

7. juli 2017

## Afgørelse – 2017-3 Rema 1000

Alkoholreklamenævnet har behandlet klagen over REMA 1000, Hammerichsgade 1, 1611 København V's markedsføring af alkoholholdige shots og truffet følgende afgørelse:

### Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol. Da klagen omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, har Nævnet kompetence til at behandle sagen.

Alkoholreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til en ansvarlig alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed, og børn/unge og alkohol hører ikke sammen. Nævnet lægger derfor vægt på, at de erhvervsdrivende indretter markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, således at der ikke sendes forkerte signaler – særlig ikke til unge - om alkoholindtagelse.

Klager har observeret markedsføringstiltaget i en butik. Der var tale om et produkt bestående af 5 alkoholholdige shots-rør i farver, som sad på et stykke pap, hvor der var afbilledet frugter. Produktet var sat op på en søjle ved betalingskassen.

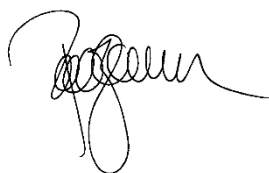
Nævnet har vurderet, om der ved den pågældende markedsføring er sket en overtrædelse af retningslinjernes § 4, stk. 2, som lyder: Markedsføringen må ikke fremtræde eller virke påtrængende, provokerende eller på anden måde særligt overtalende.

I vurderingen af markedsføringstiltaget har Nævnet inddraget, at shots-rørene var placeret i impulsøbezone foran betalingskassen, at den normale placering af spiritus er bag kasseekspedienten, at der var et meget stort antal shots-rør på søjlen, at produktet ikke umiddelbart fremstår som et alkoholholdigt produkt og endelig at produktet har et meget farverigt udseende.

Ud fra en konkret vurdering af det samlede markedsføringstiltag har Nævnet således vurderet, at markedsføringstiltaget er omfattet af retningslinjernes definition som påtrængende, provokerende eller særlig overtalende. Nævnet skal hertil bemærke, at erhvervsdrivende skal udvise særlig forsigtighed med alkoholholdige produktets placering i en butik, når der er tale om produkter, der er egnet til at få børn og unges opmærksomhed.

Der udtales derfor kritik af REMA 1000, Hammerichsgade 1, 1611 København V's konkrete markedsføringstiltag. Nævnet tager til efterretning, at indklagede har reageret meget hurtigt på både klagers og Nævnets henvendelse og samtidig oplyst, at markedsføringen vil være ændret fremadrettet.

Venlig hilsen  
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen  
Formand