



FARSUND FOLKEPUB AS
Strandgaten 8
4550 FARSUND

Organisasjon

Dato: 11.11.2025
Vår ref.: 25/02193-1
Deres ref.:
Saksbeh.: Anja Pettersen
Telefon: +47 958 56 431

Forhåndsvarsel om sak i.h.t alkoholforskriftens kap. 10 og 14. Reklameforbudet.

Farsund kommune har fått informasjon fra 2 personer om annonsering ved Farsund folkepub der det reises spørsmål om dette er i strid med alkohollovens reklameforbud. Se vedlagte bilder.

Kommunen har plikt til å saksbehandle informasjon som kan fremstå som reklamebrudd.

Hovedbudskapet i reklameforbudet (sitat fra Helsedirektoratets kommentarer):

«Reklame i alkohollovens forstand forstås som «enhver form for massekommunikasjon i markedsføringsøyemed».

Dette innebærer for det første at det har betydning hvordan budskapet er kommunisert. I praksis må kommunikasjonen være enveisstyrt fra avsender (ikke svar på individuelle spørsmål/henvendelser) og rettet mot et ubestemt antall personer. Det sentrale er om kommunikasjonen har potensial til å nå flere, ikke om den faktisk gjør det.

For det andre har formålet bak kommunikasjonen betydning. Formålet med kommunikasjonen må være å fremme salg av alkohol eller andre varer/tjenester. Ved vurderingen av om det foreligger en slik hensikt skal 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.

Dersom avsender har økonomisk interesse i å informere om eller gi assosiasjoner til alkohol, vil dette for eksempel være en sterk indikasjon på at det foreligger markedsføringsøyemed. Dette vil typisk gjelde innehavere av salgs- og skjenkebevillinger, leverandører, importører, produsenter og andre bransjeaktører, men ikke privatpersoner og uavhengige medier.»

Dersom en annonsering fremstår som ulovlig reklame skal det vurderes om tilfellet likevel kommer inn under ett av de 20 *unntakene* fra reklameforbudet.

Dette er et forhåndsvarsel (forv.l§16) om at kommunen vurderer å fatte vedtak etter alkoholforskriftens § 10-3 siste ledd for brudd på reklameforbudet (prikkbelastningsreglene):

«Følgende overtredelser fører til tildeling av én prikk:

- brudd på kravet om alkoholfrie alternativer, jf. [§ 4-6](#) i denne forskriften
- brudd på regler om skjenkemengde, jf. [§ 4-5](#) i denne forskriften
- konsum av medbrakt alkoholholdig drikk, jf. [§ 4-4](#) i denne forskriften
- gjester medtar alkohol ut av lokalet, jf. [§ 4-4](#) i denne forskriften
- brudd på plikten til å påse at det ikke drikkes alkohol i salgslokalet, jf. [§ 3-2](#) i denne forskriften.
- brudd på krav om plassering av alkoholholdig drikk på salgssted, jf. [§ 3-3](#) i denne forskriften
- brudd på vilkår i bevillingsvedtaket, jf. [alkoholloven § 3-2](#) og [§ 4-3](#)
- **brudd på reklameforbudet**, jf. [alkoholloven § 9-2](#), jf. [kapittel 14](#) i denne forskriften
- andre overtredelser som omfattes av [alkoholloven § 1-8](#) første ledd, jf. blant annet [alkoholloven § 3-1](#) femte ledd, [§ 4-1](#) og [8-13](#).»

Før det kan fattes vedtak skal parten ha anledning til å uttale seg. Dersom dere ønsker å komme med uttalelse, bes om at dette gjøres innen 30.11.2025.

Foreløpig vurdering av innholdet i FB-annonseringen:

Arrangement om akevitt

Innholdet i annonseringen fremstår som alkoholreklame på grunn av fokus på en bestemt type alkoholholdig drikk og på grunn av prisopplysninger.

Ettersom det er snakk om et *arrangement* som omhandler alkohol, må det vurderes om dette kommer inn under ett av de 20 *unntakene* og likevel lovlig. Det aktuelle unntaket er [nr 16](#) om kurs, foredrag og messe m.v. og kan leses her:

<https://www.helsedirektoratet.no/forebygging-diagnose-og-behandling/forebygging-og-levevaner/alkohol/forbud-mot-alkoholreklame#unntakfrareklameforbudet>

Dette unntaket gir skjenkesteder anledning til å opplyse at man holder et arrangement som omhandler alkohol. Vanligvis er det snakk om kurs, foredrag og smaking, det er også tilfellet i denne saken.

Det kan gis nøkterne opplysninger for å gjøre selve arrangementet og innholdet i arrangementet kjent. Det kan også opplyses om at det inngår smaksprøver i inngangsbilletten. Det kan henvises til arrangementets egen hjemmeside (dersom det finnes). Det er ikke tillatt med bilder eller illustrasjoner som fremstiller alkoholholdig drikk, opplysninger om firmamerker eller produkter.

Vi har drøftet saken med Securitas. Deres vurdering er at arrangementet ikke er kunngjort med «*nøkterne opplysninger for å gjøre selve arrangementet og innholdet i arrangementet kjent*» (sitat fra lovkommentarene) I stedet er navnet på en type alkoholholdig drikk hovedbudskapet i annonsen.

Det er anledning til å la alkohol inngå i en billett ved arrangement. Det er derimot ikke anledning til å omtale den alkoholholdige drikken. I tillegg kan prisopplysningene fremstå som rabatt. Annonsen synes ikke å være i tråd med unntaksbestemmelsen og vurderes dermed som i strid med reklameforbudet.

Denne vurderingen er i tråd med Helsedirektoratets veileder, og legges til grunn.

Annonse på FB om juleøl-smaking:

Enhver aktivitet på et skjenkested som omhandler inntak av alkohol kan ikke defineres som arrangement og dermed som unntak (nr 16.) Denne annonsen opplyser, så vidt vi

kan se, ikke om et reelt arrangement (kurs, foredrag o.l.) men bare om innholdet i pubens vanlige skjenketilbud, og kommer dermed ikke inn under unntaket. Annonsen fremstår som et alkoholpositivt budskap og vurderes å være i strid med reklameforbudet

Annonse om gavekort

Også dette bildet kan gi assosiasjon til alkohol.

Andre problemstillinger knyttet til reklameforbudet

Hensynet bak reklameforbudet er folkehelse og begrenning av alkoholbruk. Til tross for Helsedirektoratets betydelige fokus på alkoholreklameforbudet, er det ikke verken nytt eller overraskende at hensynene bak forbudet ikke nødvendigvis oppleves forståelige og aksepterte. Reglene fremstår kompliserte og krevende for alle involverte. Også for de skjenkestedene som virkelig tilstreber å unngå alkoholreklame.

Den mest relevante kritikken mot prikkbelastningssystemet i reklamesaker er at effekten er for svak. Den står heller ikke i forhold til den komplekse saksbehandlingen som kreves. Kanskje vil noen bevillingshavere oppleve offentlig oppmerksomhet rundt en sak som en belastning. Kanskje vil noen bevillingshavere derimot vurdere oppmerksomheten som god reklame.

Dette er uansett hensyn det ikke er anledning til å legge vekt på.

Vi erfarer at interesse for reklamebrudd sjeldent er motivert av hensynet bak reglene, derimot er det ofte motivert av konkurransehensyn, og det er forståelig: Skjenkesteder som forsøker å fremheve alkohol (det vi omtaler som *markedsføringsøyemed* i alkoholforskriften) har **markedsfordeler** som andre skjenkesteder ikke har. Vår erfaring er at dette oppleves svært lite lojalt innad i bransjen. Heller ikke det er et relevant hensyn i reklamereglene, men tas med til orientering da det er av betydelig interesse for hele skjenkebransjen.

Vi imøteser svar innen 30.11.2025.

Ved henvendelse angående saken, vennligst referer til saksnr. 25/02193.

Med hilsen

Anja Pettersen
rådgiver

Brevet er elektronisk godkjent og har derfor ingen signatur.

Vedlegg:

Bilder fra Facebook

