

- En unik mulighet til å styrke norsk mat- og drikkekultur

Regjeringen har varslet at det skal åpnes for salg av alkohol over butikkstyrke direkte fra gårder og produsenter. Denne muligheten møter stor entusiasme hos produsentene, men næringen frykter også potensielle skjær i sjøen.

- Å åpne for salg av alkoholholdig drikke direkte fra produsent er en unik mulighet til å styrke norsk mat- og drikkekultur, men det må gjøres klokt slik at vi sikrer at ordningen fungerer ut fra startblokkene, sier daglig leder i Hanen, Bernt Bucher Johannessen.

Unik enighet hos produsentene

For første gang har fire sentrale organisasjoner innen norsk drikkevareproduksjon, Hanen, Norske Destillerier, Foreningen Norske Druedyrkere og Bryggeri- og drikkevareforeningen, gått sammen om å foreslå en norsk modell for gårdssalg.

- Dette handler om mer enn å selge alkohol. Det handler om å skape levende bygder, unike mat- og drikkeopplevelser og flere arbeidsplasser i distriktene. Norsk mat- og drikkekultur blir enda sterkere når flere får smake på og lære om produktene der de lages, sier Kjell Maartmann-Moe i Foreningen Norske Druedyrkere.

Streng rammer

Nå skisserer organisasjonene en norsk modell for salg direkte fra produsent, med klare begrensninger. Det er viktig for organisasjonene at Vinmonopolets stilling og dagens alkoholpolitiske rammer ivaretas.

- Vi foreslår å sette strenge rammer både for hva som kan selges, hvor mye som kan selges, og hvor det kan selges. Da vil verken Vinmonopolet eller alkoholpolitikken utfordres, sier Erlend Fuglum, direktør i Bryggeri- og drikkevareforeningen.

Den viktigste begrensningen som foreslås er en maksbegrensning i salget, på 15.000 liter over 4,7 vol% per produsent per år. Det som selges av produkter over 4,7 vol% kan kun være egenprodusert, og salget må skje fra produksjonsstedet.

Vil gi vekst i hele landet

Ordningen vil gi norske produsenter og lokalsamfunn i hele landet nye muligheter for verdiskaping, arbeidsplasser og utvikling av kortreiste varer. For mange bønder og småskala produsenter kan dette være avgjørende for bærekraftig økonomi og for å holde jorden i hevd.

- Å styrke lokale mat- og drikkeprodusenter, gjør at turister og lokalbefolkning kan få en smak av godt tradisjonelt håndverk bygget opp gjennom generasjoner, sier Lars Ole Ørjasæter, daglig leder i Norske Destillerier.

Viser til sidersuksess

Erfaringene fra de siste ti årene med gårdssalg av sider har vist at ordningen gir økt verdiskaping og entusiasme for norske produkter. Siderordningen har ført til en tolvdobling i salget og økt andelen norsk sider på Vinmonopolet fra 40 til 80 prosent, samtidig som det totale alkoholkonsumet har gått ned de siste årene.

- Resultatet fra siderordningen er at det er skapt flere norske arbeidsplasser, mer verdiskaping i Norge, en styrking av norsk mat- og drikkekultur, samtidig som alkoholkonsumet nå er stabilt nedadgående, sier Bucher Johannessen.

Må unngå svenske tilstander

I både Sverige og Finland er det allerede åpnet for salg av alkohol direkte fra produsent. Dette viser at det er mulig å åpne for gårdssalg innenfor EØS-avtalen. Organisasjonene er like fullt tydelige på at den norske modellen bør unngå unødvendige krav som har svekket den svenske ordningen.

- I Sverige har det vært stilt en rekke krav, både om betalt omvisning, produksjonsbegrensning, påbudte advarsler og liknende som har skadet den svenske ordningen. For å sikre at den norske modellen skal ha samme suksess som siderordningen har hatt, er det viktig å se til Sverige og luke ut feilene de har gjort, sier Fuglum i Bryggeri- og drikkevareforeningen.

Kontakter:

Hanen

Bernt Bucher Johannessen

Daglig leder

Tlf: 913 33 148

@: bernt@hanen.no

Bryggeri- og drikkevareforeningen

Erlend Fuglum

Direktør

Tlf: 402 15 198

@: erlend.fuglum@bryggeriforeningen.no

Hege Ramseng

Kommunikasjonssjef

Tlf: 920 31 080

@: hege.ramseng@bryggeriforeningen.no

Norske Destillerier

Lars Ole Ørjasæter

Daglig leder

Tlf: 908 59 406

@: post@norskedestillerier.no

Foreningen Norske Druedyrkere

Kjell Maartmann-Moe

Gruppeleder FNDs gårdssalgutvalg

Tlf: 907 77 758

@: kmaartma@online.no

Hvordan ser den norske modellen ut?

Vi vil at den norske modellen for salg av produkter fra produksjonssted ikke skal utfordre de alkoholpolitiske rammene. Vinmonopolets stilling må heller ikke utfordres. Det er viktig for legitimiteten og bærekraften til ordningen.

Derfor bør den norske modellen ha følgende innramming:

1. Salgsbegrensning på 15.000 liter.

Den norske modellen bør ha en salgsbegrensning tilsvarende siderordningen, som er på 15.000 liter per produsent per år. Dette er den viktigste innrammingen av ordningen for å sikre at den verken utfordrer Vinmonopolets stilling eller de alkoholpolitiske rammene. Samtidig vil en slik begrensning bidra til å sikre at ordningen ivaretar våre EØS-politiske forpliktelser.

2. Kun egne produkter

Det skal kun være mulig å selge egne produkter over 4,7 vol% alkohol. Ergo vil Vinmonopolet fremdeles opprettholde sitt monopol på alle andre produkter over 4,7 vol% alkohol. Dette er med på å sikre at Vinmonopolets stilling ikke utfordres.

3. I tilknytning til produksjonsstedet

Utsalget må også være i tilknytning til produksjonsstedet. Dette gjør at ordningen både er stedbundet, begrenset, og i tydelig tilknytning til tilvirkningen og stedets karakter.

4. Skal utgjøre en del av stedets helhetlige karakter

Formuleringen i Alkoholoven § 1-7f om at bevilgningen bare kan gis hvis «tilvirkningen og salget vil utgjøre en del av stedets helhetlige karakter», gjøres gjeldende for alle produkttyper. Denne formuleringen ivaretar intensjonene om at bevillingen gis for å fremme kultur, turisme og lokale tradisjoner på en god måte.

5. Økt bruk av norske råvarer

Norske råvarer, som norsk bygg, kveik, norske epler, og liknende er viktige forutsetninger for det særegne med de norske produktene. Det å øke bruken av norske råvarer vil være en styrke for den norske mat- og drikkekulturen. Det bør settes et mål om økt bruk av norske råvarer og innføres en politikk som stimulerer til dette. Det er ikke ønskelig med et krav om norske råvarer, da det er for liten tilgang til norsk malt for bryggerier og destillerier.

Forskningen på norske råvarer til bruk i drikkeproduksjon bør styrkes. Dette er viktig for å øke forståelsen for hvilke råvarer som passer inn i det norske produksjonsklimaet, og for å videreutvikles disse til bruk i norsk drikkeproduksjon. I tillegg bør det stimuleres til å øke produksjonen av norske råvarer, så disse i større grad kan konkurrere med utenlandske.

6. Regelverket er likt, effektivt og forståelig

Det er viktig at regelverket for salgsbevilling er likt i hele landet, effektivt og forståelig. Mange av produsentene er små, med få ansatte og lite omsetning. Dette gjør at

ordningen vil ta stor skade dersom prosessen for å få salgsbevilling blir for omfattende eller kostbar.

Hvilke feil i den svenske modellen må vi unngå?

Sverige innførte en ordning i 2024, som har gitt blandede resultater. Ordningen viste at det er mulig å åpne for gårdssalg innenfor handlingsrommet i EØS-avtalen. Samtidig inneholder den en rekke unødvendige begrensninger som har utelukket mange produsenter og gjort ordningen mindre suksessfull enn den kunne vært.

Det er særlig fem feil ved den svenske modellen som bør lukes ut i den norske:

1. Produksjonstak

Den svenske ordningen har produksjonstak på 75.000 (brennevin) til 400.000 (øl). Det stikker kjepper i hjulene på hele ordningen, og fører til kunstige tilpasninger. Den eneste begrensningen som har effekt med tanke på alkoholpolitiske rammer og Vinmonopolets stilling er salgsbegrensningene.

Mange mellomstore bryggerier og siderprodusenter i Norge ville nærmet seg taket som er innført i Sverige, og dermed måtte ha med produksjonstaket i vurderingen på om de skal vokse videre. En slik terskel vil trolig resultere i at ordningen får lavere legitimitet i næringen.

2. Krav om betalt omvisning

Krav om betalt omvisning er for de aller fleste drikkeprodusentene helt meningsløst. Det er verken nok ansatte, stor nok kapasitet eller størrelse som tilsier at det er mulig å gjennomføre.

Alle produsentene store entusiaster og stolte av produktene sine, og har et genuint ønske om å fortelle om hva de gjør, at turister og andre som kommer på besøk vil neppe bli skånet for en orientering.

3. Krav om helseadvarsel ved salg

Som eneste produkt, og eneste salgskanal, er produsentene i Sverige pålagt å informere om helseeffektene ved alkohol. Dette har ingen påvist helsegevinst, og fremstår utelukkende symbolsk. Om det skal innføres helseadvarsel ved salg av alkohol er det noe som bør innføres for alle salgskanaler, og åpenbart ikke forbeholdes den salgskanalen med lavest salgsvolum.

4. Kostbar og uforutsigbar søknadsprosess

Den svenske ordningen har en søknadsprosess som fremstår som både nødvendig og kostbar og uforutsigbar. I Norge har vi gode løsninger og rutiner for søknader om salgs- og skjenkebevilling. Vi foreslår at disse benyttes også for søknader knyttet utvidet alkoholsalg direkte fra produsent.

5. Usikkerhet om varighet av ordningen

En viktig forutsetning for at den norske ordningen skal ha ønsket effekt er at alle produsentene må være sikre på at ordningen er permanent. I Sverige er ordningen opprettet som en prøveordning på 5 års varighet. Det vil svekke motivasjonen for å gjøre nødvendige investeringer, og ta del i ordningen.