

**Nefndasvið Alþingis**  
**Allsherjarnefnd**  
**b/t Selmu Hafliðadóttur**  
**nefndarritara**  
**Austurstræti 8-10**  
**150 Reykjavík**

Reykjavík, 20. febrúar 2008.

Efni: Frumvarp til laga um breytingu á áfengislögum nr. 75/1998, með síðari breytingum.  
*Viðskiptaráð þakkar nefndinni fyrir það tækifæri að fá að veita umsögn um ofangreint frumvarp þar sem lagðar eru til breytingar á 3. mgr. 20. gr. áfengislaga.*

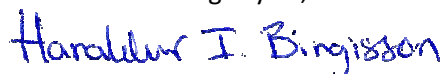
Viðskiptaráð hefur nýverið gefið út skoðun um áfengislöggjöfina, sjá meðfylgjandi skjal. Í þeirri skoðun er farið yfir helstu niðurstöður þeirrar skýrslu sem er fylgiskjal með frumvarpi þessu og lögð til breyting á fyrirkomulagi áfengisauglýsinga, sem er frekar líklegri til að ná þeim markmiðum sem stefnt er að heldur en tíðar og ómarkvissar breytingar á lagabókstafnum.

Það er álit Viðskiptaráðs að orðalag 20. gr. áfengislaga sé afar óskýrt og valdi því verulegri réttaróvissu. Réttaróvissa þessi hefur leitt til talsverðra útgjalda af hálfu hins opinbera vegna tíðra en árangurslítilla rannsókna lögreglu, sem og til óþarfa kostnaðar og óvissu í rekstri þeirra fyrirtækja sem um ræðir. Úr þessari stöðu verður ekki bætt með þeirri viðbót sem frumvarpið leggur til, enda er orðaleg hennar afar matskennt. Eina skilvirka leiðin til varanlegra og ásættanlegra úrbóta var lögð til í áðurgreindri skoðun og er hún sú að hér verði byggt á því fyrirkomulagi sem þekkist í Bretlandi – og markaðsaðilum verði þannig falið að taka reglur af þessu tagi upp héraendis og annast eftirfylgni þeirra. Þessi leið væri í samræmi við það fyrirkomulag sem viðgengst í mörgum öðrum löndum, eins og skýrsla ríkislögreglustjóra ber með sér.

Að lokum er rétt að benda nefndinni á rit Lýðheilsustöðvar (Áfengi – engin venjuleg neysluvara) og skýrslu Háskólans á Akureyri þar sem skoðuð er birting áfengistengds efnis í dagblöðum undanfarin 10 ár. Í framangreindum ritum er dregið í efa að algert bann við áfengisauglýsingum myndi draga verulega úr neyslu þar sem aðrir þættir í samfélaginu breyti meiru um neyslu áfengis en auglýsingar. Það liggur því í augum uppi að norska forsjárhyggjan er alger fjarstæða og ætti ekki að vera tekin til fyrirmyndar héraendis.

**Viðskiptaráð leggur til að frumvarpið nái ekki fram að ganga og hvetur jafnframt til að markaðsaðilum verði gefið færi á að taka upp reglur er varða auglýsingar á áfengi.**

Virðingarfyllst,



---

Haraldur I. Birgisson  
Lögfræðingur Viðskiptaráðs