

Den 10. januar 2023

Afgørelse – 2023-30 Spritfabrikken Danmark

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol.

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 13. november 2023 observeret markedsføring af alkohol fra Spritfabrikken Danmark. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at Spritfabrikken Danmarks markedsføring af alkohol er målrettet børn og unge, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Spritfabrikken Danmarks markedsføring af alkohol.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet har den 13. november 2023 observeret markedsføring af alkohol fra Spritfabrikken Danmark. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 30. november 2023 sendt høringsbrev til Spritfabrikken Danmark med anmodning om bemærkninger. Spritfabrikken Danmark har besvaret høringsbrevet den 14. december 2023.

Indhold

Da sagen vedrører markedsføring af alkohol, har nævnet kompetence til at behandle sagen.

Spritfabrikken Danmarks hørings svar

Spritfabrikken Danmark har i hørings svar af den 14. december 2023 følgende bemærkninger:

- Mærkerne Sismofytter og Dracula blev lanceret i starten af 1970erne og var især populært op gennem 70erne og 80erne – og det er derfor også personer, der nu er over 40 år, som især kender bolcherne fra deres ungdom.

- Sismofytter (både som konfekturer og som likør) har et unikt og genkendeligt smagskarakteristika, særligt med klare smagsnoter af anis og salmiak. Det er en smag som hovedsagelig tiltaler de voksne forbrugere (over 18 år) denne smag anerkendes/foretrækkes ikke af børn og unge. Dracula har ligeledes en stærk smag af lakrids og salmiak, som retter sig mod voksne forbrugere.
- Sismofytter og Dracula blev lanceret som alkoholprodukter i 2016 og har nu i over 7 år været markedsført som alkohol for voksne forbrugere over 18 år. Det gøres især via Facebook, hvor man skal være 18 år for at se indholdet på siden. Den sortimentsfolder, som I har henvist til i jeres brev, er en B2B folder, som ikke læses af personer under 18 år. Der har ikke været nogen klager gennem de sidste 7 år hverken fra myndigheder, organisationer eller forældre om markedsføring mod børn og unge eller over designet i øvrigt.
- Der er desuden påført teksten ”kun for voksne” på designet for at understrege/gøre opmærksom på, at der ikke er tvivl om produktets målgruppe og for at understrege at produkterne ikke retter sig mod eller skal kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge.
- Flasker, som kan købes i detailbutikker, er placeret sammen med øvrige alkoholprodukter og derved er der ingen forveksling blandt forbrugere i forhold til at Sismofytter og Dracula i flasker er et alkoholprodukt, ligesom lovgivningen sikrer, at butikkerne ikke må sælge produktet til personer under 16 år, som forventeligt ændrer sig til 18 års aldersgrænse med ny kommende lovgivning.
- Generelt markedsføres mange alkoholprodukter i glade og farvestrålende farver uden at de retter sig mod eller kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge – se vedhæftede billede af bl.a. Bacardi Breezer, Shaker og Mokai. Det samme gør sig gældende for Sismofytter og Dracula.
- Desuden har der gennem mange år været lavet alkoholversioner af konfekturerprodukter det således helt normalt at konfekturerprodukter for dem som er egnede hertil i mange sammenhænge, også optræder som likørprodukter. Eksempler herpå og blandt de mest kendte er Ga-Jol shots, Nørregade shots (Lakridsugler, Blå Ugler, Salte Ugler, Kongen af Danmark) samt Anton Berg Cream (marcipanbrød). Se vedhæftede billeder. Omvendt udvikles der også konfekturerprodukter, som baserer sig på kendte spiritusmærker – eksempelvis Baileys som markedsfører sit brand som chokolade og kager. Se vedhæftede billeder.
- Det er på baggrund af ovenstående vores klare opfattelse, at markedsføringen på ingen måde hverken retter sig mod – eller kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge og derfor ikke er i strid med § 6, stk. 1 i Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

Alkoholreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 6, stk. 1.

§ 6, stk. 1. *Markedsføring af alkohol må, uanset hvilken form den antager, aldrig rette sig mod eller kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge.*

Alkoholreklamenævnet har gennemgået markedsføringen samt beskrivelsen af produkterne ”Sismofytter Original”, ”Sismofytter Caramel” og ”Dracula Classic”, som beskrevet i Spritfabrikken Danmarks produktkatalog.

Sismofytter Original

Produktet er beskrevet som:

Sismofytter Original har en karakteristisk smag af mild salmiak og anis, og et ligeså karakteristisk udseende.

Bolchet Sismofytter har gået sin sejrsgang i slikbutikkerne landet over siden 70'erne, og er her på flaske i passende alkoholstyrke, lavet på vodka og med samme stærke lakridssmag som bolchet.

Af emballagen fremgår billeder af bolcherne ”Sismofytter Original” samt billede af en tegneseriefigur, der også er kendt fra bolcheposerne af samme navn. Der står ”kun for voksne” på flasken og der er anført ”spiritus” i bunden af flasken.

Sismofytter Caramel

Produktet er beskrevet som:

Sismofytter Caramel er en helt ny variant af Sismofytter. Sismofytter Caramel bibeholder noter af mild salmiak lakrids med et strejf af eucalyptus, men smagen er overvejende lækker sød karamel.

Af emballagen fremgår billeder af bolcherne ”Sismofytter Original” i en anden farvenuance samt billede af en tegneseriefigur, der minder om figuren, som fremgår på bolcheposerne. Der står ”kun for voksne” på flasken og der er anført ”spiritus” i bunden af flasken.

Dracula Classic

Produktet er beskrevet som:

Dracula Classic er kendt som de lækre lakrids bolcher med den stærke smag af Dracula lakridspulver og en sød bolchesmag. Bolchet er nu i flydende form, lavet på den fineste rene vodka tilsat udvalgte ingredienser, som giver den helt rigtige Dracula smag.

Af emballagen fremgår billeder af bolcherne ”Dracula Classic” samt billede af den samme tegneseriefigur, som fremgår på bolcheposerne af samme navn. Det fremgår af flasken, at indholdet er ”lakridsshot med draculabolcher”. Der står ”kun for voksne” på flasken og der er anført ”spiritus” i bunden af flasken.

Der findes på det danske marked adskillige alkoholprodukter med farverig emballage. Alkoholreklamenævnet bemærker i den relation, at alene den omstændighed at et alkoholholdigt produkt er farverigt, ikke er tilstrækkeligt til at konkludere, at produktet appellerer til børn og unge.

Alkoholreklamenævnet konstaterer ligeledes, at der eksisterer flere alkoholprodukter på markedet, hvor smagsvarianten er inspireret af eksisterende slikprodukter. Alkoholreklamenævnet bemærker i den relation, at en smagsvariant i sig selv ikke er tilstrækkeligt til at konkludere at produktet appellerer til børn og unge.

I de konkrete eksempler er der foruden farverig emballage og smagsvariant også benyttet afbildning af slik og tegneseriefigurer kendt fra eksisterende slikemballage. Slik kan være henvendt til både børn og voksne, men erhvervsdrivende bør som udgangspunkt afholde sig fra at benytte slik ved markedsføring af alkoholholdige produkter af hensyn til beskyttelse af børn og unge.

Tegneseriefigurer kan ligeledes være henvendt til både børn og voksne, men erhvervsdrivende bør være påpasselige ved brug af tegneseriefigurer, idet der ved markedsføring af alkohol ikke må benyttes figurer fra kendte børneuniverser.

Alkoholreklamenævnet noterer sig, at emballagen er påført teksten ”kun for voksne”.

Alkoholreklamenævnet har i sin vurdering af markedsføringen lagt vægt på den direkte afbildning af slik på emballagen samt at brugen af tegneseriefigurerne på emballagen er identiske med figurene fra slikproduktet.

Ud fra en helhedsvurdering er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringens kombination af afbildning af tegneseriefigurer fra kendte slikprodukter og afbildning af slik er et udtryk for markedsføring, der er målrettet børn og unge, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 6, stk. 1.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen af produkterne ”Sismofytter Original”, ”Sismofytter Caramel” og ”Dracula Classic”.

Alkoholreklamenævnet forventer, at Spritfabrikken Danmark ændrer emballagen på de omtalte produkter i overensstemmelse med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

Nævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Spritfabrikken Danmarks markedsføring af alkohol ikke er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale 2023-30:

DRACULA & SISMOFYTTER slik for voksne

Dracula Classic er kendt som de lækre lakrids bolcher med den stærke smag af Dracula lakridspulver og en sød bolcher-smag.

Bolchet er nu i flydende form, lavet på den fineste røde vodka blødt udvalgte ingredienser, som giver den helt rigtige Dracula smag.

SismoFytter Original har en karakteristisk smag af mild saltsk og ans, og et ligeså karakteristisk udseende.

Bolchet SismoFytter har gået sin sejrsgang i såkaldte lande over siden 70'erne, og er her på flaske i passende alkoholstyrke, lavet på vodka og med samme stærke lakrids smag som bolchet.

SismoFytter Caramel er en helt ny variant af SismoFytter. SismoFytter Caramel bibeholder noter af mild saltsk lakrids med et strejf af eucalyptus, men smagen er overvejende lækker sød karamel.

I alle produkter bruges ægte bolcher for at sikre den rigtige smag.









Alkohol
reklame
nævnet

