksjon primært rettet inn mot turistnæringen, slik departementet viser til. 20 000 liter per produsent per år er et betydelig volum, så dersom dette forblir maksbegrensningen, er det særs viktig at grensen er absolutt (og at den ikke kan omgås ved f.eks. å dele opp virksomheten i flere selskaper), og at den ikke justeres opp på et senere tidspunkt.

## Åpningstider

Actis mener i utgangspunktet det er et viktig prinsipp at produsenter som selger direkte til forbruker bør underlegges samme begrensninger som øvrig salg av alkoholholdige drikkevarer over 4,7 volumprosent, altså Vinmonopolets åpningstider. Derfor støtter vi alternativ a).

Vårt standpunkt henger sammen med det overordnede målet for alkoholpolitikken, at fastsatte åpningstider bidrar til begrenset tilgjengelighet og dermed redusert forbruk. Det er heller ikke heldig at disse produsentene får den markedsfordelen foran Vinmonopolet, som allerede taper markedsandeler til alternative salgskanaler for alkohol.

Actis har forståelse for at det vil bli noe mer utfordrende når produsentene må operere med to salgstider - en for produkter over 4,7 volumprosent, og en for produkter under 4,7 volumprosent. Når en samlet dagligvarebransje imidlertid klarer å operere med to salgstider for sine produkter, så man bør kunne forvente at også andre utsalgssteder skal klare det.

### Kontakt:

Generalsekretær Mina Gerhardsen, 918 52 986, [mina@actis.no](mailto:mina@actis.no)  
Politisk rådgiver Mari Greta Bårdsen, 979 61 633, [marigreta@actis.no](mailto:marigreta@actis.no)