

Den 11. september 2024

Afgørelse – 2024-21 Cafe Sidewalk

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

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

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 2. august 2024 observeret markedsføring af alkohol fra Café Sidewalk. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at markedsføringen af alkohol fra Café Sidewalk er målrettet unge, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Café Sidewalk markedsføring af alkohol.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet har den 2. august 2024 observeret markedsføring af alkohol fra Café Sidewalk på det sociale medie Facebook. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 5. august 2024 sendt høringsbrev til Café Sidewalk med anmodning om bemærkninger til klagen. Café Sidewalk er ikke vendt tilbage på henvendelsen fra Alkoholreklamenævnet.

Indhold

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

Café Sidewalk hørings svar

Café Sidewalk er ikke vendt tilbage med bemærkninger til sagen inden svarfristens udløb.

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.*

Forbuddet mod markedsføring af alkohol målrettet børn og unge, jf. § 6, stk. 1, indebærer, at erhvervsdrivende ikke må markedsføre alkohol målrettet studenter. I tilknytning hertil bemærkes det, at Alkoholreklamenævnets retningslinjer ikke opererer med en skarp 18-årsgrænse i forhold til begrebet ”børn og unge”, hvorfor unge over 18 år, ud fra konkrete omstændigheder, kan være beskyttet af markedsføringsforbuddet i retningslinjerne for markedsføring af alkohol. Dette er f.eks. tilfældet, når markedsføringen er rettet mod kommende eller nyudklækkede studenter. I den relation indgår det i Alkoholreklamenævnets vurdering, om der er billeder med studenter eller studenterhuer i tilknytning til alkoholmarkedsføring, hvilket er i strid med retningslinjerne. De erhvervsdrivende skal være opmærksomme på de situationer, hvor gruppen af børn og unge aldersmæssigt ligger omkring 18 år, det vil sige de 15-21-årige. Aldersgruppen på 15-21 år er ofte at finde på ungdomsuddannelsesinstitutioner.

Markedsføringen fra Café Sidewalk består af et billede af en flaske mousserende vin og to fyldte glas. Af teksten fremgår:

”Traditionen tro giver vi alle nye studenter med hue på et gratis glas bobler ved køb af mad 🍷🍷

*Er man ikke blevet student i år kan man skåle med i et glas bobler for kun 50,- 🍷
Tilbuddet gælder i uge 26 og 27 når studenterne springer ud 🇩🇪”*

På baggrund af billedet i kombination af formuleringen om ”gratis bobler” er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at der er tale om markedsføring af Alkohol.

Af teksten fremgår det, direkte at tilbuddet om ”gratis bobler” er henvendt til studenter. Det er derfor Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen er henvendt til studenter, hvilket er i strid med retningslinjernes § 6, stk. 1.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen fra Café Sidewalk.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale 2024-21:



Café Sidewalk er her: **Café Sidewalk**.
13. juni · Aarhus, Region Midtjylland · 🌐

Traditionen tro giver vi alle nye studenter med hue på et gratis glas bobler ved køb af mad 🍷🍷

Er man ikke blevet student i år kan man skåle med i et glas bobler for kun 50,- 🥳

Tilbuddet gælder i uge 26 og 27 når studenterne springer ud 🇩🇰

