

Helse- og omsorgsdepartementet

Dato:

03.09.2026

Høringsinnspill – utvidet adgang til salg av alkoholholdig drikk direkte fra produsent

NHO Reiseliv viser til høringsnotat av 5. juni 2026 om endringer i alkoholloven og alkoholforskriften – utvidet ordning for begrenset salg av alkoholholdig drikk direkte fra produsent.

NHO Reiseliv er positive til at det åpnes for begrenset direktesalg av alkoholholdig drikk over 4,7 volumprosent fra produsent. Vi mener en slik ordning kan bidra til å styrke norsk reiseliv, lokal verdiskaping og utviklingen av attraktive mat- og drikkeopplevelser over hele landet.

Samtidig er det avgjørende at ordningen utformes slik at den faktisk blir tatt i bruk. Etter vår vurdering er departementets forslag unødvendig komplisert og inneholder flere krav som kan gjøre ordningen lite tilgjengelig, særlig for små og mellomstore produsenter. Vi mener derfor at ordningen bør forenkles og i større grad harmoniseres med den eksisterende siderordningen.

Mat og drikke er en stadig viktigere del av reiselivet

Mat- og drikkeopplevelser er en sentral del av moderne reiseliv. Stadig flere reisende søker autentiske og lokale opplevelser, og ønsker å bli kjent med stedene de besøker gjennom lokal mat, drikke, kultur og tradisjoner.

Norske produsenter av øl, sider, vin og brennevin er en viktig del av dette tilbudet. Bryggerier, gårdsprodusenter, destillerier og andre drikkevareprodusenter fungerer mange steder som reiselivsdestinasjoner i seg selv. De bidrar til å trekke besøkende til lokalsamfunn, skape aktivitet og gi gjestene en sterkere tilknytning til stedet de besøker.

Muligheten til å kjøpe med seg produkter direkte fra produsenten er derfor mer enn en endring i regelverket for alkoholsalg. Det er også et tiltak for å styrke opplevelsesøkonomien og norsk reiseliv.

For en turist som besøker et bryggeri i Bergen, en siderprodusent i Hardanger eller et destilleri i distriktene, er det naturlig at opplevelsen ikke avsluttes når omvisningen er over. Å kunne kjøpe med seg et produkt hjem er en del av helheten og bidrar til å gjøre opplevelsen mer komplett.

Det gir samtidig produsenten en mulighet til å bygge merkevare, skape mersalg og få gjesten til å ta med seg en del av den norske mat- og drikkekulturen hjem.

Viktig for lokal verdiskaping og distriktsreiseliv

Mange av de norske produsentene som kan få nytte av ordningen, er små virksomheter som er tett knyttet til stedet de driver på. Flere er lokalisert utenfor de største byene, og virksomheten kan ha stor betydning for lokalt næringsliv.

Reiseliv skaper verdier langt utover selve turistbedriften. Når en turist besøker en produsent, kan besøket også føre til overnatting, restaurantbesøk, handel, transport og andre aktiviteter i lokalsamfunnet.

En attraktiv produsent kan dermed være en viktig del av en større destinasjon. Et bryggeri eller et gårdsbryggeri kan bidra til at en turist velger å bli én natt ekstra, besøke en lokal restaurant eller oppsøke andre opplevelser i området.

Dette er særlig viktig i distriktene, hvor reiselivet ofte spiller en sentral rolle i å skape arbeidsplasser og aktivitet.

Siderordningen viser potensialet

Erfaringene fra den norske siderordningen er relevante når den nye ordningen skal utformes.

Siderordningen har bidratt til økt interesse for norsk sider, flere produsenter og et større mangfold av produkter.

Sidersalget på Vinmonopolet har samtidig økt betydelig siden ordningen ble innført i 2016, og en stadig større andel av salget er norskprodusert. Dette illustrerer at et tettere møte mellom produsent, reiseliv og forbruker kan bidra til å styrke norsk produksjon og norske produkter.

Erfaringene viser også at direktesalg fra produsent ikke trenger å være en konkurrent til Vinmonopolet. Tvert imot kan et besøk hos en produsent bidra til at forbrukeren blir kjent med nye produkter og senere oppsøker Vinmonopolet for å kjøpe dem.

For reiselivet er dette et viktig poeng. Turister og andre besøkende ønsker i stor grad å kjøpe med seg produkter som minner dem om opplevelsen de har hatt. Dette er både godt for produsenten og for norsk reiseliv.

En enkel og forutsigbar ordning

NHO Reiseliv mener at ordningen bør være så enkel som mulig å forstå og etterleve.

Vi støtter derfor hovedlinjene i forslaget om at det skal være et begrenset salg, at produsenten kun skal kunne selge egne produkter, og at salget skal skje fra produksjonsstedet. Disse kravene sikrer en tydelig kobling mellom produksjon, sted og reiselivsopplevelse.

Vi mener imidlertid at det ikke er nødvendig å legge flere kompliserende krav på toppen.

Særlig mener vi at:

- **Produksjonstaket bør fjernes.**
- **Kvotepersone per kunde bør ikke innføres.**
- **Kravet om betalt kunnskapshevende arrangement bør fjernes.**
- **Kravet om juridisk og økonomisk uavhengighet bør ikke innføres.**
- **Salgstidene bør harmoniseres med siderordningen.**
- **Det bør ikke innføres et råvarekrav som gjør det vanskelig for produsenter å benytte ordningen.**
- **Prikktildeingsystemet bør ikke benyttes for brudd på uklare krav om besøk og arrangementer.**

Et særlig viktig poeng er at kravene må stå i forhold til virksomhetenes størrelse. Et lite bryggeri med noen få ansatte har helt andre forutsetninger enn en stor reiselivsaktør. Dersom et krav innebærer at ansatte må tas ut av produksjonen hver gang besøkende skal gjennomføre et obligatorisk arrangement, kan kostnaden bli så høy at ordningen ikke er praktisk gjennomførbar.

Det er også viktig å unngå et regelverk hvor ulike produktkategorier behandles svært ulikt på samme sted. For en turist eller annen besøkende bør det være enkelt å forstå hva man kan kjøpe og når man kan kjøpe det.

Alkoholpolitikk og reiseliv kan ivaretas samtidig

NHO Reiseliv har forståelse for behovet for et ansvarlig og restriktivt alkoholregelverk. En ny ordning må derfor ivareta de alkoholpolitiske hovedlinjene og samtidig sikre at Vinmonopolets rolle ikke undergraves.

Vi mener imidlertid at dette kan oppnås uten et svært detaljert regelverk.

Et årlig salgstak, krav om at det kun selges egne produkter, krav om salg fra produksjonsstedet og krav om at produksjon og salg inngår i stedets helhetlige karakter, gir etter vår vurdering en tydelig og tilstrekkelig avgrensning.

Salg fra produsent vil dessuten være en helt annen salgskanal enn Vinmonopolet. Den besøkende må fysisk oppsøke produksjonsstedet, og formålet er nettopp å knytte salget til en lokal opplevelse og til produsentens virksomhet.

Dette gjør ordningen til et supplement til det etablerte systemet, ikke en alternativ nasjonal distribusjonskanal.

Ordningen bør være permanent

NHO Reiseliv mener videre at ordningen bør gjøres permanent, samtidig som den evalueres etter seks år.

For reiselivsnæringen og produsentene er forutsigbarhet avgjørende. Etablering av et utsalg, tilrettelegging for besøkende og utvikling av nye opplevelser krever investeringer. Dersom virksomhetene vet at ordningen kan forsvinne etter seks år, øker risikoen og terskelen for å investere.

En permanent ordning med en grundig evaluering gir både forutsigbarhet og mulighet til å justere regelverket dersom erfaringene viser at det er behov for det.

Evalueringen bør dessuten være bred. Folkehelseperspektivet er naturligvis viktig, men evalueringen bør også se på reiselivseffekter, lokal verdiskaping, arbeidsplasser, produsentmangfold, utvikling av nye opplevelser og effekten for norske mat- og drikkeprodukter.

Oppsummering

NHO Reiseliv støtter en begrenset åpning for direktesalg av alkoholholdig drikk fra produsent. Vi mener dette kan bli et viktig tiltak for å styrke norsk reiseliv og bidra til mer attraktive og helhetlige mat- og drikkeopplevelser.

Det avgjørende er at ordningen blir utformet slik at den faktisk kan brukes av produsentene.

Vi anbefaler derfor at regjeringen:

- **Etablerer en enkel og forutsigbar ordning for direktesalg fra produksjonssted.**
- **Beholder et tydelig salgstak som sikrer at ordningen er begrenset.**
- **Fjerner produksjonstaket.**
- **Ikke innfører kvote per kunde eller krav om betalt kunnskapshevende arrangement.**
- **Harmoniserer ordningen med den eksisterende siderordningen så langt det er mulig.**
- **Sikrer at regelverket ikke unødvendig hindrer små og mellomstore produsenter i å delta.**
- **Gjør ordningen permanent, med en bred evaluering etter seks år.**

En godt utformet ordning vil ikke bare gi norske produsenter en ny salgsmulighet. Den kan bidra til å utvikle nye reiselivsopplevelser, styrke lokale destinasjoner, skape arbeidsplasser og gjøre norsk mat- og drikkekultur mer synlig – både for norske og utenlandske besøkende.

NHO Reiseliv mener derfor at det bør være enkelt for en turist å besøke en norsk produsent, oppleve hvordan produktet blir laget og ta med seg en del av opplevelsen hjem.

NHO Reiseliv viser for øvrig til Bryggerforeningens høringssvar og slutter seg til momentene og vurderingene som fremkommer der.

Vennlig hilsen

NHO Reiseliv

Ole Michael Bjørndal

Fagdirektør næringslivspolitik