



# Alkoholpolitikk

Alkoholholdige drikker gir forbrukerne gode og varierte smaksopplevelser. I kombinasjon med mat bidrar dette til gode måltidsgleder. Alkohol har videre en viktig rolle i mange sosiale sammenhenger. Samtidig har alkohol også negative sider. Mange lider som følge av eget eller andres alkoholmisbruk, og har en usunn livsstil. Derfor er det nødvendig med en forebyggende alkoholpolitikk.

## Norsk alkoholpolitikk i korte trekk

Vinmonopolet har en sentral rolle i norsk alkoholpolitikk, med enerett på salg av alkohol som er sterkere enn 4,7 prosent. Unntaket fra denne regelen er avgiftsfritt salg på flyplasser og ferger. Ellers er de viktigste tiltakene i norsk alkoholpolitikk:

- Kontrollert salg og skjenking. Det må søkes bevilling etter alkoholloven for å kunne tilvirke, selge eller skjenke alkohol.
- Alkohol kan kun selges eller skjenkes innenfor gitte tidsrom.

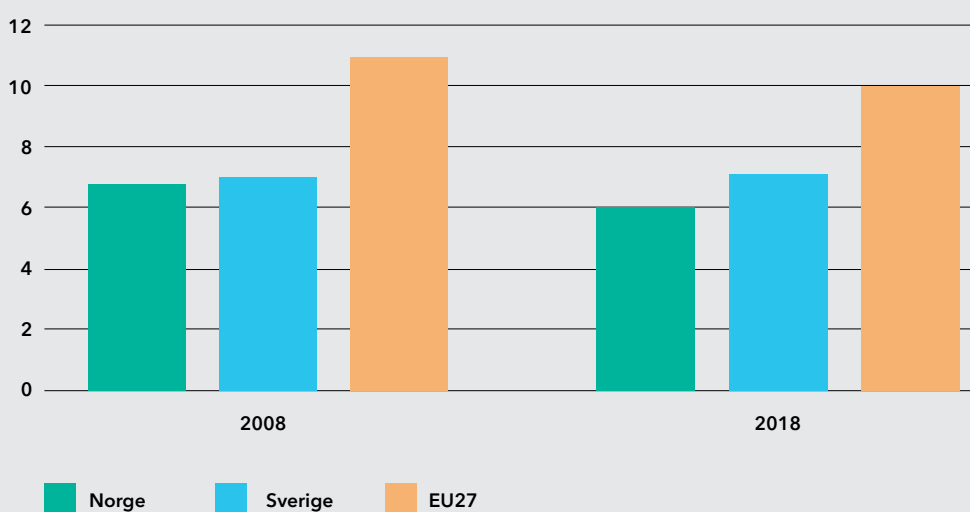
- Det er forbud mot å reklamere for alkoholholdige drikkevarer.
- Avgifter på alkohol.
- Det er aldersgrenser for kjøp av alkohol, og forbud mot å videreselge til mindreårige.

Regjeringen har fastslått<sup>1</sup> at «sammenlignet med andre europeiske land er alkoholormssetningen og det totale alkoholforbruket i Norge lavt».

## Utviklingen i alkoholforbruket i senere år

Det registrerte alkoholforbruket i Norge har de siste ti årene falt jevnt fra et toppunkt i 2008, og har siden 2015 ligget på rundt 6 alkoholliter per innbygger. Dette gir en reduksjon på om lag 8,2 prosent fra 2010 til 2019.

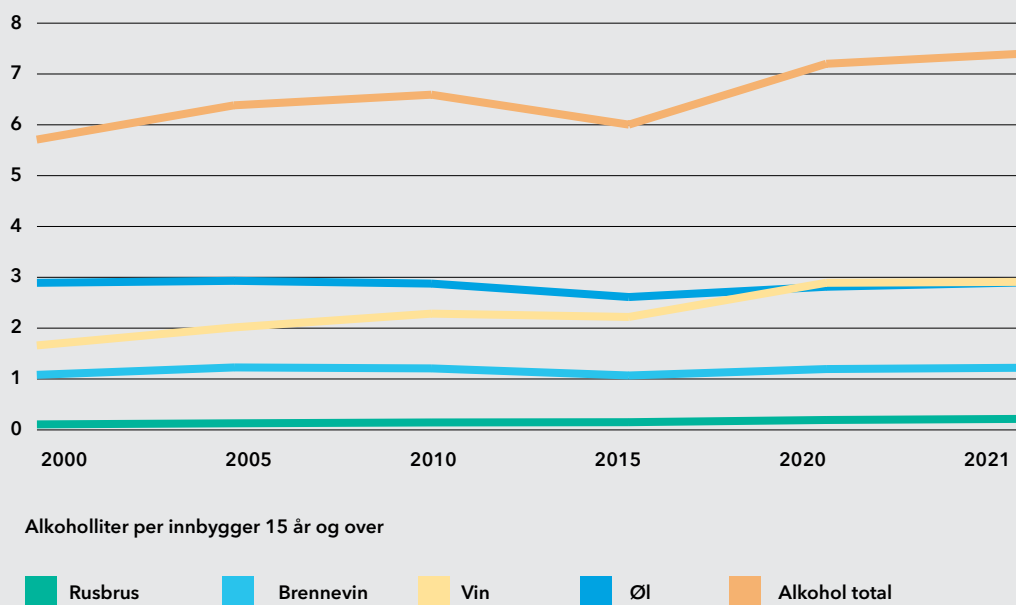
Figur: Antall liter alkohol konsumert per person. Norge, Sverige og EU27.



Kilde: [OECD Health at a Glance, Europe 2020](#)

<sup>1</sup> Regjeringen: Nasjonal alkoholstrategi. En helsefremmende og solidarisk alkoholpolitikk 2021-2025. Side 11.

Figur: Antall liter alkohol konsumert per person, sortert på varegrupper, 2000–2021.



Kilde: SSB

Tabell: Antall liter alkohol konsumert per person, Norge, sortert på varegrupper.

År	2000	2005	2010	2015	2020	2021
Alkohol totalt	5,66	6,37	6,59	5,97	7,23	7,44
Brennevin	1,05	1,28	1,25	1,03	1,23	1,27
Vin	1,62	2,00	2,29	2,22	2,94	2,96
Øl	2,93	2,98	2,91	2,57	2,83	2,94
Rusbrus	0,07	0,11	0,14	0,15	0,23	0,27

Kilde: SSB

Målrettet produktutvikling og økende etterspørsel har ført til bredere tilbud og økt kvalitet av drikkevarer med ingen alkohol eller lav alkoholprosent. Denne trenden stammer fra England, og medfører at drikke uten alkohol i større grad oppleves som et fullverdig alternativ som tørsteslukker, festdrikk og til god mat. Økt oppmerksomhet om helse og velvære bidrar også til denne trenden.

Omsetningen av alkoholfritt øl økte med 20 prosent fra 2019 til 2020. Samtidig har det vært en betydelig vekst i salget av lettøl de senere årene. Salget av alkoholfrie drikker i Vinmonopolet økte med 16 prosent fra 2019 til 2020.

## Utfordringer med dagens alkoholpolitikk

Det er bred støtte til den alkoholpolitikken som føres i Norge. Samtidig kan ikke minst avgiftspolitikken ha utilsiktede konsekvenser, noe også skiftende regjeringer har påpekt gjennom flere år:

*«Høye avgifter på alkohol kan imidlertid føre til økt grensehandel, tax free-handel, hjemmeproduksjon og smugling. Slik uregistrert omsetning svekker kontrollen med forbruket, og innebærer tap av avgiftsinntekter.»<sup>2</sup>*

Tilgjengelige data tilsier at en knapp femtedel av den betydelige grensehandelen i Sverige er kjøp av alkoholholdige drikkevarer.<sup>3</sup> En rapport fra Toll-

etaten advarer også mot salg av ulovlig og potensielt farlig, brennevin i Norge.<sup>4</sup>

Salg av *tax free-varer* fra norske lufthavner utgjorde i 2019 en betydelig del av omsetningen av alkoholholdige drikker gjennom lovlige salgskanaler, og stod i 2018 alene for 10 pst. av den samlede omsetningen av vin, brennevin og hetvin. Dette utfordrer formålene med avgiftspolitikken og Vinmonopolets rolle som det viktigste alkoholpolitiske virkemiddelet i Norge.

Selv om det er bred støtte til *forbudet mot å reklamere for alkohol* er det samtidig behov for å modernisere forbudet, bl.a. i lys av utviklingen av sosiale medier og for å unngå at regelverket fører til at veksten i alkoholfrie alternativer bremser opp.

## NHO Mat og Drikke mener

NHO Mat og Drikke støtter fullt ut hovedlinjene i norsk alkoholpolitikk, herunder Vinmonopolets sentrale rolle, bruk av avgiftsvirkemiddelet og reklameforbudet. Likevel mener vi at det er nødvendig med enkelte endringer i alkoholpolitikken:

- **Modernisering av reklameforbudet**  
Forbudet mot markedsføring av alkoholholdige drikkevarer fra 1975 gjenspeiler ikke samfunnsutviklingen. Nye digitale kommunikasjonskanaler og globalisering av markeder og informasjon, reiser noen problemstillinger som bør avklares.

Fra 2016 har produsenter og importører kunne gi nøktern informasjon og vise bilder av alkoholholdige produkter på «plattformer forbrukerne selv oppsøker» etter nærmere regler. Det er imidlertid fortsatt umulig

å dele denne informasjonen på sosiale medier. Videre er det heller ikke anledning til å markedsføre alkoholfrie produkter som har samme «kjennemerke» som alkoholholdige drikker. Dette begrenser en ellers ønsket vekst i alkoholfrie alternativer.

NHO Mat og Drikke mener derfor:

- Adgangen til å dele nøktern produktinformasjon bør være plattformnøytral. Det betyr at slik informasjon bør kunne tillates i sosiale medier, og at det bør være mulig å gå i dialog med forbrukerne i samme kanal.
- Det bør være mulig å reklamere for alkoholfrie produkter, også når disse har de samme kjennemerkene som alkoholholdige produkter.

<sup>2</sup> Prop. I LS (2021-2022) Skatter, avgifter og toll 2022. Kapittel 9.2.

<sup>3</sup> Statistisk sentralbyrå notat 1/2020 Nordmenns grensehandel. Fysisk grensehandel. Kapittel 4.4.

<sup>4</sup> Verdens Gang 24. november 2021.

- For å opprettholde en konsistent alkoholpolitikk og for å sikre like konkurranseforhold blant aktørene, må myndighetene sørge for en effektiv håndheving av forbudet mot alkoholreklame.

- **Tax free-salget utfordrer Vinmonopolets rolle**

Salg av avgiftsfrie varer ved ankomst til norske lufthavner utfordrer begrunnelsene for de høye norske avgiftene på alkohol og Vinmonopolets enerett på omsetning av alkohol som er sterkere enn 4,7 prosent. I NOU 2021:4 *Norge mot 2025* ble tax free-ordningen foreslått avviklet.

NHO Mat og Drikke mener derfor:

- Det bør vurderes å overføre salget av tax free-produkter på statlige eide lufthavner til Vinmonopolet når nåværende kontrakt utløper 31. desember 2027.
- Kvotene for avgiftsfri import bør vurderes nærmere i lys av nasjonale alkoholpolitiske målsetninger og ut fra hensynet til konkurranse på like vilkår.

- **Avgiftene må ikke stimulere til grensehandel, ulovlig produksjon og smugling**

De norske alkoholavgiftene er betydelige høyere enn de tilsvarende svenske avgiftene. Det må antas at dette medvirker til den grensehandelen, hjemmeproduksjonen og smuglingen som både norske myndigheter og næringsliv har som mål å redusere. Grensehandelen fører trolig også til hamstring med merforbruk som konsekvens av dette.

Avgiftene skal både skaffe staten inntekter og bidra til å begrense de helsemessige skadene av alkohol gjennom å redusere

forbruket. NHO Mat og Drikke støtter bruk av avgiftsvirkemiddelet, men mener det er viktig at det blir en harmonisering av avgiftsnivåene mellom Norge og særlig Sverige som ledd i en helhetlig politikk for å redusere grensehandelen.

NHO Mat og Drikke mener derfor:

- De norske avgiftene på alkoholholdige drikkevarer harmoniseres til svensk nivå.

- **Salg av øl - servicehandel**

Som et ledd i den samlede alkoholpolitikken har det vært bred politisk enighet om at det ikke skal omsettes alkohol på kiosker og bensinstasjoner. Begrensningen sender et viktig signal om at alkohol og bilkjøring ikke hører sammen.

NHO Mat og Drikke mener derfor:

- Forbudet mot å selge øl fra kiosker og bensinstasjoner må opprettholdes.

- **Merking av alkoholprodukter**

Det er tatt en rekke initiativer og pågår flere prosesser knyttet til generelle merkeordninger og mer spesielt for alkoholholdige produkter, spesielt i EU. Norge er et lite marked med begrenset påvirkning på beslutninger som treffes i andre land alkoholholdige drikker importeres fra og eksporteres fra. Det er viktig å sikre like konkurransevilkår med utenlandske aktører og å unngå handlingshindringer, og å legge til rette for et godt og mangfoldig tilbud i det norske markedet.

NHO Mat og Drikke mener derfor:

- Norge bør følge EUs regelverk for merking, og unngå ensidige nasjonale løsninger.

## POSISJONSNOTAT

### Alkoholpolitikk

Forsidefoto: Ilja Hendel

---

BESØKSADRESSE  
Næringslivets Hus  
Middelthuns gate 27  
0368 Oslo

TELEFON  
+47 23 08 86 80

E-POST  
firmapost@nhomd.no

[www.nhomd.no](http://www.nhomd.no)

---