

Helse- og omsorgsdepartementet

Vår dato:

09.05.2023

## Hørings svar NHO Reiseliv - Forslag til forskrift om utmåling av overtredelsesgebyr etter alkoholloven mv.

NHO Reiseliv viser til høring fra Helse- og omsorgsdepartementet om utmåling av overtredelsesgebyr etter alkoholloven mv. sendt på høring 09.02.2023, og takker for muligheten til å komme med høringssvar.

Vårt synspunkt på denne høringen er oppsummert

- **NHO Reiseliv er kritisk til forslaget fra HOD når det gjelder det å innføre overtredelsesgebyr for brudd på reklameforbudet dersom en innehaver av alminnelig skjenkebevilling gjør dette. Disse er allerede tungt regulert gjennom alkoholloven og alkoholforskriften. Alkoholfordriftens kapittel 10 inneholder også en rekke alminnelige straffebestemmelser og sanksjonsmuligheter, inkludert bøter.**
- **Vi vil også fremheve at brudd på reklameforbudet er ansett som en mindre forseelse og kun gir en prikk ved avdekket brudd.**
- **NHO Reiseliv mener derfor at det bør presiseres i forskrift om utmåling av overtredelsesgebyr ikke omfatter innehaver av alminnelig skjenkebevilling.**

### Bakgrunn

NHO Reiseliv leverte sitt høringssvar til den opprinnelige høringen tilbake i 2017. Allerede da var NHO Reiseliv svært kritisk til det å innføre overtredelsesgebyr for innehavere av alminnelig skjenkebevilling. Vi stiller oss fortsatt bak vårt høringssvar levert 15. september 2017 i saken "Høring - innføring av overtredelsesgebyr mv. i flere lover med folkehelseformål mv.". Eksempelvis gir dette utdraget en god beskrivelse av hvorfor det er problematisk å innføre overtredelsesgebyr for brudd på reklameforbudet:

*NHO Reiseliv har jevnlig kontakt med medlemmer som har saker hvor brudd på reklameforbudet er tema, nettopp på grunn av disse tvilstilfellene. Området er og preget av at tilsynsmyndighet ikke alltid har god nok kjennskap til regelverket, og velger å gi anmerkning for noe man hevder er et brudd, som igjen resulterer i at den næringsdrivende må gå til kommunen for å klage.*

*I tillegg har man med systemet med prikkbelastning et system der brudd/avvik på alkoholloven og de kommunale retningslinjene fører til én eller flere prikker i stedet for*

*en advarsel. Når et sted har fått et bestemt antall prikker, fører det til at bevillingen blir inndratt. Med andre ord vil et brudd på reklamebestemmelsene faktisk medføre en konsekvens for bevillingshaver, og føre til at sannsynligheten for å miste bevillingen øker. Som ytterste konsekvens kan det å miste skjenkebevillingen bety at stedet går konkurs. Det er således ikke nødvendig med overtredelsesgebyr, som departementet skriver, for å "sikre at brudd på regelverket får konsekvenser for overtreder."*

*Bedrifter får allerede konsekvenser i dag. NHO Reiseliv mener derfor at departementet må sørge for at man kun blir sanksjonert fra en instans for samme forseelse. Med innføring av overtredelsesgebyr for brudd på alkohollovens kapittel 9, åpner departementet for dobbeltstraff.*

NHO Reiseliv registrerer også at HOD ikke inkluderer noen av disse synspunktene i sitt nye høringsnotat fra februar 2023, men kun har en kort henvisning til NHO Reiselivs standpunkt om individuell eller fast straff.

### **Forskriftsbestemmelsen**

I alkoholforskriften kapittel 10 og alkoholloven kapittel 9 er reklameforbudet og straff og bøter omtalt. Dette systemet fungerer i dag og gir både næringen mulighet for å rette opp om man har gjort feil, men også tilsynsmyndigheten et bredt spillerom når det handler om straff, både prikkbelastning og bøter. Brudd på reklameforbudet tilhører den kategori forseelse som gir minst antall prikker, altså en prikk. Det er altså lovgivers mening at dette er et brudd som fortjener den minste sanksjonen. Salg, utlevering eller skjenking til person som er under 18 år gir åtte prikker, brudd på salgs-, utleverings- og skjenketidsbestemmelsene gir fire prikker mens å gi adgang til lokalet til person som er åpenbart påvirket av rusmidler gir to prikker. Alle disse forhold anses mer alvorlig enn brudd på reklameforbudet. Allikevel skal HOD gi et overtredelsesgebyr for brudd på reklameforbudet, og dette skal også gjøres om mulig ekstra stort (ref kapittel 5.4 i høringsnotatet). Kommunen har også muligheten, dersom det foreligger svært skjerpene omstendigheter, å tildele flere prikker for en overtredelse enn det som følger av alkoholforskriftens § 10-3.

Bedrifter med skjenkebevilling møter i dag et ganske omfattende regulert sanksjonssystem, og får man til sammen 12 prikker, er kommunestyret forpliktet til å inndra bevillingen. Dette er i en bransje med lave driftsmarginer allerede potensielt kroken på døren for en bedrift.

NHO Reiseliv mener derfor at det i forskriften må spesifiseres at muligheten for å gi overtredelsesgebyr ved brudd på reklameforbudet ikke gis overfor innehaver av alminnelig skjenkebevilling. Det er allerede en rekke tilstrekkelige straffer her.

HOD skriver kort at "Begrunnelsen for at det var ønskelig å innføre overtredelsesgebyr på reklameområdet var blant annet at de eksisterende reaksjonsmidlene ikke ga gode nok muligheter for å sanksjonere en allerede gjennomført overtredelse."

Vi må helt tilbake til det opprinnelige høringsnotatet fra 2017 for å finne en lengre begrunnelse for overtredelsesgebyr ved reklameforbudet. Her skriver HOD på s. 36-37 at

*Dette gir aktørene en mulighet til å spekulere i at kampanjer og reklametiltak kan oppnå sin ønskede effekt innen myndighetene rekker å pålegge retting. Direktoratet har sett flere nokså åpenbare eksempler på slik spekulasjon (i denne sammenheng kan det nevnes at en aktør også ble utdelt en markedsføringspris for sin bevisste bruk av alkoholreklame for å skape debatt og oppmerksomhet [...]). Direktoratet mener at innføring av et overtredelsesgebyr kan bidra til å avhjelpe dette problemet. Det vil for det første kunne ha en preventiv effekt ved at det vil innebære en reell risiko for å bli stilt økonomisk til ansvar. Dersom ordningen får en enkel utforming, vil den videre gi direktoratet mulighet til å håndheve reklameforbudet på en rask og effektiv måte.*

For NHO Reiseliv virker det som om denne beskrivelsen først og fremst omtaler produsenter av alkohol og ikke bevillingshavere/serveringssteder. Det er også vanskelig å tenke seg at enkle brudd på reklameforbudet inne på et serveringssted vil ha en salgsfremmende effekt eller er noe bedriftene spekulerer i for å øke salget. Skulle noen spekulere i å bryte reklameforbudet i sosiale medier kan dette da også straffes i ettertid med en eller flere prikker. Her vil vi også påpeke at reglene knyttet til sosiale medier er krevende å forstå for mange, og også at vi har sett steder som har fått påpakning for brudd på disse bestemmelsene for poster som folk som hverken er tilknyttet eller ansatt på det gjeldende steder har lagt ut. Da fremstår det ekstra urimelig at dette kan resultere i et stort overtredelsesgebyr for en innehaver av en pub. Vi gjentar at det beste middelet overfor bransjen er dialog og veiledning.

### **Noe høyere øvre ramme for gebyret ved brudd på reklameforbudet?**

HOD skriver: *"Det er foreslått en noe høyere øvre ramme for gebyret ved brudd på reklameforbudet enn for de øvrige overtredelsene. Det bes særlig om høringsinstansenes syn på nivået på de øvre rammene som er foreslått, herunder om det bør være en differensiering mellom reklameforbudet og de øvrige overtredelsene når det gjelder nivået på den øvre rammen".*

HOD spesifiserer så hvor stor beløpene i utkast til forskrift: *"Helsedirektoratet kan ilegge overtredelsesgebyr på inntil 5 prosent av årlig omsetning eller inntil 20 G, der det høyeste beløpet anvendes som øvre ramme, overfor virksomheter som: a. overtrer reklameforbudet i alkoholloven §§ 9-1 og 9-2."* For andre brudd legger HOD opp til at *"Helsedirektoratet kan ilegge overtredelsesgebyr på inntil 4 prosent av årlig omsetning eller inntil 15 G, der det høyeste beløpet anvendes som øvre ramme".*

Det følger av andre momenter i vårt hørings svar at vi er sterkt kritiske til både overtredelsesgebyrets størrelse og at bedrifter som bryter et komplekst regelverk får ytterligere strengere straff. Det fremstår også derfor ekstra urimelig at bedriftene skal få et ekstra stort gebyr for en slik overtredelse sammenliknet andre overtredelser omtalt i høringsnotatet. Vi kan ikke se noen grunn til at det for brudd på reklameforbudet, særlig for innehaver av alminnelig skjenkebevilling, skal være en høyere ramme. Vi gjentar også vårt primære standpunkt om at innehaver av alminnelig skjenkebevilling ikke skal omfattes av forskriften om overtredelsesgebyr.

Vi minner om at driftsmarginen i serveringsbransjen de siste årene har variert mellom under 2 % og rett over 4 %. At et brudd potensielt skal utløse et overtredelsesgebyr på inntil 5 prosent av årlig omsetning, et gebyr som kommer i tillegg til både potensiell prikkbelastning og tvangsmulkt som alkoholforskriften allerede åpner for, vil kunne

medføre unødige store konsekvenser og i verste fall føre til tap av arbeidsplasser og nedleggelse.

Med vennlig hilsen

NHO Reiseliv



Kristin Krohn Devold  
Adm.dir. NHO Reiseliv



Ole Michael Bjørndal  
Fagdirektør næringspolitikk