

Il-Kodiċi tal-Istatuti tal-Aġenzija Żvediza tal-Konsumatur

ISSN 0347-8041 (stampat) 2003-1068 (online)
Ippubblikat minn: Elin Söderlind

Il-parir ġenerali tal-Aġenzija Żvediza tal-Konsumatur dwar il-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiel alkoħoliċi u preparazzjonijiet simili għal xarbiel lill-konsumaturi;

KOVFS
2023:1

Ippubblikat fi

adottati fis-27 ta' Novembru 2023.¹

L-Aġenzija Żvediza tal-Konsumatur adottat il-parir ġenerali li ġej. Dan il-parir jirrigwarda d-dispożizzjonijiet dwar il-kummerċjalizzazzjoni stabbiliti fl-Att dwar l-Alkoħol (2010:1622) u l-Att dwar il-Kummerċjalizzazzjoni (2008:486).

Artikolu 1 Dispożizzjonijiet introduttorji

1.1 Introduzzjoni

Il-parir ġenerali jikkostitwixxi rakkomandazzjonijiet dwar l-applikazzjoni tal-leġiżlazzjoni, li jindikaw kif xi hadd jista' jew għandu jaġixxi f'certu rigward. Il-parir ġenerali għandu l-għan li jippromwovi l-applikazzjoni uniformi ta' biċċa leġiżlazzjoni partikolari, u li jinkoraġġixxi l-iżvilupp ta' prattiki. Madankollu, ma jorbotx formalment lil dawk li għalihom huwa mmirat il-parir.

Il-parir ġenerali jinkludi dak li huwa magħruf bħala memorandum ta' deċiżjoni li fih, fost affarijiet oħra, kummenti dwar il-parir ġenerali.

1.2 Applikazzjoni

Dan il-parir ġenerali jikkonċerna l-applikazzjoni tar-regoli dwar il-kummerċjalizzazzjoni lill-konsumaturi ta' xarbiel alkoħoliċi u preparazzjonijiet simili għal xarbiel alkoħoliċi stabbiliti fl-Att dwar l-Alkoħol (2010:1622), minn hawn 'il quddiem l-Att dwar l-Alkoħol.

Ir-regola ġenerali hija li d-dispożizzjonijiet japplikaw meta l-kummerċjalizzazzjoni jkollha impatt fuq is-suq Żvediz jew timmira lejha. Valutazzjoni ġenerali tista' ssir fuq bażi ta' każ b'każ, meta, pereżempju, ikunu rilevanti il-lingwa, il-munita u l-attributi nazzjonali l-oħra użati.

Dan il-parir ġenerali ma jkoprix xandiriet televiżivi u siti web eċċ. li, skont l-Att dwar ir-Radju u t-Televiżjoni (2010:696) u l-Att (2002:562) dwar il-Kummerċ Elettroniku u Servizzi Oħra tas-Socjeta' tal-Infommazzjoni, mhumiex soġġetti għal-liġi Żvediza.

¹ Ara d-Direttiva (UE) 2015/1535 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill tad-9 ta' Settembru 2015 li tistabbilixxi proċedura għall-ghoti ta' informazzjoni fil-qasam tar-regolamenti tekniċi u tar-regoli dwar is-servizzi tas-Socjeta' tal-Infomatika.

Skont l-Atti speċifikati, il-liġi Żvediża tista' tiġi applikata għall-kummerċjalizzazzjoni mmirata lejn Stati Membri oħra minn operaturi stabbiliti fl-Iżvezja.

1.3 Definizzjonijiet u kunċetti

Xarbiet alkoħoliċi tfisser xarbiet b'kontenut ta' alkoħol li jaqbez it-2.25 % skont il-volum.

Xarbiet ħfief tfisser xarbiet li huma mingħajr alkoħol jew li għandhom kontenut ta' alkoħol li ma jaqbiżx it-2.25 % skont il-volum.

Preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi tfisser preparazzjoni li fiha l-alkoħol li, mil-lat tal-konsum, hija ekwivalenti għal xarba alkoħolika jew li b'xi mod ieħor tista' tkun mistennija li tintuża bħala intossikanti.

Kummerċjalizzazzjoni tikkonsisti minn reklamar u miżuri oħra waqt attivitajiet ta' negozju, li huma maħsuba biex jippromwovu l-bejgħ ta' prodotti u l-aċċess għalihom, inklużi l-azzjonijiet, l-omissjonijiet jew miżuri oħra tan-negozjant, jew inkella l-imġiba tiegħu qabel, matul jew wara l-bejgħ jew il-konsenja ta' prodotti lill-konsumaturi jew lin-negozjanti.

It-terminu *reklam kummerċjali* huwa kunċett aktar strett mill-kummerċjalizzazzjoni u mir-reklamar. Sabiex rappreżentazzjoni titqies bħala reklamar kummerċjali, il-komunikazzjoni għandha tkun maħsuba sabiex tippromwovi l-bejgħ u tkun mill-aspett kummerċjali purament relatata mal-oġġett, jiġifieri għandha tirreferi għall-attività kummerċjali ta' negozjant u, pereżempju, għal prodott fornut f'dan ir-rigward. Il-valutazzjoni ta' x'jikkostitwixxi reklam kummerċjali tista' ssir fuq bażi ta' każ b'każ, filwaqt li jitqiesu d-disinn, il-preżentazzjoni u, b'mod partikolari, il-kontenut (pereżempju fuq sit web).

Reklamar dirett, għall-fini ta' dan il-parir ġenerali, tfisser reklamar fil-kaxxa tal-ittri, telekummerċjalizzazzjoni jew kummerċjalizzazzjoni oħra li tindirizza direttament konsumatur individwali inkluż tali kummerċjalizzazzjoni fuq il-media soċjali.

Reklamar fuq barra, għall-fini ta' dan il-parir ġenerali, tfisser il-kummerċjalizzazzjoni f'postijiet li għalihom il-pubbliku għandu aċċess, pereżempju, fi spazji pubbliċi jew qribhom, f'mezzi pubbliċi ta' komunikazzjoni, fi kmamar ta' stennija jew simili għal mezzji pubbliċi ta' trasport, f'postijiet sportivi pubbliċi, fiċ-ċinema jew postijiet simili.

Artikolu 2 Ir-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari

2.1 Informazzjoni ġenerali dwar ir-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari

L-Att dwar l-Alkoħol jirrikjedi li l-prinċipju ta' moderazzjoni partikolari jiġi osservat fil-kummerċjalizzazzjoni kollha lill-konsumaturi ta' xarbiet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi. Ir-reklamar jew miżuri oħra ta' kummerċjalizzazzjoni li huma intrużivi, insistenti jew li jinkoraġġixxu l-użu tal-alkoħol huma pprojbiti.

Pariri ġenerali

Ir-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari jkopri l-kummerċjalizzazzjoni kollha mmirata lejn il-konsumaturi u jkopri l-aspetti kollha tal-kummerċjalizzazzjoni, bħall-kontenut u d-disinn tar-reklamar, prattiki speċifiċi ta' kummerċjalizzazzjoni u l-għażla ta' mezzi ta' reklamar (inklużi l-imballaġġ u t-tikketti).

Il-kummerċjalizzazzjoni għandha tkun limitata għal fatti rilevanti li jikkonċernaw il-prodott u l-karatteristiċi tiegħu, ipprezentati bl-aktar mod oġġettiv possibbli u minghajr ebda element irrilevanti mhux relatat max-xarba alkoħolika jew il-preparazzjoni simili għal xarba alkoħolika. Il-kummerċjalizzazzjoni għandha tevita li tirreferi għal emozzjonijiet jew burdati.

2.2 Projbizzjoni fuq il-kummerċjalizzazzjoni mmirata lejn it-tfal u ż-żgħażaġh

L-Att dwar l-Alkoħol jipprojbixxi l-kummerċjalizzazzjoni speċifikament immirata lejn, jew turi, tfal jew żgħażaġh taht l-età ta' 25 sena.

Pariri ġenerali

Simboli jew fenomeni li jistgħu jkunu assoċjati ma' tfal jew żgħażaġh, jew li jhajruhom, għandhom jiġu evitati, bħal ambjenti, mużika, loġhob u karattri.

Sabiex jiġi ddeterminat jekk miżura ta' kummerċjalizzazzjoni titqiesx li hija speċifikament immirata lejn it-tfal jew iż-żgħażaġh, jeħtieġ li titwettaq valutazzjoni ġenerali. Għandhom jitqiesu kemm ir-rappreżentazzjoni nnifisha, il-prodott inkwistjoni, kif ukoll il-kuntest li fih issir il-kummerċjalizzazzjoni.

Il-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbieg alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbieg alkoħoliċi, li ma tikkostitwixxix biss bejgħ passiv ta' tali xorb jew preparazzjonijiet, għandha ssir biss f'avvenimenti, bħal festivals, fejn l-udjenza fil-mira jew mill-inqas 70 % tal-partecipanti huma mistennija li jkollhom aktar minn 25 sena.

Ara wkoll l-Artikoli 4.2 u 4.3 fuq is-siti web, eċċ. li fihom reklamar tal-alkoħol.

2.3 Projbizzjoni fuq il-kummerċjalizzazzjoni li tinkoraġġixxi l-użu

Pariri ġenerali

Il-kummerċjalizzazzjoni persważiva jew partikolarment attiva hija meqjusa li tinkoraġġixxi l-użu tal-alkoħol u ma għandhiex isseħh.

Il-miżuri promozzjonali fil-forma ta' rigali, kompetizzjonijiet u skontijiet, eċċ. jitqiesu wkoll bħala indikazzjoni li l-użu tal-alkoħol qed jiġi mheġġeg; ara l-Artikolu 6.4.

Kummerċjalizzazzjoni persważiva jew partikolarment attiva tinkludi: titlob lil dak li jkun jixtri u asserzjonijiet bħal *"Ipprova issa"*, *"Iddumx u ordna issa"* jew *"Essenzjali għal tmiem il-ġimgħa"* u kliem simili.

Informazzjoni oħra mhux oġġettiva u elementi irrilevanti tal-kummerċjalizzazzjoni jistgħu wkoll jitqiesu li jheġġu l-użu u għalhekk li huma inkompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari. Ara, b'mod partikolari, l-Artikolu 2.6 dwar ir-rappreżentazzjoni fit-test.

2.4 Projbizzjoni ta' kummerċjalizzazzjoni intrużiva u insistenti

Pariri ġenerali

Il-kummerċjalizzazzjoni ma għandhiex tiġbed attenzjoni partikolari. L-apparenza, it-tipografija, it-tqassim, id-daqs u t-tqegħid tar-reklam għandhom jiġu vvalutati fid-dawl tar-rekwiżit ta' moderazzjoni.

Ma jistax ikun hemm kummerċjalizzazzjoni li hija element predominanti fl-ambjent, bħal kartellun li jolqot l-ghajn jew wiri estensiv tal-prodott.

Il-kummerċjalizzazzjoni ma għandhiex issir b'mod li jista' jitqies bħala intrużiv u/jew insistenti. Jekk jogħġbok irreferi għall-Artikolu 4.5 dwar ċerti reklami fuq is-siti web u l-Artikolu 6.1 dwar ir-reklamar dirett.

2.5 Sitwazzjonijiet u kuntesti speċifiċi

Pariri ġenerali

Il-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi ma għandhiex tkun assoċjata ma' vjolenza, armi jew drogi, jew ma' sitwazzjonijiet li fihom, skont fehma ġeneralment aċċettata, ma għandu jkun hemm l-ebda konsum ta' alkoħol, bħal fir-rigward tas-sewqan, l-isport, it-tqala, l-iskola jew ix-xogħol. Dan japplika kemm għad-disinn tal-kummerċjalizzazzjoni kif ukoll għall-kuntest li fih isseħħ.

Il-kummerċjalizzazzjoni ma għandhiex titlob jew tagħti l-impressjoni li l-konsum tal-alkoħol itejjeb il-kapaċità fiżika jew mentali, jipromwovi l-edukazzjoni jew is-suċċess soċjali, sesswali u professjonali, jew isolvi problemi bhas-solitudni jew id-dwejjaq.

Il-konsum tal-alkoħol, ix-xarbiet alkoħoliċi jew il-preparazzjonijiet simili għax-xarbiet alkoħoliċi ma għandhomx ikunu rappreżentati fil-kummerċjalizzazzjoni bħala ta' importanza partikolari matul il-vaganzi jew ċerti staġuni.

2.6 Informazzjoni speċifika dwar ir-rappreżentazzjoni fit-test

Pariri ġenerali

Ir-rappreżentazzjoni fit-test għandha tissodisfa r-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari skont l-Att dwar l-Alkoħol. It-test għandu jiffoka fuq l-ghoti ta' informazzjoni dwar il-prodott, pereżempju billi jindika l-orijini, il-materja prima, il-karatteristiċi, l-użu jew id-deskrizzjoni tat-togħma tiegħu.

Il-ġudizzji dwar il-valur, li huma superfluwi għal prezentazzjoni oġġettiva tal-fatti rilevanti li jikkonċernaw il-prodott, huma inkompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari.

Il-klassifikazzjonijiet u l-ghotjiet indikati b'mod mhux testwali jistgħu jkunu kompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari skont, fost affarijiet ohra, in-natura tal-klassifikazzjoni jew tal-ghoti u l-mod li bih jiġu pprezentati.

2.7 Informazzjoni speċifika dwar ir-rappreżentazzjoni f'immagnijiet

Ir-rappreżentazzjoni f'immagijniet għal reklami kummerċjali tista', f'konformità mal-Att dwar l-Alkoħol, tinkludi biss riproduzzjoni ta':

1. il-prodott jew il-materja prima li jkun fih;
2. pakketti singoli; jew
3. trademarks jew sinjali simili.

Pariri ġenerali

Dan ta' hawn fuq ("ir-regola tal-immagġni") japplika għar-reklami kummerċjali fil-media kollha, inklużi l-immagijniet li jiċċaqilqu.

Bhala punt ta' tluq, ir-regola tal-immagġini titqies bhala eżawrjenti u tfisser li l-immagijniet f'reklami kummerċjali jistgħu jirriproduċu biss l-elementi msemmija f'dik id-dispożizzjoni.

Ara l-Artikoli 1.3 u 4.6 għal aktar tagħrif dwar il-kunċett ta' reklami kummerċjali.

2.8 Imballaġġ u tikketti

Pariri ġenerali

Ir-rappreżentazzjonijiet f'immagijniet li ma jikkostitwixxux reklami kummerċjali, pereżempju fuq imballaġġ jew fuq tikketta, jista' jkollhom kontenut differenti minn dak speċifikat fir-regola tal-immagġni, sakemm l-immagġni tissodisfa r-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari.

B'mod partikolari, għandu jitqies il-kontenut rilevanti tal-punti 2.1 sa 2.6 meta jiġu ddisinjati l-imballaġġi u t-tikketti.

Artikolu 3 Kummerċjalizzazzjoni f'perjodiċi, eċċ.

L-Att dwar l-Alkoħol jistabbilixxi dispożizzjonijiet speċjali dwar reklami kummerċjali f'perjodiċi jew pubblikazzjonijiet oħra li għalihom japplikaw ir-Regolamenti dwar il-Libertà tal-Istampa u li, f'termini ta' arrangamenti ta' pubblikazzjoni, huma komparabbli ma' perjodiċi ("reklami tal-gazzetti").

Pariri ġenerali

Ara l-Artikolu 1.3 għal aktar tagħrif dwar il-kunċett ta' reklami kummerċjali.

3.1 Projbizzjoni fuq ċerti reklami fil-gazzetti

L-Att dwar l-Alkoħol jipprojbixxi l-użu ta' reklami fil-gazzetti għall-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiel alkoħoliċi li fihom aktar minn 15 % alkoħol skont il-volum.

Madankollu, il-pubblikazzjonijiet li jsiru disponibbli biss fil-punt tal-bejgħ għal xarbiel alkoħoliċi li għandhom aktar minn 15 % ta' alkoħol skont il-volum jista' jkun fihom reklami fil-gazzetti għal tali xarbiel.

Pariri ġenerali

Il-pubblikazzjonijiet li huma disponibbli biss fil-hanut tal-bejgħ bl-imnut għal xarba alkoħolika għandhom ukoll jithallew jintbagħtu lill-konsumatur wara li jkunu ġew ordnati espressament mill-konsumatur. L-ordni għandha tindika li l-konsumatur huwa konxju li l-pubblikazzjoni fiha tali reklami fil-gazzetta.

3.2 Rekwiziti għal reklami permissibbli fil-gazzetti

L-Att dwar l-Alkoħol jirrikjedi li reklam fil-gazzetta għal xarba alkoħolika jew preparazzjoni simili għal xarba alkoħolika ma jkunx akbar minn 2 100 millimetru kolonna (format tablojde). Ir-reklam għandu jindika b'mod ċar il-kontenut ta' alkoħol tax-xarba jew tal-preparazzjoni li qed tiġi kkummerċjalizzata, iżda ma jistax jirrapprezenta kontenut għoli ta' alkoħol bħala karatteristika pożittiva.

L-Att dwar l-Alkoħol jistabbilixxi li tali reklam lanqas ma għandu jmur kontra l-prattika tajba fil-kuntest li fih iseħħ. Il-metodu użat fir-reklamar ma għandux ikun inadegwat fir-rigward tal-konsumatur. Ir-reklam ma għandux ikun fih informazzjoni falza jew qarrieqa dwar l-alkoħol, il-konsum tal-alkoħol, l-effetti tiegħu jew karatteristiċi oħra.

Pariri ġenerali

Ara b'mod partikolari l-Artikoli 2.6 u 2.7 għal aktar tagħrif dwar id-disinn tat-test u tal-immaġni.

3.3 Rekwizit għal test ta' informazzjoni

L-Att dwar l-Alkoħol jirrikjedi li t-test tal-informazzjoni dwar l-effetti ta' ħsara tal-alkoħol jiġi riprodott meta jintużaw reklami fil-gazzetti għal xarbiet alkoħoliċi u preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi. Il-formulazzjoni li għandha tintuża, u d-disinn tagħha, huma stabbiliti fl-Ordinanza dwar l-Alkoħol (2010:1636).

Pariri ġenerali

Ara l-Artikolu 4.5 għal aktar tagħrif dwar ir-reklamar fuq ċerti siti web ("edizzjonijiet online").

Artikolu 4 Kummerċjalizzazzjoni online

4.1 Informazzjoni ġenerali dwar il-kummerċjalizzazzjoni online

Pariri ġenerali

Għall-kummerċjalizzazzjoni online, l-Artikolu 2 għandu jitqies kemm f'termini tad-disinn tekniku kif ukoll tal-kontenut tal-kummerċjalizzazzjoni. Kummerċjalizzazzjoni online tfisser ukoll kummerċjalizzazzjoni fuq il-media soċjali, fl-apps u affarijiet simili.

4.2 Siti web, eċċ. li fihom reklamar dwar l-alkoħol

Pariri ġenerali

Il-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi għandha ssir biss fuq siti web, inklużi apps u kontijiet tal-media soċjali, fejn l-udjenza fil-mira jew mill-inqas 70 % tal-viżitaturi huma persuni li għandhom aktar minn 25 sena.

Il-kummerċjalizzazzjoni b'links ma' siti oħra li fihom reklamar tal-alkoħol hija permessa biss fuq siti web bħal dawn eċċ.

Meta juża networks differenti ta' reklamar u affarijiet simili, min jirreklama ma jistax jevadi r-responsabbiltà fil-każ li l-kummerċjalizzazzjoni twassal għal siti differenti minn dawk imsemmija hawn fuq.

4.3 Kontroll tal-età, eċċ.

Pariri ġenerali

Għal siti web li jbigħu xarbiets alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiets alkoħoliċi, jaġixxu bħala intermedjarji għalihom jew huma mmirati primarjament lejn il-kummerċjalizzazzjoni tagħhom, għandu jiġi ddikjarat b'mod ċar fuq il-paġna ewlenija tas-sit web li fih reklamar ta' xarbiets alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiets alkoħoliċi.

Il-limitu tal-età applikabbli għax-xiri tax-xorb jew il-preparazzjonijiet kummerċjalizzati għandu wkoll jiġi ddikjarat b'mod ċar fuq is-sit web.

L-età tal-vizitatur għandha tiġi ċċekkjata qabel ma l-vizitatur ikun jista' jaċċessa l-kontenut tas-sit web. Dan il-kontroll għandu jsir bl-użu tat-teknoloġija l-aktar adatta u disponibbli.

4.4 Siti web tal-bejjieġha tal-merċa

Pariri ġenerali

Il-punti 4.2 u 4.3 ma japplikawx għas-siti web tal-bejjieġha tal-merċa li, minbarra l-kummerċjalizzazzjoni, fost affarijiet oħra, ta' prodotti tal-ikel, fihom biss kummerċjalizzazzjoni għall-birra bis-saħħa folköl (aktar minn 2.25 % ABV iżda li ma taqbiżx it-3.5 %).

4.5 Informazzjoni speċifika dwar ċerti reklami fuq siti web, eċċ.

Pariri ġenerali

Ma jistgħux jintużaw reklami mfassla biex jiġbdu attenzjoni partikolari, bħal reklami tat-tip pop-up u take-over.

Ir-reklami li għandhom jitqiesu bħala supplement għal perijodiku skont ir-Regolamenti dwar il-Libertà tal-Istampa ("edizzjoni online") għandhom jitfasslu f'konformità mad-dispożizzjonijiet dwar ir-reklami fil-gazzetti; ara l-Artikolu 3.

4.6 Informazzjoni speċifika dwar il-kummerċjalizzazzjoni fuq il-media soċjali

Pariri ġenerali

Il-posts fuq il-media soċjali, ippubblikati għal skop kummerċjali min-negożjant jew f'isem negożjant u relatati mal-prodotti jew l-attivitàjiet tan-negożjant, huma indikazzjoni li l-posta tikkostitwixxi reklam kummerċjali.

Jekk tali post f'immagħni jew test, jew permezz ta', pereżempju, links jew hashtags, jirreferi għal xarbiets alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiets alkoħoliċi, il-post normalment jitqies ukoll bħala kummerċjalizzazzjoni għal prodott bħal dan. Ara l-Artikolu 1.3 għal aktar taġġir dwar il-kunċett ta' reklami kummerċjali b'mod ġenerali.

Ir-reklami kummerċjali ppubblikati fil-forma ta' posts fuq il-media soċjali, minbarra li jikkonformaw mar-regoli ġenerali stabbiliti fl-Att dwar il-Kummerċjalizzazzjoni (2008:486) li jikkonċernaw, fost affarijiet oħra, l-identifikazzjoni tar-reklamar, għandhom ikunu kompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari u jikkonformaw mar-regola tal-immagħni (ara l-Artikolu 2).

Artikolu 5 Kummerċjalizzazzjoni fi programmi tar-radju bil-ħoss jew tat-televiżjoni, eċċ.

5.1 Projbizzjoni fuq reklami kummerċjali

L-Att dwar l-Alkoħol jipprojbixxi l-użu ta' reklami kummerċjali f'xandiriet bir-radju bil-hoss, xandiriet televiżivi jew televiżjoni fuq talba għall-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi.

Pariri ġenerali

Ara l-Artikolu 7 dwar il-probabbiltà ta' konfużjoni.

Artikolu 6 Prattiki speċifiċi ta' kummerċjalizzazzjoni

6.1 Reklami diretti

Pariri ġenerali

Ir-regola ġenerali hija li l-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi permezz ta' reklamar dirett hija inkompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari. Madankollu, wara t-talba espliċita tal-konsumatur, din il-kummerċjalizzazzjoni titqies bħala permessa.

Minkejja dan ta' hawn fuq, ir-reklamar indirizzat fil-kaxxi tal-ittri għandu jkun permess sakemm:

1. ir-reklamar ikun immirat lejn persuni li għandhom aktar minn 25 sena;
2. ir-reklamar ikun f'envelops magħluqa u newtrali;
3. ikun ċar li l-posta jkun fiha reklamar tal-alkoħol; u
4. il-kontenut tal-posta jissodisfa r-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari.

Reklamar dirett konswetudinarju minn hanut tal-merċa li jkopri varjetà ta' prodotti differenti, pereżempju, newsletters ta' kull ġimgħa jew affarijiet simili, jista' jinkludi l-kummerċjalizzazzjoni ta' birra bis-saħħa folköl, sakemm il-kummerċjalizzazzjoni tkun kompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari.

6.2 Reklamar fuq barra

Pariri ġenerali

Ir-regola ġenerali hija li r-reklamar fuq barra ta' xarbiet alkoħoliċi u preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi huwa inkompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari.

Ir-reklamar fuq barra fil-post fejn jiġu mmanifatturati jew mibjugħa xarbiet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiet alkoħoliċi, jew f'relazzjoni diretta miegħu, għandu jitqies permess sakemm id-disinn ikun partikolarment moderat.

“F'relazzjoni diretta” hawnhekk għandha tinftiehem, pereżempju, bħala sinjal, poster jew xi haġa simili mmuntata fuq il-faċċata jew sinjal awtonomu mqiegħed fi ftit metri 'l bogħod mid-dahla.

Ara wkoll l-Artikolu 2.4 dwar il-kummerċjalizzazzjoni intrużiva u insistenti.

6.3 Informazzjoni speċifika dwar il-vetturi ta' distribuzzjoni u mezzi simili ta' trasport

Pariri ġenerali

Pakketti individwali, inklużi trademarks, jistgħu jiġu riprodotti fuq vetturi ta' distribuzzjoni u mezzi simili ta' trasport għal xarbijet alkoħoliċi u preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi.

F'ċerti kundizzjonijiet, il-kummerċjalizzazzjoni fil-forma ta' trademarks għal xarbijet alkoħoliċi u preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi tista' sseħħ ukoll fuq vetturi meħtieġa għan-negozju tan-negozjant, kif ukoll tagħmir relatat ma' tali vetturi. Evalwazzjoni globali fuq bażi ta' każ b'każ tista' tiddetermina jekk l-użu tat-trademark huwiex permissibbli.

Meta jiġi vvalutat jekk l-użu tat-trademark huwiex permissibbli, għandu jitqies, fost affarijiet oħra, il-mod kif tintuża l-vettura jew it-tagħmir, f'liema kument isseħħ u l-interess tan-negozjant li juża t-trademark tiegħu, fir-rigward tal-politika Żvediza dwar is-saħħa pubblika.

6.4 Miżuri ta' promozzjoni

Pariri ġenerali

Ir-regola ġenerali hija li l-miżuri promozzjonali speċifikati hawn taħt (il-punti 6.4.1 sa 6.4.5) huma inkompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari. Madankollu, għal miżuri differenti hemm eċċezzjonijiet għar-regola ġenerali stabbilita hawn taħt.

6.4.1 Għoti ta' rigali

Pariri ġenerali

L-għoti ta' rigali b'konnessjoni mal-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbijet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi mhux permess. Madankollu, f'sit ta' manifattura, fiera kummerċjali jew xi haġa simili, jista' jinghata rigal ta' valur insinifikanti. Ir-rigal għandu jkun relatat b'mod naturali max-xarba jew il-preparazzjoni alkoħolika.

6.4.2 Xarbijet alkoħoliċi u preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi bħala rigali

L-Att dwar l-Alkoħol jippermetti lil persuna li timmanifattura, tbigh jew taġixxi bħala intermedjarju għall-bejgħ ta' xarbijet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi matul in-negozju tagħha li tagħti tali xorb jew preparazzjonijiet bħala rigali biss fil-forma ta' kampjuni.

L-Att dwar l-Alkoħol ma jippermettix li xarbijet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi jinghataw bħala rigali għall-kummerċjalizzazzjoni ta' servizzi jew meta jinbiegħu oġġetti għajr xarbijet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi.

Pariri ġenerali

Ix-xarbijet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi fil-forma ta' kampjuni jistgħu jiġu pprovduti biss lil detentur ta' licenzja f'konformità mar-rekwiżiti tal-Att dwar l-Alkoħol.

L-għoti jew l-offerta ta' xarbijet alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbijet alkoħoliċi għal skopijiet ta' reklamar, biex jinholoq avvjament jew biex b'xi mod ieħor jiġi promoss il-bejgħ, mhux permess. Madankollu, fil-ftuħ, il-previżjonijiet u avvenimenti simili, l-organizzaturi jistgħu joffru xarbijet alkoħoliċi.

6.4.3 Kompetizzjonijiet

Pariri ġenerali

Il-kompetizzjonijiet li, pereżempju, jirrikjedju li konsumatur jixtri xarba alkoħolika jew preparazzjoni simili għal xarba alkoħolika sabiex jipparteċipa, jew kompetizzjonijiet bi prodotti bħal premjijiet, mhumiex permessi.

Madankollu, tista' sseħħ kompetizzjoni li ma tirrikjedix xiri jew li ma tippromwovix b'mod ieħor il-konsum ta' xarbiel alkoħoliċi jew preparazzjonijiet simili għal xarbiel alkoħoliċi.

6.4.4 Skontijiet kwantitattivi, offerti ta' kupuni jew offerti komparabbli

Pariri ġenerali

L-iskontijiet u l-offerti speċjali komparabbli mhumiex permessi. Madankollu, dan ma jkoprix id-differenza fil-prezz tas-soltu bejn daqsijiet differenti ta' pakketti, bħal fliexken iżgħar u akbar, fliexken u kaxxi għall-garr ta' likwidi, nuċċalijiet singoli u fliexken shaħ.

Il-kummerċjalizzazzjoni ta' "happy hours" u l-arranġamenti ta' bejgħ korrispondenti fi stabbiliment ta' servizz ma għandhomx ikunu mfassla b'tali mod li jhajru lill-konsumatur jixtri jew iżid ix-xiri tiegħu ta' xarbiel alkoħoliċi. Arranġamenti bħal dawn għandhom jinkludu wkoll platti tal-ikel u xorb ħafif.

Jistgħu jsiru offerti tas-soltu minn ħanut tal-merċa għal birra bis-saħħa folköl. Offerti tas-soltu minn ħanut tal-merċa tfisser il-kummerċjalizzazzjoni ta' prezz imnaqqas temporanjament. Tali kummerċjalizzazzjoni għandha tkun maħsuba b'mod ristrett u newtrali u għandha tkun limitata għall-fatti rilevanti relatati mal-prodott u l-karatteristiċi tiegħu, ippreżentati fil-forma l-aktar oġġettiva u mingħajr l-ebda element irrilevanti.

L-offerti ma jistgħux ikunu maħsuba b'mod li jintitola lill-konsumatur jixtri jew iżid ix-xiri tiegħu ta' xarbiel alkoħoliċi, pereżempju billi jispeċifika "*Tnejn għall-prezz ta' wieħed*" jew "*Ixtri aktar, iffranka aktar*" jew billi jintuża materjal ta' kummerċjalizzazzjoni li jiġbed attenzjoni partikolari għall-kontenut jew id-disinn tiegħu.

6.4.5 Tgħaqqid ta' pakketti

Pariri ġenerali

It-tgħaqqid ta' pakketti, fejn il-prodott addizzjonali huwa ta' valur insinifikanti fir-rigward tax-xarba alkoħolika, huwa permess fil-prinċipju, sakemm il-miżura ta' kummerċjalizzazzjoni kollha kemm hi tkun kompatibbli mar-rekwiżit ta' moderazzjoni partikolari.

It-tgħaqqid ta' pakketti għandu jintuża b'attenzjoni u ma jistax ikun iddisinjat b'tali mod li l-konsumatur jiġi mħajjar jixtri jew iżid ix-xiri tiegħu ta' xarbiel alkoħoliċi. Pereżempju, it-tgħaqqid ta' pakketti ma għandux ikun maħsub bħala "*tnejn għall-prezz ta' wieħed*", "*offerta speċjali*" jew xi haġa simili.

Il-kummerċjalizzazzjoni fil-forma ta' tgħaqqid ta' pakketti f'postijiet fejn ix-xarbiel alkoħoliċi huma servuti bħala parti minn ikla jew fejn xarbiel ħfief huma offruti bħala alternattiva fl-istess hin għandha titqies permessa, sakemm l-iskontijiet jiġu applikati wkoll għall-platti tal-ikel u x-xarbiel ħfief.

Probabbiltà ta' konfużjoni

7.1 Kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiel ħfief li fihom l-alkoħol u x-xarbiel alkoħoliċi

L-Att dwar l-Alkoħol jistabilixxi li l-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiel ħfief li fihom l-alkoħol f'reklami kummerċjali ma tistax titfassal b'tali mod li jistgħu jiġu konfużi max-xarbiel alkoħoliċi. Madankollu, din il-projbizzjoni ma tapplikax jekk il-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiel alkoħoliċi li ma jkunx fihom aktar minn 15 % ta' alkoħol skont il-volum tkun permessa fejn isseħħ il-kummerċjalizzazzjoni tax-xarba ħafifa li jkun fiha l-alkoħol, jew f'kazijiet fejn projbizzjoni ma tkunx raġonevoli.

Skont l-Att dwar l-Alkoħol, il-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiel alkoħoliċi li fihom mhux aktar minn 15 % ta' alkoħol skont il-volum ma tistax titfassal b'tali mod li tista' tiġi konfuża ma' xarbiel b'perċentwal oġġla ta' alkoħol skont il-volum.

Pariri ġenerali

Għalkemm il-qawwa alkoħolika għandha dejjem tirriżulta mill-kummerċjalizzazzjoni, tali dikjarazzjoni mhijiex fiha nnifisha suffiċjenti sabiex teskludi l-probabbiltà ta' konfużjoni. Għall-kuntrarju, il-fattur kruċjali hawnhekk huwa li l-kontenut u d-disinn tal-kummerċjalizzazzjoni, fuq osservazzjoni ta' malajr, ma jagħtux lok għal assoċjazzjonijiet ma' xarbiel alkoħoliċi aktar b'saħħithom.

Dan il-parir ġenerali jidhol fis-seħħ fl-1 ta' Jannar 2024, meta l-parir ġenerali tal-Aġenzija Żvediża tal-Konsumatur dwar il-kummerċjalizzazzjoni ta' xarbiel alkoħoliċi lill-konsumaturi, KOVFS 2016:1, għandu jieqaf japplika.

CECILIA TISELL