

Allsherjar- og menntamálanefnd Alþingis  
Unnar Brá Konráðsdóttir, formaður  
Austurstræti 8-10  
150 Reykjavík

Reykjavík, 12. nóvember 2014

**Efni: Drög að siðareglum Félags atvinnurekenda um markaðssetningu á áfengum drykkjum**

Vísað er til umsagnar FA um frumvarp til laga um smásölu áfengis (17. mál), dags. 5. nóvember, og fundar fulltrúa FA með allsherjar- og menntamálanefnd í gärmorgun, 11. nóvember.

Á fundi nefndarinnar kom fram ósk formanns allsherjar- og menntamálanefndar um að fá send drög að siðareglum Félags atvinnurekenda um markaðssetningu á áfengum drykkjum.

Talsverð vinna hefur verið lögð í þessa reglumíð undanfarin ár. Tilgangur þeirrar vinnu er meðal annars að sýna fram á að framleiðendur og innflytjendur áfengis séu fyllilega reiðubúnir að vinna á ábyrgan hátt að markaðssetningu vöru sinnar, verði bann við áfengisauglýsingum afnumið. Með þessum reglum er markmiðið að tryggja að markaðsefni sé reitt fram á ábyrgan og hófsaman hátt og hvetji ekki fólk undir áfengiskaupaaldri til neyzlu. Reglurnar eru gerðar með það markmið að leiðarljósi að vinna gegn skaðlegri misnotkun og ofnotkun áfengis.

Vinna áfengishóps FA tekur mið af löggjöf í öðrum löndum, þar sem áfengisauglýsingar eru heimilaðar með skýrum takmörkunum. Drögin að siðareglum taka ennfremur mið af ströngum vinnureglum ýmissa erlendra áfengisborgja.

Eins og vikið er að í umsögn FA um frumvarpið, nær núverandi auglýsingabann ekki markmiðum sínum og heldur eingöngu að hluta til. Í íslenzkum lögum er gert ráð fyrir að áfengisauglýsingar séu ekki til, og þar af leiðandi eru ekki til neinar reglur um gerð þeirra eða framsetningu. Meðfylgjandi drög gefa hins vegar einhverja hugmynd um hvernig nálgast mætti málið. Taka verður skýrt fram að hér er eingöngu um drög að ræða og í raun er ekki hægt að ljúka vinnu við gerð siðareglna eða taka þær formlega í notkun fyrr en fyrir liggur vilji löggjafans í málinu.

Segja má að kjarni málsins sé þessi: Núverandi auglýsingabann nær ekki markmiðum sínum og hefur margvíslegar neikvæðar aukaverkanir; það brýtur til dæmis gegn tjáningarfrelsi, upplýsingarétti neytenda og möguleikum innlendra framleiðenda á að koma vöru sinni á framfæri, í samkeppni við erlenda framleiðendur. Siðareglur FA ná aftur á móti markmiðinu sem stefnt er að með ábyrgum og skilvirkum hætti án neikvæðra hliðarverkana. Markaðurinn virðir ekki núverandi bann enda er það meingallað. Önnur aðferðin nær ekki markmiðum sínum, skaðar markaðinn og er

sniðgengin. Hin nær markmiðum sínum, er skilvirk og viðurkennd af þeim sem af henni yrðu bundnir. Það er svo löggjafans að velja þarna á milli.

Eins og fram kom á fundinum í gærmorgun er Félag atvinnurekenda reiðubúið að taka þátt í vinnu löggjafans við að smíða skynsamlega löggjöf um þetta efni, sem tryggir bæði tjáningarfrelsi og rétt neytenda til að nálgast upplýsingar um vörur og þjónustu og jafnframt hófstilla og ábyrga markaðssetningu áfengra drykkja.

Virðingarfyllst,  
Félag atvinnurekenda

Ólafur Stephensen, framkvæmdastjóri FA

Fylgiskjal: Drög að siðareglum Félags atvinnurekenda um markaðssetningu áfengra drykkja



# **Drög að siðareglum um markaðssetningu áfengra drykkja**

**Áfengishópur FA  
2014**

Drög

**Markaðsefni** er samheiti yfir hvers konar auglýsingar, kynningar, markaðssetningu, markaðsaðgerðir og allar þær aðferðir sem notaðar eru til að koma vöru á framfæri. Siðareglur þessar eiga við eftirfarandi:

- Auglýsingar í prent- og fjölmíðum og í öllu efni sem birt er á prentuðu og rafrænu formi, t.d. vef- og samfélagsmiðum.
- Fréttatilkynningar og ritstjórnarefnir
- Sölu- og vörukynningar
- Smökkun
- Styrktaraðild
- Umfjöllun
- Umbúðir
- Nafn á vöru
- Vörumerkingar
- Prufumarkaðssetningu
- Fræðslu tengda áfengi
- Rannsóknir
- Vöru sem hefur sama nafn og/eða lógó og áfengur drykkur
- Auglýsingar með nafni eða lögói áfengisumboðsaðila

#### **Almennt**

- Siðareglur þessar taka mið af löggjöf um áfengisauglýsingar og þeim takmörkunum sem gilda varðandi innihald og heimildir til birtingar
- Ef auglýst drykkjarvara ber sama nafn, í heild eða hluta, og áfeng vara skulu auglýsingum og markaðsefni fylgja skýr skilaboð um skynsamlega meðferð áfengra drykkja
- Siðareglur þessar skulu eiga við um alla umfjöllun um ofangreindar vörur í innlendum fjölmíðum nema sýnt sé að umfjöllunin hafi komið fram án allrar aðkomu viðkomandi aðila. Þá eiga reglurnar við um umfjöllun í erlendum miðlum þ.m.t. samfélagsmiðlum ef umfjöllunin er, í heild eða að hluta, á íslensku. Reglurnar eiga ekki við um erlent markaðsefni sem er órjúfanlegur hluti af erlendu fjölmíðlaefni sem sent er eða sýnt af innlendum miðlum.

#### **Kostanir vörumerkja á viðburðum:**

- Markhópur kostana skal vera á áfengiskaupaaldri
- Kostun á að vekja athygli á vörumerki, ekki umbúðum eða vörunni sjálfri
- Viðburðurinn sjálfur skal vera aðalefni auglýsinga
- Kynning vörumerkis skal vera hlutlaus; ekki heimilt að upphefja vörumerkið
- Kostaðir viðburðir verða að fara fram á stöðum þar sem vínveitingar eru seldar

#### **Skilaboð um ábyrga neyslu**

- Áfengisauglýsingum og markaðsefni skulu ávallt fylgja skilaboð um skynsamlega meðferð og ábyrga neyslu áfengra drykkja

#### **Tímasetningar**

- Ekkert markaðsefni skal birt í útvarpi eða sjónvarpi á virkum dögum fyrir kl. X eða um helgar fyrir kl. X

Drög

## Lögaldur

- Ekkert markaðsefni skal birt á skemmtunum þar sem aðalmarkhópur er börn og/eða fjölskyldufólk
- Markaðsefni má ekki beina að einstaklingum undir áfengiskaupaaldri
- Markaðsefni er óheimilt í miðlum eða á viðburðum sem ætlaðir eru einstaklingum undir áfengiskaupaaldri
- Í markaðsefni skal ekki:
  - nota fyrirsætur eða starfsfólk sem eru eða líta út fyrir að vera yngri en áfengiskaupaaldur segir til um
  - nota hluti, myndir, stíl, merki, vörumerki, tónlist eða persónur, hvorki raunverulegar né skálðaðar, sem líklegar eru til að höfða til þeirra sem eru undir áfengiskaupaaldri
  - setja áfengi í samhengi við háttalag eða menningu sem teljast má að höfði til einstaklinga undir áfengiskaupaaldri
- Áfengisauglýsingar má ekki setja á fót eða annað sem ætlað er börnum
- Þar sem áfengi er auglýst á internetinu skal farið fram á að notendur séu á áfengiskaupaaldri

## Ábyrg framsetning

- Markaðsefni skal vera löglegt, siðsamlegt, heiðarlegt, sannleikanum samkvæmt og fylgja sanngjörnum samkeppnisreglum og góðum viðskiptaháttum
- Auglýsingar skulu framreiddar á ábyrgan hátt og skal aldrei hvatt til neyslu á vöru.
- Markaðsefni má ekki:
  - sýna eða hvetja til óábyrgrar drykkju eða neysluvenja sem talist geta óskynsamlegar eða skaðlegar heilsu manna
  - hvetja til eða sýna áfengi drukkið hratt eða í of miklu magni
  - sýna ölvað fólk eða gefa í skyn að ölvun sé æskileg
  - Hvetja til samhliða neyslu áfengis og örвandi drykkja

## Öryggi og akstur

- Markaðsefni skal hvorki tengja við athafnir né staði þar sem telja má að neysla áfengis geti skapað hættu eða verið óskynsamleg að öðru leyti. Á þetta sérstaklega við um akstur, hvers konar meðferð véla eða vélknúinna farartækja eða þar sem full einbeiting er talin nauðsynleg fyrir öryggi viðkomandi athafnar

## Persónuleg velgengni

- Í markaðsefni skal á engan hátt gefa til kynna að neysla áfengis sé ástæða:
  - velgengni í persónulegum samskiptum
  - persónulegs aðráttarafls eða félagslegrar viðurkenningar
  - aukins sjálfstrausts, karlmennsku eða kvenleika
  - velgengni í einkalifi, starfi, íþróttum eða á öðrum vettvangi
  - breytingu á skapi eða þess að unnið sé bug á einmanaleika, leiðindum eða öðrum vandamálum
- Í markaðsefni er ekki heimilt að tengja áfengi við kynferðislegt aðráttarafl, kynferðislega getu, hegðun eða velgengni

## Drög

## Móðgandi framsetning

- Hvorki er heimilt að setja markaðsefni fram með þeim hætti að það virki sem ögrun né áskorun um neyslu
- Markaðsefni má ekki vera niðrandi fyrir einstaklinga eða félagshópa eða móðgandi á annan hátt
- Í markaðsefni er óheimilt að gefa til kynna að það að neyta ekki áfengis eða í hófi sé athugavert

## Andfélagsleg hegðun

- Í markaðsefni skal ekki vera tenging við:
  - ofbeldisfulla, ágenga, ólöglega, hættulega eða andfélagslega hegðun
  - ólögleg lyf eða eiturlýfjamenningu
- Í markaðsefni má ekki gefa í skyn að regluleg neysla áfengis í einveru sé ráðleg

## Lyfjagildi

- Í markaðsefni er óheimilt að:
  - auglýsa áfengi sem lyf eða gefa í skyn að það komi í veg fyrir, ógni eða lækni sjúkdóma
  - gefa til kynna að áfengi auki andlega eða líkamlega getu
  - gefa í skyn að áfengi sé ráðlegt til slökunar
  - auglýsa áfengan drykk sem "orkudrykk"

## Kynningarviðburðir og styrktaraðild

- Þegar um smökkun áfengra drykkja er að ræða í auglýsingaskyni:
  - skal skenkja vörunni af ábyrgð
  - skal ekki hvatt til að drukkið sé hratt eða mikið
  - er óheimilt að veita einstaklingum undir áfengiskaupaaldri
- Óheimilt er að styrkja viðburði sem hvetja til óskynsamlegrar neyslu eða sem ætlaðir eru einstaklingum undir áfengiskaupaaldri
- Ef ökutækjaíþróttir eru styrktar verður að höfða til ábyrgðar varðandi akstur og neyslu áfengis, t.d. með slagorði

## Heimildir til sekta

- Siðanefnd FA hefur eftirlit með reglum þessum. Nefndina skipa þrír menn, þar af tveir ótengdir FA og skal annar þeirra vera formaður
- Siðanefnd er heimilt að sekta aðila að þessu samkomulagi vegna brota á því
  - Aðvörun við fyrsta brot og svo sekt að lágmarki 250.000 kr.
  - Sekt allt að 2.500.000 kr.
  - Nefndin getur lagt á dagsektir – hámark 100.000 kr. á dag
  - Við ákvörðun sektar skal m.a. horft til:
    - Grófleika brots
    - Tíðni brota
    - Samstarfsvilja aðila og afturhvarfs
    - Mögulegs fjárhagslegs ávinnings
  - Siðanefnd getur vísað málum til ríkislöggreglustjóra
  - Úrskurðir nefndarinnar skulu birtir á heimasíðu hennar
  - Nefndin skal setja sér starfsreglur

- Allar sektargreiðslur renna í sérstakan forvarnarsjóð, sem úthlutar því fé einu sinni á ári til áfengisforvarna. Félag atvinnureknda heldur utan um sjóðinn og eru fjármál hans opinberuð árlega á sama tíma og styrkir eru veittir