

Høring:

*forslag om endringer i alkoholloven og alkoholforskriften - utvidet ordning
for begrenset salg av alkoholholdig drikk direkte fra produsent*

Vi viser til høringen om forslag til endringer i alkoholloven og alkoholforskriften om en utvidet ordning for begrenset salg av alkoholholdig drikk direkte fra produsent. Næringsalliansen i Agder støtter regjeringens intensjon om å legge bedre til rette for lokal verdiskaping, norske kvalitetsprodukter og opplevelsesbasert reiseliv gjennom begrenset direktesalg fra produsent.

Næringsalliansen i Agder (NIA) består av ni næringsforeninger i fylket. Vi uttaler oss samlet i saker som forener oss. Dette er en av disse, der vi har aktører i hele Agder som blir omfattet av disse reglene. Vårt hovedbudskap kan deles inn i tre punkter:

- 1. Reguler direktesalget, ikke virksomhetens vekst.** Begrensningene bør knyttes til hvor mye som kan selges direkte fra produksjonsstedet, ikke til produsentens totale produksjonsvolum eller eierskap.
- 2. Gjør ordningen enkel og praktisk.** Krav om betalte besøksarrangementer, kompliserte kvoter og omfattende kontroll må ikke gjøre ordningen ubrukelig for små produsenter.
- 3. Se direktesalg som en del av lokal verdiskaping og reiseliv.** Ordningen bør omfatte både alkoholgruppe 2 og 3 og bidra til at flere produsenter kan utvikle arbeidsplasser, merkevarer og besøksopplevelser.

Overordnet mener vi forslaget på flere områder er så stramt, og komplisert at det kan treffe dårlig både for de minste produsentene i distriktene samt etablerte produsenter som har lykket med vekst, merkevarebygging og eksport. Dette er i strid med det Stortinget ba om: en enkel, praktisk ordning uten unødvendige detaljerte krav. Forslaget fremstår etter vårt syn mer komplisert enn nødvendig, og flere av kravene vil kunne kreve betydelig opplæring og administrasjon, særlig for små produsenter.

For Agder er dette særlig viktig. Regionen har både bryggerier, siderprodusenter og destillerier som skaper arbeidsplasser, lokale verdikjeder, sterke merkevarer og besøksopplevelser. Regelverket bør derfor ikke utformes slik at produsenter innen ulike alkoholgrupper får vesentlig ulike muligheter til å utvikle besøksnæring og direktesalg. Ordningen bør derfor omfatte både alkoholgruppe 2 og gruppe 3.

I tillegg mener vi følgende:

- *Et tiltak som skal stimulere til vekst, må ikke bli et veksthinder.*
- Ordningen må være tilstrekkelig avgrenset til å ivareta alkoholpolitiske hensyn, men samtidig praktisk nok til å ha reell verdi.

- *Derfor må aktører ikke utelukkes med bakgrunn i produksjonsvolum eller eierskap.*
- *Begrensningene må settes i omsetning pr aktør.*

Reguler direktesalget, ikke bedriftens vekst

NiA mener begrensningene bør knyttes til hvor mye som kan selges direkte fra produksjonsstedet, ikke til virksomhetens totale produksjonsvolum. Er hensikten å begrense alkohalsalget utenom Vinmonopolet, er et tydelig salgstak mer treffsikkert enn et produksjonstak.

Produksjonsvolum måler markedsmessig suksess, ikke reiselivsverdi. En produsent bør ikke miste retten til direktesalg fordi den lykkes på Vinmonopolet, i restaurantmarkedet eller med eksport. For virksomheter med flere produktkategorier bør heller ikke vekst i én kategori diskvalifisere direktesalg i en annen.

Eierstruktur bør ikke diskvalifisere

Kravet om juridisk og økonomisk uavhengighet bør vurderes på nytt. Sett fra gjestens ståsted er det produksjonsstedet, historien, produktet og opplevelsen som skaper attraktivitet, ikke eierskapet. En lokal produsent skaper lokale arbeidsplasser, verdiskaping og besøksaktivitet også som del av et konsern eller med eksterne eiere. Det avgjørende bør derfor være hvor og hvordan produktet produseres og selges, ikke hvem som eier virksomheten.

Verken produksjonsvolum eller eierskap er gode mål på reiselivsverdi.

Fjern kravet om betalt besøksarrangement

Kravet om betalt omvisning før kjøp bør fjernes. I et lite distriktsbryggeri kan én eller to personer stå for produksjon, tapping, vasking, distribusjon, administrasjon og kundemottak. Krever hvert salg et eget betalt besøksopplegg, blir ordningen vanskeligst å bruke for nettopp de minste produsentene den skal styrke.

Omvisning og formidling bør stimuleres, men ikke være et juridisk vilkår. Det sentrale er at salget skjer på produksjonsstedet og inngår i en reell besøks- og opplevelsessammenheng.

Salg på produksjonsstedet er avgrensning nok

Salg av egenproduserte varer på produksjonsstedet skiller seg allerede fra ordinær detaljhandel. Sammen med bevilling, alderskontroll, salgstider, salgstak og offentlig kontroll gir dette tydelige rammer. Regelverket bør konsentreres om det som faktisk har betydning for ansvarlig alkoholomsetning, ikke om krav som først og fremst gir mer bemanning og byråkrati.

Det samme gjelder kjøpskvoter. Eventuelle kvoter må være enkle å forstå, praktisere og kontrollere, uten omfattende kunderegistrering. Regler om hva som utgjør et nytt besøk, og hvordan gjentatte kjøp kontrolleres, må være praktisk gjennomførbare også for små virksomheter.

Direktesalg er også distrikts- og reiselivspolitik

For produsenter i distriktene handler dette om mer enn noen ekstra flasker over disk. En produsent kan være grunnen til at gjester stopper, spiser lokalt, overnatter, handler andre lokale produkter og kommer tilbake. Verdien av én ekstra turist kan være betydelig i et lite lokalsamfunn. Direktesalg bør derfor også ses som et virkemiddel for reiseliv, stedsutvikling og lokal verdiskaping.

Direktesalg kan også fungere som en viktig salgskanal for Vinmonopolet. Når forbrukere får oppleve og bli kjent med et produkt hos produsenten, kan dette bidra til økt etterspørsel også gjennom Vinmonopolet. Erfaringene fra siderprodusentene illustrerer dette.

NiAs anbefaling

NiA støtter intensjonen bak forslaget, men anbefaler at ordningen forenkles og gjøres mer målrettet. Vi anbefaler at:

- Begrensningene primært knyttes til selve direktesalget, ikke virksomhetens totale produksjonsvolum
- Vekst innen én produktkategori ikke automatisk diskvalifiserer direktesalg innen en annen
- Konserntilknytning eller annen eierstruktur ikke i seg selv diskvalifiserer produsenten
- Kravet om betalt besøksarrangement før kjøp fjernes
- Kjøpskvoter gjøres enkle og praktisk håndhevbare
- Harmonisere salgstidene med ordningen for sider.
- Ordningen omfatter både alkoholgruppe 2 og gruppe 3
- Reiselivsverdi, distriktsutvikling, arbeidsplasser og lokal verdiskaping tillegges større vekt

NiA mener en ansvarlig alkoholpolitikk og bedre rammebetingelser for reiseliv og lokale produsenter lar seg kombinere. Reguleringen bør rettes mot selve direktesalget og forhold som har reell alkoholpolitisk betydning, fremfor å legge unødvendige begrensninger på virksomhetenes produksjon, eierskap og utvikling.

Avslutningsvis støtter vi også innspillene fra flere andre høringsinstanser om at endringene må gjøres permanente. Lokale produsenter og reiselivsaktører gjør investeringer med lang tidshorisont. Produkter som settes i produksjon i dag, kan være ferdige først flere år senere.

Skal ordningen utløse investeringer, arbeidsplasser og nye besøksopplevelser, må produsentene kunne stole på at rammevilkårene ligger fast over tid. Forutsigbarhet er avgjørende.

Ordningen bør derfor være enkel, tydelig, praktisk gjennomførbar og permanent.

For Næringsalliansen i Agder

Ingrid Michalsen
Adm dir

Næringsforeningen i Kristiansandsregionen

Medlemmene i Næringsalliansen er:

Arendal Næringsforening, Vennesla Næringsforening, Grimstad Næringsforening, Lindesnes industri og næring, Østregionen Næringsforening, Setesdal Næringsforening, Sørlandsparken Næringsforening, Lister Næringsforening og Næringsforeningen i Kristiansandsregionen

