

## **SAMARBEJDSAFTALEN**

### ***Markedsføring af alkohol, herunder beskyttelse af børn og unge***

#### **Baggrund**

Baggrunden for samarbejdsaftalen er, at Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet er enige om

1. at alkohol er et nydelsesmiddel til voksne,
2. at alkohol er et nydelsesmiddel, hvor markedsføring heraf må ske under hensyn til de sociale, sundhedsmæssige og forbrugermæssige aspekter, der er forbundet med alkoholindtagelse,
3. at markedsføringen af alkohol, uanset form, ikke må rette sig mod børn og unge
4. at særligt børn og unge har krav på en beskyttelse mod markedsføring af alkohol af særlig grov og aggressiv karakter.

På den baggrund har Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet siden 2008 haft en samarbejdsaftale om håndhævelse af reglerne for markedsføring af alkohol.

Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med overholdelse af markedsføringsloven og Alkoholreklamenævnet fører tilsyn med overholdelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer om markedsføring af alkohol, der supplerer markedsføringslovens bestemmelser.

Samarbejdet mellem Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet indskrænker ikke Forbrugerombudsmandens kompetence til at gribe ind over for alkoholreklamer, men giver mulighed for at videresende klager til Alkoholreklamenævnet, som ikke vedrører overtrædelse af strafbelagte bestemmelser i markedsføringsloven og er bedre egnede til at blive behandlet af Alkoholreklamenævnet.

Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol er udtryk for ansvarlig selvregulering, og retningslinjerne skal betragtes som et sæt minimumskrav og en etisk standard til erhvervsdrivende. Retningslinjerne gælder for alle erhvervsdrivende, der markedsfører alkohol i Danmark.

I lovbemærkningerne til markedsføringsloven fremgår det, at mange sager vedrørende erhvervsdrivendes markedsføring af alkohol over for børn og unge bliver behandlet i Alkoholreklamenævnet.

I de tilfælde hvor en erhvervsdrivende, hvis markedsføring er blevet erklæret i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol, ikke retter sig efter kritikken og ikke indstiller den pågældende handelspraksis, sender Alkoholreklamenævnet sagen videre til Forbrugerombudsmanden til behandling efter markedsføringslovens regler.

### **Samarbejdsaftalens indhold**

Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden er nået frem til følgende samarbejdsaftale om behandlingen af sager vedrørende markedsføring af alkohol:

Forbrugerombudsmandens og Alkoholreklamenævnets kompetencer har en række snitflader som følge af, at klager over markedsføring af alkohol enten sendes både til Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet eller kun til den ene part.

Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet kan tage sager op af egen drift. Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet søger at undgå dobbelt, uhensigtsmæssig og/eller ukoordineret sagsbehandling ved,

- at Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet gensidigt orienterer hinanden om klager, hvor Forbrugerombudsmanden og/eller Alkoholreklamenævnet er involveret eller hvor orientering i øvrigt vurderes hensigtsmæssig,
- at Alkoholreklamenævnet oversender sager vedrørende markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge til Forbrugerombudsmandens eventuelle behandling efter markedsføringslovens regler.
- At Forbrugerombudsmanden screener oversendte sager fra Alkoholreklamenævnet og orienterer Alkoholreklamenævnet om passende sagsbehandlingsskridt.
- at Forbrugerombudsmanden, når en sag ikke bliver taget op, oversender sagen til Alkoholreklamenævnet, hvis Forbrugerombudsmanden vurderer, at Alkoholreklamenævnet har kompetence til at behandle sagen, og vurderer at Alkoholreklamenævnets sagsbehandling må forventes at føre til et passende skridt over for den pågældende markedsføring,
- at Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet gensidigt orienterer hinanden om sagers udfald, hvor det vurderes relevant, og inden eventuel pressemeddelelse offentliggøres.
- at Alkoholreklamenævnet, i sager hvor en erhvervsdrivende, hvis markedsføring i Alkoholreklamenævnet er blevet erklæret i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer, ikke vil rette sig efter kritikken og ikke vil indstille den pågældende markedsføringsaktivitet, sender sagen videre til Forbrugerombudsmanden til eventuel videre behandling efter markedsføringslovens regler.

**Afholdelse af fysiske møder**

Der afholdes minimum ét årligt koordineringsmøde mellem Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnets formand.

Der afholdes minimum ét årligt koordineringsmøde mellem sagsbehandler fra Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnets sekretariat.