

Unntakene fra forbudet mot alkoholreklame

I 2015 vedtok Helse- og omsorgsdepartementet enkelte endringer i alkoholforskriften. Forskriften hadde da vært uendret siden 2005.

OBS: Det er fortsatt forbudt å reklamere for alkoholholdig drikk og utstyr for tilvirking av alkoholholdig drikk.

Om reklameforbudet

- Reklame defineres som "enhver form for massekommunikasjon i markedsføringsøyemed". Det innebærer at all informasjon om alkohol fra en kilde med økonomiske interesser i salg av alkohol er forbudt, uavhengig av informasjonskanal. Svar på individuelle forespørsler omfattes ikke av forbudet.
- "Markedsføringsøyemed" foreligger hvis avsenderen kan antas av å ha økonomisk interesse av å spre informasjonen og kan omfatte lenking, sponing og omtale av egne produkter. Det kan også være avgjørende hvordan omtalen er utformet (størrelse, plassering, alkoholpositive formuleringer).
- Politiske ytringer (for eksempel debattinnlegg for alkoholreklame) omfattes ikke av forbudet.
- Reklameforbudet er medienøytralt. Dersom informasjonen er å regne som massekommunikasjon i markedsføringsøyemed, har det derfor ikke betydning hvilke kanaler eller medier som brukes for å formidle den, enten det skjer gjennom aviser, magasiner, film, radio, TV, internett, plakater, skilt, utstillinger, muntlig informasjon eller ved distribusjon av brosjyrer/trykksaker, vareprøver mv.

Tre hovedprinsipper ligger til grunn for unntakene

1. Unntakene omfatter kun nærmere definerte plattformer som forbrukerne selv aktivt må oppsøke (som nettsider).
2. All informasjon (både tekst og bilder) må være nøktern og faktabasert og ikke inneholde "alkoholpositive" budskap.
3. Unntakene er gjort for å gi forbrukere som ønsker det tilgang til nøktern informasjon, ikke for å gi produsenter osv. en ny markedsføringskanal.

Unntak 1: UTENLANDSK TRYKT SKRIFT

Annonser i en utenlandsk trykksak som innføres til Norge, med mindre hovedformålet med trykksaken eller importen er å reklamere for alkoholholdig drikk i Norge.

Unntak 2: BRANSJETIDSSKRIFTER

Informative annonser i bransjetidsskrifter og annen informasjon til bevilingshavere som ledd i den ordinære omsetningsprosess for alkoholholdige drikker.

Typiske eksempler er Dagligvarehandelen, Horecanytt og ProBeer. Målgruppen for bransjemagasiner må i det vesentlige være bevilingshavere etter alkoholloven og ansatte på salgs- og skjenkesteder.

Annonsering i mat og drikkemagasiner som henvender seg til forbrukerne er ikke tillatt.

Unntak 3: ANNONSER FOR SALGSSTED

Annonser om salgssted, herunder nettsalgssted, eller skjenkested med informasjon om stedets navn, adresse og åpningstider samt bevillingsrettigheter. Tilsvarende informasjon kan gis fra salgs- og skjenkested på egne nettsider.

Det forutsettes at annonsen tilfredsstiller kravene til nøkternhet og saklighet.

Annonser kan ikke inneholde:

- Firmanavn eller logo for alkoholprodusent.
- Brandnavn.
- Bilder av alkohol-/drikkesituasjoner.
- Priser eller hentydninger om prisnivået.
- Alkoholpositive formuleringer eller begreper som "Happy hour".

Unntak 4: OPPLYSNINGSSKILT

Opplysningsskilt av lite format i umiddelbar tilknytning til salgs- eller skjenkested.

Navneskilt på et salgs- eller skjenkested, f.eks. *Grünerløkka Brygghus* eller *Gulating Ølutsalg* er tillatt og omfattes ikke av denne bestemmelsen. Det er lov å sette opp mindre skilt i umiddelbar tilknytning til stedet, der det opplyses om skjenkerettigheter og åpningstider. Det er også lov å opplyse om at det er salgs- og skjenkesteder på et kjøpesenter.

For vertshus/gårdsutsalg kan det settes opp tilsvarende skilt ved innkjørsel/vei. Slike skilt skal ikke være mer framtrepende enn tilsvarende skilt for andre virksomheter og ikke inneholde navn på spesifikke produkter. Her kan det heller ikke opplyses om skjenkerettigheter og åpningstider.

Unntak 5: MERKING AV SERVERINGSUTSTYR

Merking av vanlig serveringsutstyr på skjenkested med alkoholprodusenters eller grossisters firmanavn og/eller firmamerke.

Med "vanlig serveringsutstyr" menes utstyr som har tilknytning til selve skjenkingen, f.eks. ølbrikker, glass, rørepinner, skjenkekorker, drinkemiksere, tappetårn og barmatter som brukes til skjenking og ligger lite synlig på innsiden av disken.

Unntaket omfatter ikke menyer, skjenkekart, vannkaraffer, kaffekopper, fyrstikkesker, askebegre, reservertkort, garderobemerker, t-skjorter, forklær, servitøruniformer, barmatter som ligger synlig på disken, pengebelter, parasoller og annet materiell som ikke er direkte tilknyttet skjenkingen.

Det er heller ikke tillatt å dele ut reklameartikler til bevillingshavere og forbrukere av typen penner, ballonger, fyrstikkesker, øljekker osv.

Unntak 6: INSITUSJONELL MERKING

Merking av eiendeler, utstyr og informasjonsmateriell med eget firmanavn/firmamerke

Unntaket gir salgs- og skjenkesteder, alkoholprodusenter og -grossister adgang til å bruke eget firmanavn/firmamerke ved merking av biler, kontorbygninger, lagerbygninger, emballasje, betjeningsuniformer, forretningspapirer, nettsider, annonser og lignende, såkalt institusjonell merking.

Bruk av designelementer og farger som gir assosiasjon til alkoholholdig drikk eller spesifikke produkter er ikke tillatt.

Unntak 7: REKLAME I UTENLANDSKE TV-KANALER

Reklame i utenlandske fjernsynskanaler, når reklamen er i samsvar med reklamereglene i det land kanalen sendes fra. Unntaket gjelder ikke reklame i fjernsynssendinger som er spesielt rettet mot Norge.

Unntak 8: I KANALER SOM MOTTAKER SELV AKTIVT MÅ OPPSØKE KAN DET GIS NØKTERN, IKKE-PRODUKTSPELIFIKK INFORMASJON OG BILDER

Nøkterne ikke-produktspesifikke faktaopplysninger om alkoholholdig drikk, bl.a. om råvarer, tilvirkning, oppbevaring, bruksområder og serveringsmåte, herunder ikke-produktspesifikke bilder og andre illustrasjoner som framstiller alkoholholdig drikk, i massekommunikasjonskanaler som mottaker selv aktivt må oppsøke for å få denne informasjonen fra avsender.

Det vil for eksempel være tillatt å vise bildeutsnitt av ulike alkoholtyper, nøytrale glass med alkohol ved siden av en matrett, samt interiørbilder fra salgs- og skjenkesteder eller produksjonslokaler.

Det er et krav at informasjonen gis i kanaler som forbrukeren selv aktivt må oppsøke, dvs. at det kun er de personene som aktivt ønsker og har behov for slik informasjon som skal eksponeres for den. Dette innebærer blant annet:

- At informasjonen må fremkomme i alkoholaktørens egne kommunikasjonskanaler, for eksempel egne hjemmesider, lokaler, kurs, trykksaker mv. Det kan ikke legges til rette for videreformidling av informasjonen, for eksempel ved applikasjoner for deling via sosiale medier.
- At andre kommersielle aktører ikke kan gi informasjon om alkohol, for eksempel om hvilke typer alkohol som passer til deres produkter. Det vil heller ikke være tillatt for kjøpesentermagasiner, handelstandsblader o.l. å gi omtale av alkoholtyper, anbefalinger av vin til mat, artikler om vindistrikter, osv.
- At aktører som både selger alkohol og andre varer kun kan gi slik informasjon i tilknytning til alkohol, for eksempel ved å plassere informasjonen sammen med de alkoholholdige varene eller under egne faner om alkohol på aktørens hjemmesider.

- At informasjonen normalt ikke kan gis i sosiale medier, da disse tilrettelegger for videreformidling og automatisk spredning til forbrukere som ikke har oppsøkt informasjonen.

Unntak 9: DRIKKEPAKKER OG REISEARRANGEMENTER

Nøkterne ikke-produktspesifikke faktaopplysninger om at alkoholholdig drikk inngår i mat- og drikkepakke ved skjenkested eller at opplevelser knyttet til slik drikk inngår i reisearrangementer. Det kan ikke vises bilder eller illustrasjoner av alkoholholdig drikk.

Det er tillatt å annonsere for produktpakker (f.eks. tre retters middag med tilhørende øl), reisearrangementer, kurs osv. hvor alkohol inngår. Unntaket gjelder for skjenkesteder, reisearrangører, bryggeriomvisninger o.l. Informasjonen må være nøktern og ikke produkt-spesifikk.

Dagligvareforretninger kan ikke reklamere for ferdigpakkede leveranser med matvarer og alkohol. Det kan ikke gis opplysninger om prisfordeler.

Unntak 10: VED NETTSALG

Nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn, i nettbutikk når opplysningene gis av AS Vinmonopolet som grunnlag for bestilling over nettet (nettsalg) eller innehaver av kommunal salgsbevilling for alkoholholdig drikk i gruppe 1 (som inneholder over 2,5 og maks 4,7 volumprosent alkohol) når bevillingen omfatter nettsalg.

Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes i nettbutikken.

Dette gjelder kun i nettbutikk, for Vinmonopolet og innehavere av kommunal salgsbevilling med rett til nettsalg. Her gjelder de samme prinsippene for informasjon som under pkt. 14. *Det viktigste nye unntaket er at det gis adgang til å gi nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn.*

Unntak 11: VED AUKSJON

Nøkterne produkt- og prisopplysninger om produkter som skal auksjoneres bort, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Slike opplysninger kan kun gis av AS Vinmonopolet eller auksjonshus som bistår selskapet og kun på deres hjemmesider eller etter forespørsel.

Dette gjelder kun for Vinmonopolet og auksjonshus som bistår Vinmonopolet. Her gjelder de samme prinsippene for informasjon som under pkt. 14. Det viktigste nye unntaket er at det gis adgang til å gi nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn.

Unntak 12: PÅ SALGS- OG SKJENKESTEDER

Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn.

Produktspesifikt informasjonsmateriell i form av produktkataloger, -brosjyrer eller lignende, er ikke tillatt.

Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. På salgssteder må opplysningene plasseres i nær fysisk tilknytning til produktene.

Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer.

Her gjelder de samme prinsippene for informasjon som under pkt. 14. Det viktigste nye unntaket er at det gis adgang til å gi nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Dessuten:

- Dersom det benyttes bilder av alkoholholdig drikk, må også matrettene avbildes.
- Dersom man anbefaler alkoholholdig drikk, må man gi tilsvarende anbefaling for alkoholfritt.
- Menyer og oppslagstavler må ha et representativt utvalg av produkter, også alkoholfritt.
- På salgssteder må informasjonen plasseres fysisk nær produktene (altså ikke ved ferskvaredisker, kasser etc.)
- Enkeltprodukter kan ikke framheves framfor andre, f.eks. på nedhengplakater eller annet reklamemateriell.
- Sameksporing av alkohol med andre varer (f.eks. ferskvaredisker) tillates ikke. Det gjelder også alkoholfrie- og alkoholsvake produkter med samme merkenavn som alkohol.

Unntak 13: HJEMMESIDEN TIL SALGS- OG SKJENKESTEDER

Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet, dersom det er en del av en fullstendig oversikt over produktene som omsettes på stedet.

Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. *Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer.*

Det kan gis nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene mot nøytral bakgrunn. Unntaket omfatter kun hjemmesider, ikke sosiale plattformer som Facebook, Twitter, Instagram osv.

For skjenkesteder gjelder særlig:

- Alle drikker må presenteres likt, også alkoholfrie, slik at ingen drikker framheves framfor andre.
- Serveres det mat, må spisemeny publiseres på samme måte som drikkemeny.
- Hvis det vises bilder av alkoholholdig drikk, må også matretter og alkoholfrie drikker avbildes på samme måte.
- Hvis det anbefales alkohol til en matrett, må det også opplyses om alkoholfrie alternativer.

For salgssteder gjelder særlig:

- Hele utvalget av produkter må presenteres likt, slik at ingen produkter framheves framfor andre.
- Hvis det vises bilder av alkoholholdig drikk, må tilsvarende bilder vises for hele vareutvalget.
- Alkoholholdige produkter kan ikke framheves sammen med andre produkter, f.eks., sammen med oppskrifter og kundeaviser på hjemmesiden.
- Krysshenvisninger av typen "denne osten passer til dette ølet" eller "kunder som har kjøpt denne har også kjøpt denne" er ikke tillatt.

Unntak 14: PÅ HJEMMESIDEN TIL PRODUSENTER OG GROSSISTER

Unntaket innebærer at produsenter og grossister, på spesifikke vilkår, kan gi nøkterne, produktspesifikke faktaopplysninger om alkoholholdig drikk på sine hjemmesider. Dette gjelder for alle typer alkoholholdig drikk. Som produsenter anses i denne sammenheng også innehavere av kommunal salgs- eller skjenkebevilling med utvidet rett til tilvirkning.

- Det er kun informasjon publisert på produsentenes og grossistenes hjemmesider som er omfattet av unntaket. Informasjon på sosiale plattformer som eksempelvis Facebook, Instagram, Twitter, osv. er ikke tillatt.
- Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder, samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn.
- Nøkterne produktopplysninger kan også omfatte korte og saklige smaks- og lagringsbeskrivelser og gjengivelser av tegn for bruksområder. **Formuleringer som tillates er:**
-Etablerte smaks karakteristikk som "frisk", "fruktig", "lettdrikkelig", "kompleks", "fyldig", "hint av lakris", "lang ettersmak".

Formuleringer som ikke tillates er:

-Reklamepregede uttrykk som "god", "nydelig", "perfekt til..."

-Irrelevante opplysninger om at ølet passer "en varm sommerdag", "ved peisen" osv

Det kan også opplyses hvem som forhandler produktene.

- Bilder av spesifikke produkter må ha nøytral bakgrunn. Dette betyr at de kun kan avbildes på en nøytral bakgrunn uten andre objekter som ikke er en del av produktet. Typisk vil være en hvit eller grå, ensfarget bakgrunn.
- Lenker til utenlandske leverandørers hjemmesider betraktes som kontaktopplysninger og er tillatt.
- QR-koder til utenlandske produsenters nettsider vil normalt ikke tilfredsstille kravene mht bilder og beskrivelser, og er derfor ikke tillatt.

Særlige vilkår for å kunne gi opplysninger

Produsentene og grossistene kan bare legge ut opplysninger som nevnt over hvis noen særlige vilkår er oppfylt:

- Alkoholholdig drikk må ikke på noen måte framheves i forhold til andre produkter. Tilsvarende informasjon må gis for alle øvrige produkter (også alkoholfrie varer) som finnes i produsentenes og grossistenes produktutvalg. Dette innebærer for eksempel at det ikke vil

være tillatt å ha bilder av alkoholholdige produkter på hjemmesiden, uten at den også inneholder bilder av øvrige varer i sortimentet.

- Det skal gis opplysninger som det er obligatorisk å merke produktene med etter matinformasjonsforskriften, det vil si allergener, nettoinnhold og alkoholinnhold. Ingrediensliste og næringsdeklarasjon bør oppgis for de produktene hvor dette foreligger.
- Det må også informeres om skadevirkninger alkohol kan medføre sammen med den enkelte produktomtale. Helsedirektoratet anbefaler følgende standardtekst: "Bruk av alkohol kan gi ulike skadevirkninger. Nærmere informasjon finner du her: <https://helsenorge.no/rus-og-avhengighet/alkohol/alkohol-og-helse>"

Unntak 15: FORHÅNDBESTILLING AV TAXFREE-VARER

Ved forhåndsbestilling av alkoholholdig drikk for utlevering på utenlands flyreiser: Nøkterne produkt- og prisopplysninger som grunnlag for bestillingen dersom informasjonen kun er tilgjengelig for reisende som har bedt om å få denne informasjonen.

Det kan på nøktern måte også opplyses til reisende at de kan be om denne informasjonen.

Unntaket omfatter nøkterne produkt- og prisopplysninger på hjemmesidene til fly- og charterselskaper. Sosiale medier omfattes ikke. For fergeselskaper med taxfree-salg, gjelder de samme bestemmelsene som under pkt. 13. (Hjemmesiden til salgs- og skjenkesteder).

Informasjonen skal kun være tilgjengelig for reisende som har bedt om å få den.

Bilder og illustrasjoner av alkohol er ikke tillatt.

Unntak 16: MESSER, FESTIVALER, OMVISNINGER, KURS OG FOREDRAG

Unntaket innebærer at grossister, produsenter, salgs- og skjenkesteder, herunder Vinmonopolet, kan gi nøkterne, produktspesifikke opplysninger og bilder, samt opplyse om sine forhandlere på messer, festivaler, omvisninger, reisearrangementer, kurs og foredrag om alkoholholdig drikk, som er rettet mot forbruker.

- Arrangementer som omfattes av unntaket er kun arrangementer hvor informasjon om alkoholholdig drikk er temaet eller begrunnelsen for arrangementet, hovedsakelig mat- og drikkearrangementer som for eksempel ølmesser, vinkurs, mat- og vinfestivaler, osv. Det må fremkomme tydelig for forbrukeren at det vil gis informasjon om alkoholholdig drikk på arrangementet. Musikkfestivaler, ferie- og fritidsmesser, o.l. er ikke omfattet av unntaket.
- Opplysninger kan gis om råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder, herunder produktbilder på nøytral bakgrunn. Nøkterne produktopplysninger kan også omfatte korte og saklige smaks- og lagringsbeskrivelser og gjengivelser av tegn for bruksområder. Det kan også opplyses hvem som forhandler produktene.
- Det kan også opplyses om aktørenes hjemmesider som inneholder slik produktinformasjon, jf. unntakene i nr. 13. og 14.

- Områder hvor slike opplysninger kan gis må være tydelig avgrenset uten tilgang for personer under 18 år. Slike arrangementer kan kun finne sted på tydelig avgrensede områder, med merking som viser at man går inn på et område med alkoholinformasjon.
- Unntaket åpner videre for at det kan gis nøkterne opplysninger for å gjøre selve arrangementet og innholdet i arrangementet kjent. Det kan opplyses om at det i inngangsprisen/kurskontingenten inngår smaksprøver. Videre kan det opplyses om/henvises til arrangementets egen hjemmeside. Det er ikke tillatt med bilder eller illustrasjoner som fremstiller alkoholholdig drikk, opplysninger om firmamerker eller produkter. Slik informasjon kan også gis i kanaler som forbruker ikke aktivt oppsøker for å få denne informasjonen, for eksempel på plakater eller i annonser i aviser.

*Opplysninger om spesifikke produsenter og grossister som deltar på arrangementet er imidlertid **kun** tillatt på arrangementets egen hjemmeside.*

Smaking av alkohol på messer, festivaler, omvisninger, kurs, o.l.

Det understrekes at øl-/vinsmakinger o.l. anses som skjenking og krever skjenkebevilling. Det er heller ikke lov med gratis smaksprøver. Det kan tas betalt for hver enkelt smaksprøve, eller betalingen kan inngå i inngangsbillett/kursavgift.

Når det gjelder krav til skjenkebevilling på festivaler/messer o.l., vil dette i praksis kunne løses på flere ulike måter. Det er opp til den enkelte kommune å vurdere hvilken løsning de ønsker å bruke, jf. det kommunale selvstyret i bevillingssaker. I direktoratets merknader til bestemmelsen presenteres tre mulige løsninger kommunen kan velge mellom:

- Smaksprøver kan kun gis på skjenkested med bevilling
- Hver stand får egen skjenkebevilling
- Det gis en felles bevilling til arrangøren for hele arrangementet som inkluderer de enkelte stands

Unntak 17: REKLAME FOR VARER OG TJENESTER MED SAMME NAVN SOM ALKOHOLHOLDIG DRIKK DERSOM BRANDET ER ET PERSONNAVN

Det gis en begrenset adgang til å reklamere for andre varer og tjenester som har samme navn som alkoholholdig drikk dersom navnet på den alkoholholdige drikken er produsentens eget personnavn.

Den alkoholholdige drikken må ha et eget distinkt varemerke, og etikett/emballasje må ikke gi klare assosiasjoner til de andre varene og tjenestene ved bruk av ord og ordforbindelser, herunder slagord, navn, bokstaver, tall, figurer, form og avbildninger.

I praksis vil dette bety at en person med et etablert og kjent navn kan bruke personnavnet sitt som merkenavn på både alkohol og andre varer og tjenester dersom det alkoholholdige produktet i visuell utforming skiller seg fra de ikke-alkoholholdige varene/tjenestene som vedkommende eventuelt markedsfører.

Unntaket gjelder kun i de tilfellene hvor personen er produsent eller medprodusent av det alkoholholdige produktet. Dette betyr blant annet at det ikke vil være tillatt for kjendiser og andre å låne bort/selge navnet sitt til alkoholprodusenter for at personnavnet skal brukes på etiketten.

Unntak 18: ETIKETTER OG EMBALLASJE

Unntaket innebærer at det er tillatt med særlig merking for generelle merkeordninger på etiketten eller emballasjen til alkoholholdig drikk når slik merking dokumenterer at produktet som bærer merkingen oppfyller særlige krav til produksjonsmetode, opprinnelse eller innhold. Det vil også være tillatt med merking som viser at produktet oppfyller krav til beskyttet betegnelse.

Eksempler på slike norske merkeordninger er: Ø-merket (Debio), Spesialitet og Beskyttet betegnelse. Tilsvarende utenlandske og internasjonale merkeordninger som stiller krav til produksjonsmetode, opprinnelse eller innhold vil også være tillatt.

Det understrekes at opplysninger om andres vurderinger av produktet, for eksempel terningkast, karakterer, sitater, referanser til utmerkelse, priser og medaljer mv. ikke omfattes av unntaket.

Informasjonen kan også gis på hylleetiketten, forutsatt at den ikke fremheves foran andre opplysninger på etiketten. Det vil ikke være tillatt å fremheve slike produkter fremfor andre alkoholholdige produkter, for eksempel ved bruk av såkalte «vippetasser», skilt, osv.

Merking med norske og internasjonale priser, f.eks. "Årets øl – Det norske måltid" eller terningkast er ikke tillatt.

Unntak 19: BRUK AV FIRMANAVN VED SPONSING

Unntaket gir en svært begrenset adgang til å bruke samme firmanavn eller firmamerke som alkoholholdig drikk ved sponsing av ideelle formål. Sponsing skal forstås som ethvert bidrag til det ideelle formålet og kan både være økonomisk støtte eller andre verdier. Sponsors markedsføringsøyemed skal være uvesentlig.

- Med ideelt formål forstås i denne sammenheng frivillig virksomhet som ikke tilbyr et kommersielt produkt eller en tjeneste eller har som formål å fremme en slik vare eller tjeneste og hvor eventuelt overskudd føres tilbake til virksomheten for å fremme ideelle formål. Frivillig virksomhet forstås som virksomhet som for det vesentligste er basert på medlemskontingent, frivillige gaver/innsamlede midler og/eller frivillig tidsbruk og som har et ikke-kommersielt formål. Et eksempel på slik virksomhet kan f.eks. være håndballcup for barn og unge, lokale fotballturneringer mv.
- Å informere om sponsing av kommersielle og ikke-ideelle arrangementer og prosjekter som lanseringsfester, motevisninger, osv. vil ikke være tillatt etter unntaket.
- Bruken av firmanavn eller firmamerke (logo) må være nøktern og tilbaketrukket og presenteres på lik linje med andre sponsorer. Sponsors firmamerke eller firmanavn kan kun brukes på informasjonsmateriell fra den som blir sponset (det ideelle formålet).
- Informasjonen kan gis i alle ordinære kommunikasjonskanaler for spredning av informasjon, for eksempel i annonser for arrangementet, på arrangementets hjemmeside, program og plakater, mv., men ikke på sportsdrakter, reklameskilt, reklamemateriell mv. Sponsing i kringkasting/audiovisuelle bestillingstjenester er imidlertid aldri tillatt

Unntak 20: FIRMANAVN / LOGO SOM NAVN PÅ SKJENKESTEDET

Unntaket gir en begrenset rett for bruk av firmanavn/firmamerke for alkoholholdig drikk som navn på skjenkested når tilvirkningen av drikken skjer ved skjenkestedet, typisk pubbryggerier og mikrobryggerier med skjenkebevilling.

Det innebærer at f.eks. Ægirs bryggeripub i Flåm fortsatt kan hete Ægir, så lenge det brygges øl i pubens eget bryggeri.

- Unntaket vil gjelde både for skjenkesteder som har kommunal skjenkebevilling med utvidet rett til tilvirkning og skjenkesteder med kommunal skjenkebevilling og statlig tilvirkningsbevilling og hvor tilvirkningen foregår ved skjenkestedet.
- Unntaket omfatter kun enkelt-puber/skjenkesteder som har egen produksjon. Det vil ikke være tillatt for en kjede med skjenkesteder hvor alle heter det samme, å bruke firmanavn/firmamerke for alkoholholdig drikk som navn på kjeden. I så fall må alle pubene i kjeden ha sin egen produksjon ved skjenkestedet.

Helsedirektoratet: <https://www.helsedirektoratet.no/tema/alkohol/forbud-mot-alkoholreklame>

Fra 18. september 2024 kan Helsedirektoratet gi gebyr (overtredelsesgebyr) for visse brudd på alkoholloven. Dette gjelder blant annet brudd på forbudet mot alkoholreklame, brudd på regler for produksjon av alkohol og brudd på regler for utlevering av privatimportert alkohol.

Les mer her: [No kan Helsedirektoratet gi gebyr for brot på alkohollova - Helsedirektoratet](#)