

## TIL HELSE- OG OMSORGSDEPARTEMENTET

### **Høringssvar fra IOGT i Norge. Høring - forslag om endringer i alkoholoven og alkoholforskriften - utvidet ordning for begrenset salg av alkoholholdig drikk direkte fra produsent**

IOGT i Norge er en rusforebyggende medlemsorganisasjon. Vi driver ruspolitisk påvirkningsarbeid, forebyggende tiltak og et utstrakt sosialt arbeid for rusavhengige og for barn og unge. Vi jobber for at det skal være lett å ta rusfrie valg, og vil bidra til et trygt og inkluderende samfunn.

IOGT i Norge er sterkt kritisk til forslaget som er presentert. Vi vil her i vårt høringssvar argumentere for hvorfor dette er et problematisk forslag. Vi kommer likevel med konkrete tilbakemeldinger på paragrafene i forslaget, siden et flertall i Stortinget nå ønsker en slik ordning.

#### **Alkoholpolitikk er helsepolitikk – ikke næringspolitikk**

Alkohol er ikke en vanlig vare. Tilgjengelighet av alkohol er ett av Verdens Helseorganisasjon sine tre «best buys» for en god forebyggende alkoholpolitikk, sammen med strenge reguleringer på pris og reklame. Å utvide mulighetene for salg av alkohol fra produsent er et brudd med det førende folkehelseargumentet som tradisjonelt ligger til grunn for norsk alkoholpolitikk, da det handler om næring- og distriktspolitikk. Vi mener at folkehelse og helsepolitikk skal ha prioritet over disse, og er derfor imot å åpne opp for produsentsalg av alkohol.

Siden utvidelse nå blir foreslått, ønsker vi å spille inn behovet for en ordning som kun omfatter alkoholholdig drikk i gruppe 2, uten tilsatt brennevin. Samtidig forholder vi oss til at Stortinget har vedtatt en ordning etter svensk modell. For å hindre at dette blir en alternativ salgskanal utenfor Vinmonopolet, er det av avgjørende betydning at ordningen rammes inn så restriktivt som mulig.

#### **Liberalisering**

Vi er redd presset for en «modernisering» av alkoholpolitikken ikke stopper med produsentsalg av alkohol. Kravene om ytterligere liberaliseringer med lengre åpningstider, nye salgsformer og «tilpasninger» i reklameforbudet er allerede godt synlige – og vi tror presset vil øke i tida framover. Skadevirkningene vi frykter av det som nå skjer, kommer ikke over natta. De skjer gjennom gradvise forskyvninger av normer, praksis og politiske rammer.

I evalueringen av nasjonal alkoholstrategi skriver forskere fra FHI at det ikke er realistisk å nå målet om 20 % reduksjon i totalkonsumet innen 2030. Der regjeringen legger seg på en linje hvor man vil «bevare hovedlinjene i alkoholpolitikken», etterlyser forskerne en forsterket innsats for å nå målene. Innsatser bør fokusere på regulatoriske virkemidler, og da spesielt pris- og tilgjengelighetsbegrensende tiltak. Med forslaget om utvidet gårdssalg går regjeringen i motsatt retning.

## Våre innspill til de konkrete forslagene

### 9.2.2 Produkter som omfattes

IOGT mener det er viktig at det er tydelig krav om hvilke produkter ordninger gjelder for. Derfor er det viktig at ordningen omfatter salg av alkoholholdig drikke som skjer på stedet der produktet har blitt produsert. Dette vil redusere risikoen for at ordningen fremstår som en vesentlig salgskanal utenfor polet.

### 9.2.3 Produsenter som omfattes

IOGT mener det er viktig å sette tydelige grenser for hvilke type produsenter som ordningen gjelder for, både med tanke på volum og uavhengighet. Ordningen skal gjelde små produsenter, og ikke være et smutthull for nye salgskanaler for større produsenter. For det første er det viktig med en øvre grense for volum på produksjon. Videre så må tilvirkerne som omfattes av ordningen må være juridisk og økonomisk uavhengige større produsenter, for å unngå at store selskaper oppretter ulike utsalgssteder rundt om i landet.

### 9.2.4 Innsatsvarenes opprinnelsessted

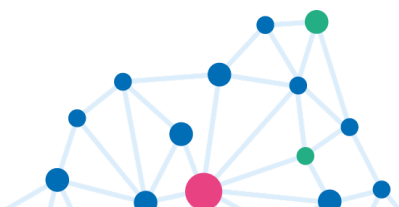
Krav om egendyrkede innsatsvarer bør etableres, slik det allerede finnes i den eksisterende ordningen. Intensjonen med ordningen er at produsenter av råvarer kan lage sine produkt og selge direkte til kunder. Intensjonen blir ikke møtt dersom produsenter kan kjøpe råvarene fra andre, og kun produsere i et tilfeldig lokale. Produsenter uten egendyrkede innsatsvarer bør derfor ikke bli inkludert i ordningen.

### 9.2.5 og 9.2.6 Krav om helhetlig karakter og salgstilbud og krav om betalt besøksarrangement

Ny ordning bør omfattes av samme krav som eksisterende ordning for å skape harmoni i regelverket og begrense tilgjengeligheten. IOGT støtter derfor forslaget om krav til helhetlig karakter og salgstilbud, samt at det bør tas betaling for arrangementet. Det må sikres at prisen som tas for besøket står i stil til hva som tilbys, og ikke kun er en symbolsk sum. Slik hindrer man at regelverket omgås.

Det bør settes et krav om minimumslengde på omvisningen/besøket tilsvarende i svensk ordning.

### 9.2.7 Salgsvolum per år



**IOGT.NO**

IOGT mener det er viktig at det settes et maksimalt salgsvolum direkte til forbruker per produsent, mest av alt for å hindre at salgskanalen utfordrer Vinmonopolordningen mer enn det den allerede gjør. Vi støtter forslaget på 15 000 liter pr år for alkoholgruppe 2, og 5000 liter for alkoholgruppe 3.

#### 9.2.8 Salgsbegrensninger til hver enkelt kunde

Det bør være en tydelig begrensning på salg til hver enkelt kunde, og vi støtter Departementets forslag, med at det kun kan selges inntil 1,5 liter alkoholholdig drikk gruppe 2 og inntil 0,5 liter alkoholholdig drikk gruppe 3.

#### 9.2.9 Krav til produksjonssted og utsalgssted

IOGT mener det er viktig med krav om tilknytning mellom tilvirkningslokale og salgssted. Dette vil sørge for et helhetlig regelverk mellom eksisterende og ny ordning. Dette betyr også at det ikke bør åpnes for nettsalg av produktene som kan selges som del av denne ordningen.

#### 9.2.10 Salgstider

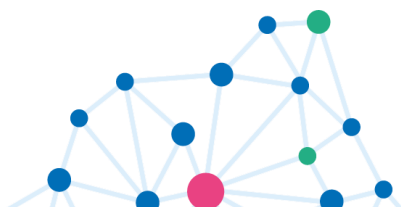
IOGT mener ordningen ikke kan ha salgstider som går utover Vinmonopolets åpningstider. Dette er viktig for å hindre en konkurransesituasjon som kan undergrave Vinmonopolets stilling. Det må selvsagt også være lokal behandling av salgsløyver, der man lokalt kan redusere salgstidene ytterligere.

#### 9.3.3 Tilbakekall og inndragning

Salgsordningen må inngå i prikktildelingssystemet. Salg over tillatt salgsmengde og manglende gjennomføring av betalt besøksarrangement bør resultere i fire prikker.

Videre er det viktig å poengtere at dette fører til en større arbeidsmengde for kommunene, og at det er det avgjørende at de får tilført tilstrekkelig ressurser til dette.

Hanne Cecilie Widnes  
Generalsekretær IOGT i Norge  
[iogt@iogt.no](mailto:iogt@iogt.no)  
Tlf: 48 23 16 60



**IOGT.NO**