



## **Indledning**

2010 var et markant år, hvor der er sket rigtig meget i Danmark og i verden som har påvirket branchens muligheder for at drive gode og sunde virksomheder. Dette har selvfølgelig i høj grad sat sit præg på dagsordenen i en levende og dynamisk brancheforening som VSOD.

Vores branches produkter er et yndet mål for politiske forslag om nye stramme reguleringer i form af skatter og markedsføringsbegrænsninger. Derfor har VSOD gjort en stor indsats for at opretholde en god og nødvendig dialog med alle relevante politiske ordførere og embedsmænd, hvor vi kan sikre os, at branchens fakta baserede holdninger og argumenter er kendte.

Der foregår et meget aktivt bestyrelsesarbejde i VSOD. I 2010 har der været afholdt otte bestyrelsesmøder. Derudover arbejder VSOD's kommunikationsgruppe med aktuelle mediesager og høringer og arbejder effektivt på at få udført forskellige opgaver. Det er alt lige fra høringssvar fra diverse ministerier til politiske udmeldinger, der skal reageres på i pressen, osv.

SF og Socialdemokratiet har i forbindelse med et regeringsskifte varslet højere afgifter på usunde fødevarer, herunder alkohol. Derudover har en samlet opposition foreslået, at der indføres et krav om negativ mærkning (sundhedsadvarsler på alkohol produkter). Bliver et sådant forslag indført, vil det føre til store administrative omkostninger for en i forvejen trængt branche.

## **1) Kommunikation og presse**

En god og nær kontakt med pressen er også et vigtigt element i brancheforeningens arbejde. Alkohol, specielt misbruget heraf, er godt stof, og bliver ofte fremstillet i et mere negativt billede, end det reelt er. Det er derfor væsentligt, at medierne bibringes de korrekte informationer, så formidlingen kan ske på en saglig baggrund.

Desværre faldt regeringen for fristelsen til at føre nytteløs symbolpolitik ved at foreslå differentierede aldersgrænser mellem hhv. alkoholiske drikke med høj alkoholvolumen og alkoholholdige drikkevarer med lav alkoholvolumen. Dette på trods af, at VSOD tidligt i debatten har leveret et omfattende katalog af fakta baserede argumenter imod forslaget og konstruktiv foreslået et bedre alternativ. Jeg vender tilbage til dette emne.

## **2) Social ansvarlighed**

Det er i alkoholbranchens interesse, at alle udbydere udviser en høj grad af social ansvarlighed, så man f.eks. kan undgå, at unge får en for tidlig alkoholdebut og forebygge misbrug.

## **GODA**

Alkoholbranchen tager ansvar bl.a. gennem Foreningen Gode Alkoholdninger, GODA. Foreningen har siden stiftelsen i 1993 været drevet og finansieret af VSOD, Foreningen af Danske Spiritusfabrikanter og Bryggeriforeningen.

En af årsagerne til, at VSOD har en stor troværdighed og indflydelse blandt politikere og embedsmænd er organisationens engagement i GODA.

## VSOD – Årsberetning 2010



GODA arbejder ud fra en strategi med fokus på oplysning til unge, deres forældre og uddannelsesinstitutioner. I den forbindelse bruger GODA sit netværk, hvor GODA i 2010 har distribueret mere end 3000 eksemplarer af "Alkohol dialog", som nu indgår aktivt i undervisningen i landets folkeskoler og gymnasier. GODA's undervisningsmateriale blev endvidere præsenteret i en workshop på konferencen "Unge og Alkohol" d. 4. oktober, hvor næsten 200 forebyggere, klubfolk og andre interesserede var mødt op fra hele landet for at drøfte nyeste tiltag på alkoholområdet. Det var SSP-Samrådet og Ungdomsringen, med støtte fra GODA, der stod for arrangementet.

Endvidere har GODA, via MTV, involveret de unge i en nødvendig dialog omkring myter. De unge har en ubalanceret holdning til, at flertallet af deres venner drikker mere end de faktisk gør. At det er lykkedes at ændre alkoholkulturen blandt unge i en positiv retning, tyder de senere års fald i forbruget på. Størstedelen af de unge oplever ikke drikkepres fra andre (kun 5% af de 15 årige og 6% af de 17-18 årige oplever, at de ofte skal forsvare sig, hvis de ikke drikke alkohol ifølge Habbo 2010)

Ovenstående er beviser på, at GODA i samarbejde med bl.a. VSOD kan gøre en forskel. Hele branchen nyder godt af de resultater, der i fællesskab opnås

### **3) Samarbejde med myndigheder, politikere m.fl.**

Som nævnt, har VSOD været meget aktiv i bestræbelserne på at opnå et godt samarbejde og en god dialog med politikere og myndigheder. Der har således været afholdt et stort antal møder med relevante ordfører på Christiansborg, som er de politikere, der er med til at skabe dagsordenen for den fremtidige sundhedspolitik, og dermed også alkoholpolitik.

**VSOD** har i 2010 arbejdet for ligestilling mellem Cider baseret og spiritus baseret alkoholsodavand. VSOD mødtes derfor den 16. april 2010 med daværende Skatteminister Troels Lund Poulsen angående sagen.

De danske alkohol-afgiftsregler havde siden 2005 indeholdt et smuthul, som har skabt urimelige afgiftsforskelle for direkte sammenlignelige og konkurrerende produkter indenfor det segment, der populært kaldes alkoholsodavand.

Smuthullet blev udnyttet af alkoholtyper med en alkoholvolumen på typisk 4,5-5,5 %, hvis alkohol-indhold var ciderbaseret. Disse drikke undgik dermed den meget høje tillægsafgift, som bliver pålagt øvrige alkoholsodavand ("Ready to drink"-produkter), hvilket betyder, at disse blev pålagt en ca. tre gange så høj afgift for et produkt med helt identisk alkoholvolumen. Med en afgiftsforskel på ca. 9 kr. pr. liter, inkl. Moms, giver det en ekstrem og urimelig konkurrencefordel.

Det var derfor også med stor tilfredshed, at VSOD konstaterede, at Skatteministeriet i juni 2010 fremsatte et nyt lovforslag, som skabte afgiftsmæssig ligestilling for sammenlignelige produkter.

**VSOD** var i 2010 også stærkt involveret i debatindlæg, pressemeddelelser og nyhedsbreve i forbindelse med regeringens forslag om differentierede aldersgrænser mellem hhv. alkoholiske drikke med høj alkoholvolumen og alkoholholdige drikkevarer med lav alkoholvolumen. VSOD har i medierne klart og utvetydigt gjort rede for branchens holdninger og vist, at der allerede gøres et stort forebyggende arbejde.



## VSOD – Årsberetning 2010

VSOD's holdning til en differentieret aldersgrænse har fra starten været klar. VSOD vil på det stærkeste advare imod en differentiering. Ikke alene fordi det vil være uden effekt i forhold til det totale alkoholforbrug blandt unge og dermed være af ren symbolkarakter, men også fordi en differentiering vil give et u hensigtsmæssigt positivt signal om de alkoholtyper, der reguleres lempeligst. Forslaget vil derfor ikke fremme de gode alkoholvaner, men derimod føre til forvirring og uklarhed.

VSOD har derfor klart foretrukket det rene snit: altså enten 18 år (hele vejen) eller 16 år, som man så reelt skulle håndhæve, hvad det er meget langt fra at blive konsekvent i dag. Men når det ikke kunne være anderledes, og regeringen havde besluttet sig for, at der skulle indføres en differentiering, har VSOD konsekvent talt for, at 22 % er den mest hensigtsmæssige grænse, som afgrænser det, som hele tiden har været i fokus i debatten: unges adgang til spiritus.

En 22 % grænse viste sig dog ikke, at være politisk gangbar. Sagen endte dermed med et bredt politisk forlig på en grænse ved 16,5 %. Dette er en tålelig løsning for branchen og langt bedre end de oprindelige forslag på henholdsvis 7 og 15 %.

VSOD var gennem hele den politiske proces - i forbindelse med forslaget - en ansvarlig og betydningsfuldt spiller i forhold til meningsdannere og beslutningstagere og den nye grænse på 16,5 % skal i det lys ses som en sejr for VSOD. Den nye grænse 16,5 pct. (18 år) trådte i kraft d. 7. marts 2011

### **4) Markedsføringsregler og Alkoholreklamenævnet**

I VSOD mener vi, at det er meget vigtigt, at alkoholindustrien opfører sig ansvarligt i sin markedsføring, således denne udelukkende henvender sig til voksne og overholder alle gældende regler og retningslinjer, der begrænser mindreåriges eksponering for alkohol. Det ligger os meget på sinde at rådgive medlemmerne, således at vi kan hjælpe med til at markedsføringsreglerne ikke overtrædes.

VSOD er derfor også repræsenteret i Alkoholreklamenævnet, hvor vi arbejder sammen med Forbrugerombudsmanden samt Bryggeriforeningen, Foreningen af Danske Spiritusfabrikanter, De Samvirkende Købmænd, HORESTA, Dansk Erhverv, Dansk Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening og Forbrugerrådet, der har fast observatørstatus, for at sikre en god markedsføringsskik for alkoholreklamer.

I 2010 behandlede Alkoholreklamenævnet 15 klager, hvilket er 3 mere end året før. Der blev udtalt kritik i 5 af sagerne, mens Alkoholreklamenævnet ikke fandt, at der var grundlag til at udtale kritik i 6 af sagerne. Alkoholreklamenævnet ville have udtalt kritik i yderligere 2 sager, men på baggrund af indklagedes argumenter og umiddelbare handling for at føre markedsføringen i overensstemmelse med retningslinjerne, henlagde Nævnet sagerne. 2 sager er forsat under behandling.

Godt 110 deltog, da Alkoholreklamenævnet holdt konference på Christiansborg i anledning af nævnets 10 års jubilæum. Fra talerstolen bekræftede Forbrugerombudsmanden, at nævnet har haft succes med at håndhæve en etisk og ansvarlig markedsføring af alkohol, og at han er meget positiv overfor med- og samregulering på området for alkoholreklamer. Professor Peter Møgelvang Hansen, CBS, pointerede, at Alkoholreklamenævnet har aflastet Forbrugerombudsmanden, og at der er en fornuftig arbejdsdeling mellem denne og nævnet.

## VSOD – Årsberetning 2010



Forinden havde Erhvervsminister Brian Mikkelsen indledt konferencen med at fastslå, at han som borgerlig politiker er tilhænger af det frie valg, men at der, når det drejer sig om reklamer for alkohol, selvfølgelig er nogle sundhedsmæssige og social hensyn at tage, specielt når det gælder børn og unge. Han understregede samtidig, at den bedste måde producenterne kan holde politikerne væk fra regulering på er, at de sørger for at bevare respekten for Alkoholreklamenævnet og dets integritet.

Konklusionen på dagen var, at der er bred opbakning til Alkoholreklamenævnet og dets virke både blandt politikere og forbrugere. Den danske model med samregulering på området for alkoholreklamer virker.

### **5) Lovgivning**

**VSOD** har arbejdet for at skabe klarhed på området for hedvinsbaseret spiritus produkter. Ved en dom af 9. maj 2009 har EF-domstolen i sag C-150/08 (Siebrand) fastslået, at gærede alkoholholdige drikkevarer, som oprindeligt svarer til pos. 2206 i EU's Kombinerede Nomenklatur. VSOD har i tæt samarbejde med SKAT været med til, at præge og fortolke konsekvenserne af dommen.

SKAT offentliggjorde den 1. marts 2010 en vejledning som fastslår, at der fremover skal tages følgende objektive karakteristika og egenskaber i betragtning, når en drikkevare, der indeholder alkohol fra gæring samt tilsat destilleret alkohol, skal placeres under pos. 2206 eller pos. 2208: Indholdet af alkohol, særlige organoleptiske kendetegn og påtænkt anvendelse. Denne praksisændring betyder, at der er kommet gennemsigtighed på markedet. De nye regler trådte i kraft den 1. september 2010.

**VSOD** har i forbindelse med halvering af emballageafgiften, som trådte i kraft den 1. januar 2011, løbende informeret medlemmerne vedrørende ansøgning om godtgørelse og i ikrafttrædelsesdato osv. VSOD har endvidere i samarbejde med SKAT været med til at præcisere reglerne.

### **6) VSOD's medlemmer**

I 2010 kunne vi byde Treasury Wine Estates Denmark rigtig hjertelig velkommen som nyt medlem af VSOD. Medlemsantallet pr. 1. januar 2011 er nu på 29 medlemmer.

Bestyrelsen er meget opmærksom på medlemssituationen, og vi er gennem året i løbende kontakt med potentielle medlemmer for at gøre dem opmærksomme på VSOD's arbejde.

Den store festmiddag som VSOD og Vinhandlerforeningen i samarbejde afholdte i forbindelse med sidste års generalforsamling gav desværre, trods stor tilslutning til festen, ikke nye medlemmer.

Vi har i det seneste år set mange beviser på, at en aktiv og stærkt arbejdende branche-forening virkelig kan gøre en forskel. Jeg vil derfor gentage min opfordring til alle medlemmer, som jævnligt er i kontakt med gode kollegaer i branchen, om at fortælle om VSOD og formidle en kontakt til sekretariatet. Alle virksomheder – store som små – nyder godt af de resultater der i fællesskab opnås.

## VSOD – Årsberetning 2010



### 7. Statistik og analyse

VSOD udarbejder følgende statistikker:

- **SPIRITUS, OMSÆTNING I LITER SALGSSTYRKE** - Baseret på SKATs opgørelse over banderolerede mængder
- **VSOD MARKEDSDATA** - Omsætning i liter Baseret på angivelser fra SKAT
- **CATINÈT-IFKA GRÆNDSEHANDELSANALYSE** - Indkøb af vin og spiritus Tabelrapport
- **IMPORTSTATISTIKKEN** - Tal bliver sendt fra Udenrigshandel under Danmarks Statistik

Der har i det forløbende år været store problemer med fejl og forsinkelser i forbindelse med Importstatistikken. Årsagen til dette er at der har været fejl i indberetningerne og at Danmarks statistik har ændret varekoderne for de forskellige produkter uden at informere om det. Der vil fremadrettet blive taget hånd om problemet.