

# Priodol a digonol?

Dadansoddi gwaith Grŵp Portman  
yn rheoleiddio'r diwydiant alcohol

---

Gorffennaf 2018

## Cynnwys

- 3 Crynodeb gweithredol
- 4 Cyflwyniad
- 4 Cefndir
- 5 Grŵp Portman fel rheoleiddiwr
- 7 Adolygu penderfyniadau'r Panel Cwynion Annibynnol o 2006 hyd at 2017
- 8 Pa feini prawf y bu'r Panel yn cyfeirio atynt a sut y buont yn eu dehongli?
- 12 Pa mor gyson y bu'r Panel wrth ddehongli meini prawf y Côt?
- 17 Pa fathau o dystiolaeth y bu'r Panel yn eu defnyddio wrth lunio ei benderfyniadau?
- 20 Dadansoddiad ystadegol o gwynion i Grŵp Portman
- 23 Beth y gall Grŵp Portman ei wneud am y rhai sy'n tramgwyddo'r Côt?
- 24 I bwy mae Grŵp Portman yn atebol fel rheoleiddiwr?
- 25 Casgliadau
- 26 Gwneud i'r system weithio er budd cynhyrchwyr a chwsmeriaid
- 26 A yw hunan-rheoleiddio gan y diwydiant alcohol yn ddigonol, priodol ac effeithiol?
- 28 A ddylai un rheoleiddiwr gadw golwg ar bob agwedd ar ddiwydiant alcohol y wlad?
- 30 A yw'r rheolau'n briodol a digonol?
- 33 Cyfeiriadau

## Crynodeb gweithredol

Sefydlwyd Grŵp Portman yn 1989 a bu'n un o brif reoleiddwyr y diwydiant alcohol ers 1996. Mae'r Grŵp yn cynnal Panel Cwynion Annibynnol sy'n dyfarnu ar gwynion am enwau, pecynnau a deunyddiau marchnata diodydd alcoholaidd, ar sail Côt Ymarfer.

O 2006 hyd at 2017, cyhoeddodd y Panel cyfanswm o 99 o benderfyniadau ar droseddau honedig yn erbyn y Côt Ymarfer. Mae'r adroddiad hwn yn cyflwyno ein dadansoddiad ni o'r 99 o benderfyniadau. Er bod nifer o benderfyniadau'r Panel wedi bod yn effeithiol trwy gael gwared ar gynnyrch a oedd yn groes i'r Côt, gwelwom:

- Nad yw penderfyniadau'r Panel bob tro wedi bod yn gyson â'i gilydd
- Bu ei benderfyniadau yn aml i'w gweld yn oddrychol, heb eglurhad amlwg o'r rhesymeg tu ôl iddynt na'r dystiolaeth sy'n sylfaen iddynt
- Mae diffyg goruchwyllo a chraffu ar y Panel, ac felly, faint bynnag mor alluogog neu annibynnol yw'r aelodau unigol, mae prinder atebolrwydd yn y broses gyfan.

Daethom i'r casgliad, o ystyried maint ac effeithiau posibl marchnata alcohol ar draws y gymdeithas, y byddai'n well ei reoleiddio gan gorff annibynnol gyda llawer mwy o atebolrwydd a goruchwylloeth gyhoeddus. Gallai corff o'r fath hyn yn hybu cysondeb yn y penderfyniadau, defnyddio tystiolaeth o ymchwil yn fwy amlwg er mwyn deall prosesau marchnata, a hefyd mabwysiadu proses apelio mwy cadarn.

Dau ddiben eglur a ddylai fod gan Godau Ymarfer: nid yn unig atal troseddau yn erbyn ymarfer da, a'u cosbi, ond hefyd cyfrannu at leihau niwed alcohol. Byddai angen iddo hefyd

ystyried dulliau hyrwyddo diodydd unigol yng nghyd-destun y cymysgedd marchnata ehangach. Ar hyn o bryd, mae'r cyfrifoldeb am gloriannau cynnyrch wedi'i rannu rhwng yr Awdurdod Safonau Hysbysebu a Grŵp Portman.

Byddai sefydlu rheoleiddiwr annibynnol, ar seiliau statudol, yn gorfodi'r rheoleiddiwr i roi atebion llawn i'r cyhoedd a'u cynrychiolwyr etholedig. Byddai'n cadarnhau dilysrwydd prosesau penderfynu'r Panel, gan osgoi unrhyw agraff bod ei benderfyniadau wedi'u tansilio gan gysylltiadau â'r diwydiant alcohol neu garfanau eraill.

Ein gobaith yw fod yr adroddiad hwn yn cyflwyno beirniadaeth adeiladol ar y drefn sydd ohoni, gan gydanbod bod y Panel yn ymgymryd â gwaith cymhleth a dadleuol ac nad yw'n debygol o rygnu bodd pawb. Yn y pen draw, daw i'r casgliad nad yw hunan-reoleiddio yn briodol i'r farchnad alcohol, nid yn unig oherwydd nad yw'n creu lle i ddigon o'r craffu a goruchwyllo sydd angen, ond hefyd am fod ceisio lleihau effeithiau cymdeithasol niweidiol marchnata alcohol anghyfrifol yn gwrthdaro yn aml ac yn anorffod ag amcanion marchnatwyr alcohol.

Dylai Llywodraeth Prydain, fel rhan o'r Strategaeth Alcohol sydd ganddi ar y gweill, sefydlu adolygiad cynhwysfawr o reoleiddio marchnata alcohol, gan gynnwys swyddogaethau presennol Grŵp Portman, yr Awdurdod Safonau Hysbysebu a chyrrff perthnasol eraill. Dylai'r adolygiad hwn sefydlu'n glir ar ba seiliau y dylid rheoleiddio marchnata; sut y dylai corff rheoleiddio ymdrin â heriau unigryw'r dirwedd farchnata gymhleth, aml-blatfform; a sut y gellir sicrhau craffu cyhoeddus, didueddrwydd ac ymroddiad i lyngu wrth dystiolaeth gadarn.

## Cyflwyniad

Mae Grŵp Portman yn un o brif reoleiddwyr diwydiant alcohol y Deyrnas Unedig. Mae ei Gôd Ymarfer, sy'n cyd-fynd â chodau cyffelyb yr Awdurdod Safonau Hysbysebu (ASA), yn ymdrin ag enwi, pecynnu, a deunyddiau a gweithgareddau hyrwyddo cynnyrch alcoholaidd yn y wlad hon.

Mae'r adroddiad hwn y cyflwyno dadansoddiad manwl o 12 mlynedd o benderfyniadau gan Banel Cwynion Annibynnol Grŵp Portman rhwng Ionawr 2006 a Rhagfyr 2017, ynghylch pa ddulliau hyrwyddo alcohol sy'n dderbyniol a pha rai sy'n annerbyniol o dan delerau Côt Ymarfer y Grŵp. Edrychwn ar:

- Meini prawf y Côt, a sut mae'r Panel wedi eu dehongli.
- Pa mor gyson mae'r meini prawf wedi cael eu dehongli, gan gynnwys ystyried rhesymau'r Panel dros newid ei farn ar rai diodydd dros gyfnod o amser, a thros wahaniaethu rhwng y cynnyrch mae'n eu gweld yn annerbyniol a'r rhai mae'n fodlon eu cymeradwyo.
- Pa fathau o dystiolaeth mae'r Panel wedi troi atynt wrth lunio ei benderfyniadau.
- Sut mae Grŵp Portman yn gweithredu yn erbyn cynhyrchwyr mae'r Panel yn dyfarnu eu bod wedi tramgwyddo'r Côt.
- I bwy mae Grŵp Portman yn atebol am ei waith reoleiddio.
- Pa drefniadau rheoleiddio amgenach sy'n bosibl.

Nid yw'n fwriad gennym ail-ddyfarnu'r un o'r 99 o benderfyniadau unigol. Yn hytrach, rydym wedi craffu ar sut gwnaethpwyd y penderfyniadau hyn, er mwyn gweld a yw'r broses yn dryloyw, effeithiol ac yn sicrhau rheoleiddio da.

## Cefndir

Sefydlwyd Grŵp Portman yn 1989 fel corff cyfrifoldeb corfforaethol (CSR) a ariennid gan ddiwydiant alcohol y Deyrnas Unedig, yn sgîl cyfres o gyfarfodydd rhwng rhai o brif gynhyrchwyr alcohol y wlad. Daeth enw'r Grŵp o leoliad y cyfarfodydd hyn: swyddfeydd Guinness ar Sgwâr Portman yn Llundain. Yn ôl gwefan y Grŵp, ar hyn o bryd caiff ei ariannu gan wyth aelod-gwmni,<sup>1</sup> a rhyngddynt mae'r wyth hyn yn gwerthu mwy na hanner yr alcohol a yfir ym Mhrydain:

- Anheuser-Busch InBev (AB InBev)
- Bacardi Brown-Forman
- Carlsberg
- Diageo
- Heineken
- Jägermeister
- Molson Coors
- Pernod-Ricard

## Grŵp Portman fel rheoleiddiwr

Dechreuodd Grŵp Portman ei rôl fel rheoleiddiwr yn 1996. Rôl yw hi mae'r Grŵp wedi ei chymryd arno'i hunan, yn bennaf fel ymateb i'r helynt ynghylch y diodydd alcoholaidd melys a elwid gan amlaf yn 'alcopops'.<sup>2</sup> Yn 1996, cyhoeddodd y Grŵp yr argraffiad cyntaf o'i Gôd Ymarfer ar Enwi, Pecynnu a Hyrwyddo Diodydd Alcoholaidd, ac fe sefydlwyd Panel Cwynion Annibynnol i ddyfarnu ar gyhuddiadau o droseddau yn erbyn y Côt. Bu sawl argraffiad o'r Côt ers hynny. Yn 2015, cyhoeddwyd y pumed un,<sup>3</sup> ac mae'r Grŵp yn ymgynghori ar hyn o bryd ar chweched argraffiad.<sup>4</sup> Yn ôl Grŵp Portman, mae'r Côt yn "cael y clod yn gyffredinol am godi safonau marchnata cyfrifol ar draws y diwydiant".<sup>5</sup> Er hynny, nid yw'r Côt yn cwmpasu pob agwedd ar farchnata alcohol. Mae'n gosod safonau ar gyfer "enwi, pecynnu, marchnata a gweithgareddau hyrwyddo gan gynhyrchwr diodydd ar gyfer unrhyw ddiodydd alcoholaidd sy'n cael ei marchnata ar gyfer ei gwerthu a'i hyfed yn y Deyrnas Unedig", ond dim ond os nad yw'r gweithgareddau hynny eisoes yn cael eu goruchwyllo gan yr Awdurdod Safonau Hysbysebu (ASA) neu Ofcom.<sup>6</sup> Felly, nid yw'n cynnwys hysbysebion ar radio na theledu, na rhai print nac ar-lein; nid yw chwaith yn cynnwys gwaith hyrwyddo gan fanwerthwyr, oni bai fod cynhyrchwyr yn rhan ohono hefyd.

Yn 2014, cymerodd Grŵp Portman arno'i hunan gyfrifoldeb am reoleiddio nawdd y diwydiant alcohol i berfformwyr, timau chwaraeon, digwyddiadau cerddorol, a lleoliadau perfformio (er bod Ofcom yn cadw ei gyfrifoldeb am reoleiddio noddi rhaglenni teledu). Mae'r Côt Ymarfer ar Nawdd gan Gwmnïau Alcohol fwy neu lai'n ddrych o'r Côt ar Enwi, Pecynnu a Hyrwyddo.<sup>7</sup> Trwy'r ddau Gôt gyda'i gilydd, mae Grŵp Portman yn rheoleiddio:

- Y poteli, caniau a blychau y gwerthir diodydd ynddynt;
- Unrhyw ddeunyddiau arddangos mae cynhyrchwyr diodydd yn eu rhoi i siopau;
- Cytundebau nawdd y diwydiant, ar wahân i nawdd i raglenni teledu.

Yn y pedair blynedd ers i'r Côt Ymarfer ar Nawdd ddod i rym, nid yw'r Panel Cwynion wedi cyhoeddi'r un dyfarniad o dano. Mae'r adroddiad hwn, felly, yn canolbwyntio'n unig ar y hanes gweithredu'r Côt Ymarfer ar Enwi, Pecynnu a Hyrwyddo. Mae dwy brif agwedd ar weithredu'r Côt:

- **Rhagweithiol:** Mae Grŵp Portman yn cynnig Gwasanaeth Cynghori, ac yn annog cwmnïau i ymgynghori'n gyfrinachol â'r Gwasanaeth cyn lansio diod neu'i hail-lansio, er mwyn lleihau'r perygl iddynt dramgwyddo'r Côt. Gweithwyr Grŵp Portman yw staff y Gwasanaeth Cynghori, ac maent yn rhoi cyngor i gynhyrchwyr diodydd ac i'r Panel Cwynion Annibynnol. Dywed y Grŵp yn glir, er hynny, nad all y Gwasanaeth Cynghori gymeradwyo cynnyrch ar ran Grŵp Portman, ac nad oes sicrwydd na fydd cwynion yn erbyn diod wedyn ac na fydd y Panel y dyfarnu yn ei herbyn, hyd yn oed os yw'r cynhyrchydd wedi ei thrafod ynghynt gyda'r Gwasanaeth Cynghori.<sup>8</sup>
- **Ôl-weithiol:** Caiff unrhyw un sy'n credu bod diod wedi tramgwyddo telerau'r Côt gyflwyno cwyn i'r Panel Cwynion Annibynnol. Os yw'r Panel yn cytuno bod rhywbeth ynglŷn â'r ddiodydd sydd yn groes i'r Côt, gofynnir i'r cynhyrchydd weithio gyda Grŵp Portman i newid y deunydd dan sylw, ynteu i'w dynnu allan o'r farchnad, fel arfer o fewn tri mis. Yn ogystal â hyn, gall Grŵp Portman ofyn i fanwerthwyr beidio ag archebu rhagor o'r ddiodydd nes i'r deunydd gael ei newid. Mae'r agwedd hon ar waith Grŵp Portman yn ôl-weithiol yn yr ystyr nad yw'n cadw cynnyrch rhag cyrraedd y farchnad; yn hytrach, mae'n sicrhau y cânt eu tynnu o'r silffoedd yn y pen draw ac na fyddant yn ymddangos eto ar yr un wedd. Mae'n debygol hefyd fod cyhoeddi penderfyniadau'r Panel ar wefan y Grŵp i fod i rhoi rhywfaint o gyfarwyddyd am ba fathau o ddeunyddiau pecynnu a hyrwyddo sy'n dderbyniol neu'n annerbyniol.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Mae'n debygol fod hyn yn wir am gwynion sy'n cael eu cyhoeddi'n llawn. Er hynny, yn 2014 cyflwynodd Grŵp Portman Lwybr Cyflym 35-diwrnod ar gyfer ymdrin â chwynion. O dan y trefniant newydd hwn, cedwir union fanylion y cwyn ac unrhyw newidiadau a wnaethpwyd yn ei sgîl yn gyfrinachol rhwng y cynhyrchwr, yr achwynwr a Grŵp Portman. Er mwyn defnyddio'r Llywybr Cyflym, rhaid i'r tri pharti gytuno ar hynny, a hyd yn hyn, dim ond chwe chwyn sydd wedi cael eu trin yn y fath fodd: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/fast-track-resolutions>

Nid yw'n glir a oes gan Grŵp Portman dargedau ar gyfer dyfarnu ar gwynion o fewn amser penodol. Fel enghraifft o faint o amser mae'r broses weithiau'n ei gymryd, ym mis Hydref 2015 cyflwynwyd cwyn am uned-pen-cownter a oedd i fod i annog cwsmeriaid i brynu mwy o wirod hufennog Baileys yn yr wythnosau cyn Nadolig 2015. Cyhoeddwyd dyfarniad y Panel ar yr uned ym mis Mawrth 2016, dau fis wedi i'r ymgyrch hyrwyddo ddod i ben.<sup>9</sup> Mewn modd cyffelyb, tua diwedd Rhagfyr 2017, gofynnwyd i'r Panel ystyried a oedd casgliad gwinoedd o'r enw 'Everyday Wine' yn annog pobl i yfed bob dydd. Cyhoeddwyd penderfyniad y Panel tua chanol Mai 2018, sef mwy na phedwar mis wedi iddynt dderbyn y cwyn.<sup>10</sup>

O ran cymhariaeth, gwelir patrwm cyffelyb yng ngwaith yr ASA. Er enghraifft, tua diwedd Chwefror 2018 dyfarnodd yr Awdurdod fod hysbyseb gan Aldi ar thema'r Nadolig, a ddarllledwyd yn ystod Tachwedd a Rhagfyr 2017, yn tramgwyddo eu côd ac na ddylid ei darlledu eto.<sup>11</sup> Erbyn hynny, roedd yr hysbyseb heb fod ar y teledu ers dau fis. Mae'r ASA

wedi dweud bod rhai achosion yn "gallu cymryd chwe mis neu ragor i'w cwblhau".<sup>12</sup> Yn ôl pob golwg, nid yw cwynion i Grŵp Portman yn cymryd cymaint â hynny o amser i'w prosesu, ond gan na nodir ar benderfyniadau'r Panel pryd daeth cwyn i mewn (dim ond dyddiad cyhoeddi'r dyfarniad), mae'n anodd bod yn sicr ar y mater hwn.

Dywedir weithiau mae ffurf ar hunan-reoleiddio "gwirfoddol" gan y diwydiant yw Côd Grŵp Portman. Ond fel y dywed y Grŵp ei hunan, "mae angen i'r term hwn gael ei egluro...gan y gallai fod yn gamarweiniol. Mae'r Côd yn wirfoddol yn yr ystyr bod y diwydiant wedi gwirfoddoli i osod cyfyngiadau arno'i hunan...Mae cydymffurfio â'r Côd yn orfodol; nid oes eithriad i'r un cynhyrchydd diodydd".<sup>13</sup> Felly, os yw cynhyrchwyr yn aelodau o Grŵp Portman neu beidio, ac os ydynt wedi cymeradwyo'r Côd neu beidio, gellir eu cosbi am ei dramgwyddo.<sup>ii, iii</sup> Mae hyn yn wir hefyd am gynhyrchwyr tramor sy'n mewnforio diodydd i Brydain.

<sup>ii</sup> Mae manylion y cosbau y gall Grŵp Portman eu defnyddio i'w cael ar dudalen 23

<sup>iii</sup> Mae'r sefyllfa hon wedi pryfocio rhai cwynion gan gwmnïau llai eu maint eu bod yn cael eu rheoleiddio trwy Gôd a phrosesau sydd wedi'u llunio at ddibenion prif gwmnïau'r diwydiant. Ar dudalen 20-23, rydym yn ystyried a oes cyfiawnhad i'r fath feirniadaeth.

## Adolygu penderfyniadau'r Panel Cwynion Annibynnol o 2006 hyd at 2017

Er mwyn deall yn well sut mae Grŵp Portman yn gweithredu fel rheoleiddiwr, buom yn adolygu'n fanwl bob un o'r 99 o benderfyniadau gan y Panel Cwynion Annibynnol o dan delerau'r Côt Ymarfer ar Enwi, Pecynnu a Hyrwyddo, yn ystod y 12 mlynedd o 1 Ionawr 2006 hyd at 31 Rhagfyr 2017. Buom yn gofyn cyfres o gwestiynau am bob penderfyniad:

- Pa feini prawf o'r Côt y bu'r Panel yn cyfeirio atynt a sut y bu yn eu dehongli?
- Pa mor gyson y bu'r Panel wrth ddehongli meini prawf y Côt, gan gynnwys:
  - Pan mae'r Panel wedi newid ei farn ar gynnyrch penodol, pa resymau a roddwyd dros hynny?
  - Pa resymau a roddodd y Panel dros wahaniaethu rhwng cynnyrch sy'n tramgwyddo'r Côt a'r rhai mae'n eu hystyried yn dderbyniol, yn enwedig pan fydd cynnyrch yn debyg iawn yr olwg i'w gilydd?
- Pa fathau o dystiolaeth y bu'r Panel yn eu defnyddio wrth lunio ei benderfyniadau?

Ni fu'n fwriad gennym ystyried a oedd unrhyw benderfyniad unigol yn gam neu'n gymwys; yn hytrach, roeddem am ddeall sut y gwnaethpwyd y penderfyniadau, a oedd y broses yn deg i bawb, ac oedd yn sicrhau rheoleiddio da.

## Pa feini prawf y bu'r Panel yn cyfeirio atynt a sut y buont yn eu dehongli?

Rhaid i gwynion i'r Panel gael eu gwneud ar sail un neu ragor o feini prawf y Côt, a rhaid i'r Panel ddyfarnu ar yr un sail. Mae'r argraffiad cyfredol o'r Côt yn cynnwys 11 o feini prawf. Mae'r rhain yn nodi y gallai diod dorri'r rheolau:

- Os nad yw ei natur alcoholaidd yn cael ei chyfleu yn "gyfan gwbl eglur".<sup>iv</sup>
- Os yw'r ddiod, ei phegyn, neu unrhyw ddeunyddiau neu weithgareddau hyrwyddo ynglŷn â hi, yn gwneud unrhyw rai o'r canlynol:
  - Rhoi "pwyslais amhriodol" ar gryfder alcoholaidd mawr neu effeithiau meddwol
  - Awgrymu unrhyw gysylltiad â:
    - Rhyfyg, neu ymddygiad treisgar, ymosodol, peryglus neu wrth-gymdeithasol
    - Cyffuriau anghyfreithlon
    - Gweithgaredd rywiol neu lwyddiant rhywiol.<sup>v</sup>
  - Awgrymu y gallai yfed y ddiod arwain at lwyddiant cymdeithasol neu boblogrwydd.
  - Annog yfed yn anghyfreithlon, yn anghyfrifol neu'n anghymedrol.
  - Annog y cwsmer i yfed yn gyflym neu llyncu diod ar ei phen
  - "Apelio'n neilltuol" i rai dan 18 oed.
  - Cynnwys delweddau o bobl dan 25 oed, neu sydd i'w gweld yn ifancach na 25, os ydynt yn yfed alcohol neu os oes ganddynt "rôl arwyddocaol" arall.
  - Awgrymu bod gan ddiod rinweddau iachaol neu ei bod yn gallu cynyddu galluoedd meddyliol neu gorfforol.<sup>14</sup>

Yn ôl pob golwg, nid yw'r meini prawf eu hunain yn ddadleuol y tu fewn i'r diwydiant alcohol. Yn y 99 o drafodaethau ar gwynion y buom yn eu hastudio, ni cheisiodd yr yn cynhyrchwr amddiffyn ei gynnyrch trwy gwestiynu'r meini prawf. Mynnent gan amlaf nad oedd eu diod wedi torri'r rheolau, yn hytrach na beirniadu'r rheolau eu hunain. Er hynny, mae lle i gwestiynu sut y mae'r Panel wedi dehongli'r meini prawf a'u defnyddio. Byddwn yn enghreifftio hyn trwy edrych ar y modd y bu'r Panel yn dehongli'r gwaharddiadau ar hyrwyddo diodydd mewn modd sy'n:

- Apelio'r neilltuol i rai dan 18 oed
- Awgrymu cysylltiad â gweithgaredd rywiol neu lwyddiant rhywiol.

<sup>iv</sup> Ystyr benodol iawn sydd i'r maen prawf hwn, sef na all diod ymddangos yn ddi-alcohol os yw, mewn gwirionedd, yn alcoholaidd. Nid yw'n gwahardd diod alcoholaidd rhag ymddangos yn fwy neu'n llai cryf nag yw hi mewn gwirionedd. Pan ofynnwyd i'r Panel yn 2017 ystyried a oedd enw'r brand Kopparberg Light yn awgrymu bod y ddiod yn llai alcoholaidd na seidrâu eraill Kopparberg (er bod ganddi'r un cryfder alcoholaidd mewn gwirionedd), atebodd Grŵp Portman trwy ddweud nad oedd y Côt yn ymdrin â "honiadau camarweiniol" a'u bod "tu allan i gwmpas ein gwaith".

<sup>v</sup> Geiriad cryfach yw hwn nag a gafwyd mewn argraffiadau blaenorol o'r Côt. Gynt, gwaherddid "awgrymu llwyddiant neu fedrusrwydd rhywiol". Yn ôl canllawiau Grŵp Portman ar bumed argraffiad y Côt, mae'r maen prawf newydd hwn yn "gwahardd yn ddiamau unrhyw gyfeiriad at fathau o weithgareddau rywiol". O dan y maen prawf blaenorol, cymeradwyodd y Panel gwrw o'r enw Shag Lager yn 2001, am fod ei enw, o bosibl, yn awgrymu rhyw ond nad oedd yn awgrymu llwyddiant neu fedrusrwydd rhywiol. Mewn modd tebyg, yn 2012, dyfarnodd y Panel fod y cymeriad Dorothy Goodbody "fymryn yn rhywiol bryfoclyd...tipyn bach yn faswedus" ond nad oedd yn awgrymu llwyddiant rhywiol.



### Apêl neilltuol i rai dan 18 oed

Dywed Adran 3.2(h) o'r Côt na ddylai "diod, ei phe cyn nag unrhyw ddeunyddiau neu weithgareddau hyrwyddo, mewn modd uniongyrchol nac anuniongyrchol...apelio'n neilltuol i rai dan 18 oed".<sup>15</sup> Yn ôl Canllawiau Gwasanaeth Cyngori Grŵp Portman ar y Côt, wrth asesu a yw diod neu'i phe cyn yn apelio'n neilltuol i'r rhai sy'n rhy ifanc i yfed, "nid prawf o ran maint yr apêl yw e, sef apelio i fwy o bobl dan 18 oed na rhai dros 18, eithr natur yr apêl, sef bod y pecynnu/hyrwyddo yn apelio/atseinio i bobl dan 18 oed mewn modd nad yw'n ei wneud i rai dros 18".<sup>16</sup> Mae'r dehongliad tra chul hwn yn rhwystro gweithredu ar farchnata a phe cynnu sy'n apelio i ystod o gwsmeriaid sy'n cynnwys rhai dan 18 oed. Er enghraifft:

- Yn 2011, dyfarnodd y Panel nad oedd gwirodydd Stiffy gyda blasau Jaffa Cakes a Kola Kubez yn groes i Adran 3.2(h) gan fod y fath flasau yn "boblogaidd gydag oedolion a'r rhai dan 18".<sup>17</sup>
- Yn 2017, wrth ystyried Cactus Jack's Schnapps gyda blasau losin Black Jack a Fruit Salad, dyfarnodd y "gallent apelio ryw faint i rai dan 18 oed, ond nid chredent fod yr apêl yn ddigon cryf i fod yn apêl neilltuol".<sup>18</sup>

Mewn theori, os glynir wrth y fath ddehongliad, gallai diod apelio'n gryf i nifer fawr o blant, ond pe bai hefyd yn apelio i oedolion fe fyddai'n dderbyniol. Nid yw'r ASA, ar y llaw arall, wrth ymdrin ag apêl i blant, yn sôn o gwbl am apêl hysbyseb i oedolion, gan ganolbwyntio yn lle hynny ar "ddewis y cyfrwng, dull y cyflwyno, [a'r] testun neu'r cyd-destun y mae'r hysbysebion yn ymddangos ynddo".<sup>19</sup> Dehongliad neilltuol Grŵp Portman o "apêl neilltuol" i'r rhai

dan 18 oed yw un rheswm, o bosibl, pam mae'r Panel, wrth farnu pa ddiodydd sy'n tramgwyddo Adran 3.2(h) o'r Côt, wedi gweithredu'n bennaf oll yn erbyn cynnyrch a allai apelio i blant ifainc iawn, yn hytrach nag i bobl ifanc yn eu harddegau sy'n sefyll ar y ffin rhwng plentyndod ac oedolaeth. Mae'r enghreifftiau canlynol yn nodweddiadol:

- Yn 2008, ystyriodd y Panel y ddiodydd fodca gymysg Big Beastie, gan ddyfarnu y gallai ei "lliwiau gorwych, ar y cyd ag amlinell blentynnaidd pryf cop a'i we, beri i'r ddiodydd apelio'n neilltuol i'r rhai dan 18 oed".<sup>20</sup>
- Yn 2009, barnwyd bod casgliad arall o wirodydd cymysg, Baby Blue a Baby Pink, yn annerbyniol am fod enwau'r diodydd "ar y cyd â'r lliwiau glas a phinc llachar, yn rhoi i'r cynnyrch naws blentynnaidd a fyddai'n apelio'n neilltuol i'r rhai dan 18 oed, ac yn enwedig i ferched".<sup>21</sup>
- Yn 2012, penderfynodd y Panel fod llun cartŵn o'r ffermwr Mr Laverstoke "i'w weld fel darlun gan blentyn, a thra nad oedd yn debygol o apelio i blant hŷn, fe fyddai'n debygol o apelio'n neilltuol i blant iau".<sup>22</sup>
- Yn 2016, gwaharddwyd set o bump o boteli bach o wirodydd cymysg, yn rhannol oherwydd bod yr "ysgrifen siâp swigod ar y pecyn...yn debyg i [r ysgrifen ar] gynnyrch a gâi eu marchnata'n neilltuol i ferched ifanc, er enghraifft rhai cynnyrch ar thema tywysoges".<sup>23</sup>

Un peth nad yw i'w weld yn cael ei gydnabod yn nhrefodaethau'r Panel ynghylch pa bethau sy'n "apelio'n neilltuol i'r rhain dan 18 oed" yw'r ffaith fod plant yn aml yn dyheu am ymddangos yn henach nag ydynt, ac y gallent felly gael eu denu gan gynnyrch sy'n awgrymu aeddfedrwydd iddynt. Nid marchnata plentynnaidd fydd yn apelio i blant bob tro. Fel y dywedodd perchennog brand Laverstoke wrth ymateb i ddyfarniad y Panel, "[rwy'n] amau [a] fyddai ardddegwyr yn gweld y brand yn ddigon cŵl neu ffasiynol iddyn nhw ei brynu."<sup>24</sup>

Mewn modd cyffelyb, nid yw'r Panel i'w weld yn ystyried ar ba oedran mae plant yn cael gafael ar alcohol, na sut maent yn gwneud hynny. Efallai fod gan y plant ifanc iawn mae'r Panel yn canolbwyntio arnynt rywfaint o brofiad neu wybodaeth am alcohol, ond maent yn llawer llai tebygol na phlant hŷn o ymddiddori mewn alcohol neu o geisio ei yfed,<sup>25</sup> ac anodd iawn fyddai iddynt ei gael ond trwy oedolion.<sup>26</sup> Mae yfed alcohol, neu geisio ei brynu a'i yfed, yn llawer mwy cyffredin yn mlynnyddoedd yr ardddegau,<sup>27,28</sup> sef yr union oedran pryd mae plant yn llai tebygol o gael eu denu gan y dulliau pecynnu mae'r Panel yn eu gweld yn "apelio'n neilltuol" i blant:

- Mae ymchwil gan elusennau alcohol ar draws y Deyrnas Unedig gydag yfwyr ifanc rhwng 2012 a 2015 yn dangos mai pris ac ymlyniad wrth frandiau penodol yw'r prif ffactorau wrth i bobl dan 18 oed ddewis diodydd alcoholaidd.<sup>29</sup>
- Yn 2017, dangosodd ymchwil a gyhoeddwyd gan Cancer Research UK fod pobl ifanc yn ymwybodol iawn am bris a brand.<sup>30</sup>

Cyhyd ag y gallwn weld, nid yw'r Panel, yn yr un o'i benderfyniadau, wedi cyfeirio at unrhyw ymchwil i ba fath o becynnau alcohol sy'n apelio'n neilltuol i blant o wahanol oedranau yn y byd go-iawn (neu os yw'r fath apêl i'w chael o gwbl); na chwaith ymchwil i sut mae pecynnau alcohol yn denu plant i geisio cael alcohol a'i yfed (eto, os yw'r fath ddenu yn digwydd).

### Crynodeb

Safbwynt Grŵp Portman yw y gallai diod apelio i blant os yw'n "atseinio i bobl dan 18 oed mewn modd nad yw'n ei wneud i rai dros 18". Mae'r diffiniad hwn yn rhwystro gweithredu ar ddiodydd sy'n apelio i ystod o gwsmeriaid sy'n cynnwys rhai dan 18 oed. Mae'n gorfodi'r Panel i ganolbwyntio ar ddiodydd gydag apêl arwynebol i blant ifanc nad oes ganddynt fawr o ddiddordeb mewn alcohol, yn wahanol i ardddegwyr.

Bydd angen i Grŵp Portman neu unrhyw reoleiddiwr arall yn y maes hwn ddangos ei fod yn deall yn glir y berthynas rhwng oedran, dyheadau ac apêl delweddau brand. Bydd rhaid symud y tu hwnt i gymryd mai dim ond delweddau plentynnaidd sy'n denu yfwyr dan oed, ac ystyried fel mae apelion at bobl ifanc yn aml yn dibynnu ar ddarlunio oedolaeth ifanc.

### Cysylltiad â gweithgaredd rywiol neu lwyddiant rhywiol

Mae Adran 3.2(d) o'r Côd yn dweud na ddylai "diod, ei pheccyn nag unrhyw ddeunyddiau neu weithgareddau hyrwyddo, mewn modd uniongyrchol nac anuniongyrchol... awgrymu cysylltiad â gweithgaredd rywiol neu lwyddiant rhywiol". Dyfais gyffredin ym myd marchnata yw awgrymu rhywiol ac mae'n cael ei ddefnyddio i hyrwyddo cynnyrch mor amrywiol â cheir,<sup>31</sup> dillad,<sup>32,33</sup> watshis,<sup>34</sup> persawr<sup>35</sup> a llafnau rasel.<sup>36</sup> Nid yw marchnata alcohol yn eithriad yn hyn o beth, ac ni ddylai hynny ein synnu o gofio'r cysylltiadau cryf yn niwylliant y Gorllewin rhwng yfed alcohol, ceisio cymar rhywiol a chynnal partneriaeth wedyn. Mae awgrymu rhywiol i'w weld mewn nifer o ddulliau marchnata'r prif gwmnïau diodydd, gan gynnwys hysbysebu teledu,<sup>37</sup> cynnwys ar-lein,<sup>38</sup> a digwyddiadau hyrwyddo<sup>39</sup> – elfennau sydd i gyd y tu hwnt i gwmpas Côt Grŵp Portman. Prin iawn, er hynny, fod delweddau rhywiol i'w gweld ar becynnau diodydd y prif gwmnïau. O ganlyniad i hyn, o bosibl, gellir rhannu'n fras drafodaethau'r Panel o dan Adran 3.2(d) o'r Côt yn ddau ddsbarth:

- Ystyried cynnyrch ar ymylon y farchnad sy'n cario delweddau rhywiol cignoeth. Mae'r cynnyrch hyn, fel arfer, wedi'u mewnfario i Brydain ar raddfa fach a heb gael eu gwerthu'n eang mewn siopau adnabyddus. Maent yn cynnwys:
  - 2007: Rubbel Sexy Lager, cwrw o Wlad Belg gyda labeli yn dangos menywod mewn gwisgoedd nofio y gellid eu crafu i ffwrdd i ddatguddio'r menywod yn noeth.<sup>40</sup>
  - 2012: Magnum Tonic Wine, diod Jamaicaidd gyda label yn dangos pâr noeth yn cael rhyw, yn ôl pob golwg. Mae'r pecyn hefyd yn cyfeirio at Vigorton, cymysgedd o fitaminau sy'n hybu dyfalbarhad rhywiol, yn nhyb rhai.<sup>41</sup>

- Cynnyrch sy'n defnyddio delweddau neu ieithweddau maswedus, amrwd neu anaeddfed. Ymhlith yr enghreifftiau o hyn:
  - Yn 2009, dyfarnodd y Panel yn erbyn gwirodydd Rampant TTs mewn tiwbiau prawf, wedi iddynt gael eu hysbysebu â slogan "gwnewch unrhyw beth yn Rampant" ynghyd â llun o "fenyw ifanc mewn bicini gyda'i bysedd tu fewn i drôns y bicini".<sup>42</sup>
  - Yn 2011, dyfarnodd y Panel yn erbyn gwirodydd cymysg Stiffy's am fod "stiffy" yn air sathredig am godiad.<sup>43</sup>
  - Yn 2014, gwaharddodd y Panel ddau gwrw o'r enwau Big Cock a Knobhead<sup>44</sup>
  - Yn 2012, gofynnodd un o gynrychiolwyr Grŵp Portman i Alcohol Concern<sup>45</sup> gwyno am darian pwmp ar gyfer y cwrw Top Totty<sup>46</sup> gan fragdy Slater. Roedd y tarian yn dangos menyw mewn gwisg bwni, ac roedd eisoes wedi ennyn cryn ddieter pan aeth y cwrw ar werth mewn un o fariau Tŷ'r Cyffredin.<sup>47</sup>

Mae ein dadansoddiad ni yn dangos mai deunyddiau ac arnynt ddelweddau neu eiriau rhywiol amlwg ac amrwd a oedd dan sylw ar bob un ond un o'r 10 achlysur y bu'n Panel yn ystyried a oedd diodydd wedi tramgwyddo Adran 3.2(d) o'r Côt. Mewn wyth o'r 10 achos, dyfarnwyd yn erbyn y ddiodydd dan sylw. Ar yr unig achlysur y cafwyd cwyn am awgrymu rhywiol mwy cynnil, gwrthododd y Panel y syniad y gallai rhoi'r cymeriad James Bond ar botelaid o gwrw awgrymu cysylltiad â llwyddiant rhywiol, gan nodi "nad oedd delweddau eraill ar y pecyn (fel menyw) a allai ddangos y fath gysylltiad".<sup>48</sup>

#### Crynodeb

Mae trafodaethau'r Panel am awgrymiadau o gysylltiadau â gweithgareddau rhywiol a neu lwyddiant rhywiol wedi canolbwyntio'n bennaf ar yr enghreifftiau mwyaf amrwd o ddelweddau neu ieithwedd rywiol. Mae hyn yn bennaf oherwydd iddo ystyried pecynnau diodydd mewn gwagle, gan anwybyddu'r cymysgedd marchnata ehangach bydd cynhyrchwyr yn ei ddefnyddio i gysylltu eu cynnyrch â llwyddiant rhywiol. Mae angen gwell dealltwriaeth o'r dulliau mwy cynnil a ddefnyddir i awgrymu neu ddangos 'llwyddiant rhywiol' er mwyn i'r rhan hon o'r Côt weithio'n effeithiol.

## Pa mor gyson y bu'r Panel wrth ddehongli meini prawf y Côt?

Yn y rhan hon o'r adroddiad, ystyriwn ba mor gyson y bu'r Panel wrth dehongli'r Côt, ac i ba raddau y cafwyd chwarae teg i bob ochr ac y crëwyd canllawiau cadarn i gwsmeriaid a chynhyrchwyr o ran beth sy'n dderbyniol. Fel rhan o hyn, edrychwn ar y troeon mae'r Panel wedi newid ei farn ar gynnyrch penodol dros amser, a pha resymau a roddodd dros y newid; ac ar sut mae'r Panel wedi mynd ati i wahaniaethu rhwng cynnyrch sydd i'w gweld yn debyg iawn i'w gilydd, wrth farnu a oeddynt yn gymeradwy o dan y Côt.

Bydd syniadau am beth sy'n dderbyniol o fewn unrhyw gymdeithas yn newid gyda threigl amser, a bydd rhaid i reoleiddio newid i gyd-fynd â hynny. Nid oes diben i reoleiddiwr barhau i gyfyngu ar gynnyrch nad yw'r gymdeithas ehangach bellach yn eu gweld yn broblem. Ar y un pryd, pan symudir tuag at safbwynt mwy rhyddfrydol (neu fwy ceidwadol), dylai'r rhesymau dros y newid fod yn glir a dylai fod esboniad drosto. Er mwyn archwilio'r mater hwn yn fwy manwl, byddwn yn awr yn ystyried sut mae'r Panel wedi newid ei farn ar dri math o gynnyrch sydd wedi dod ger ei fron fwy nag unwaith, gan roi cyfleoedd i'r Panel ailystyried ei ddyfarniadau blaenorol. Y cynnyrch dan sylw yw:

- Caniau 500ml o gwrw a seidr tra chryf, a ddaeth gerbron y Panel yn 2008, 2015 a 2017.
- Casgliad o ddiodydd cymysg Stiffy, a fu'n destun cwynion yn 2004 a 2011.
- Gwahanol diwbiau prawf o wirodydd cymysg, a gafodd eu hystyried gan y Panel yn 2009 a 2010.

### Cwrw a seidr tra chryf

Yn y cyntaf o'r tri grŵp o achosion, roedd caniau 500ml o bedwar cwrw tra chryf yn destun cwynion gan yr elusen Thames Reach yn 2008. Cwynodd yr elusen drachefn yn 2015 am dri o'r pedwar, ac yn 2017 cyflwynodd dau awdurdod lleol gwynion am ddau gwrw cyffelyb ac un seidr, unwaith eto mewn caniau 500ml. Roedd pob un o'r diodydd hyn yn enghraifft o'r hyn a elwir yn aml yn Saesneg yn ddiodydd 'super-strength', a hynny am eu bod gryn dipyn yn gryfach a chryn dipyn yn rhatach na'r rhan fwyaf o gyrfaeu a seidrau. Bob tro (yn 2008, 2015 a 2017), y ffaith fod y

caniau 500ml yn dal mwy na 4 uned a alcohol – y mwyafswm dyddiol i ddyn yn ôl canllawiau 1995 Llywodraeth Prydain<sup>49</sup> – oedd y sail i'r cwyn. Gan na ellid ail-gau'r caniau ar ôl eu hagor, fe honnid ei bod yn fwy tebygol y câi'r cynnwys ei yfed ar un tro gan un yfwr, gan hybu goryfed, yn groes i Adran 3.2 (f) o'r Côt. Edrychwn yn eu tro ar ymatebion y Panel i'r cwynion yn 2008, 2015 a 2017.

Yn 2008, cyflwynodd Thames Reach bedwar cwyn (ar wahân ond yr un ffunud â'i gilydd) yn erbyn Skol Super,<sup>50</sup> Tennent's Super,<sup>51</sup> Kestrel Super<sup>52</sup> a Carlsberg Special Brew.<sup>53</sup> Gwrthododd y Panel bob un am yr un rhesymau â'i gilydd:

- “Mae geiriad cyngor y Llywodraeth yn codi cwestiynau ynghylch pa mor rhesymol yw trin pedair uned fel terfyn cyfrifoldeb”.
- “Anodd yw barnu yn rhesymol a diduedd ar sail cyfrifoldeb rhwng can o gwrw cryf a chaniau neu boteli eraill sy'n dal mwy na phedair uned”.
- “Roedd defnyddio'r Côt i gyfyngu ar faint caniau neu boteli yn y fath fodd yn amhriodol ac yn debygol o arwain at anghysonderau”.<sup>54</sup>

Yn 2015, cwynodd yr un elusen eto fod caniau 500ml o Kestrel Super,<sup>55</sup> Skol Super,<sup>56</sup> a Carlsberg Special Brew<sup>57</sup> yn tramgwyddo Adran 3.2(f) o'r Côt. Y tro hwn, cytunodd y Panel â'r cwynion a gofynnwyd i fanwerthwyr beidio â gwerthu pob un o'r tair diod ar eu ffurf gyfredol. Dyma'r prif resymau a roddodd y Panel dros newid ei safbwynt:

- Roedd yn credu y “dylai[r] Panel] ymateb i newidiadau ym marn gyffredin y gymdeithas”.
- Roedd “rhagdybiad diwylliannol cryf fod diodydd mewn caniau ar gyfer eu hyfed gan un person ar un tro” a “rhagdybiad y byddai ansawdd y diod yn dirywio ar ôl agor y can”.
- Edrychodd un aelod o'r Panel am gwrw 9% mewn can 500ml ar yr app Change4life (a ddefnyddiai algorithm wedi'i seilio ar ganllawiau 1995), a derbyn rhybudd oren y byddai mewn “perygl cynyddol” trwy yfed cynnwys un o'r fath ganiau.<sup>58</sup>

Dadleuodd pob un o'r tri chynhyrchwr ar y pryd y byddai goblygiadau i bob math o ddiodydd a werthid mewn caniau neu boteli a ddaliai fwy na phedair uned ac na ellid eu hail-gau – fel poteli gwinoedd pefriog, er enghraifft. Ymatebodd y Panel trwy ddweud nad oedd y mater yn “berthnasol i'r cwyn (na'r can) ger eu bron” ac y “dylent ystyried yn mater ynglŷn â chaniau'n unig”.<sup>59</sup> Yn 2016, gofynnodd Alcohol Concern i'r Panel ystyried tri chwrrw arall a werthid mewn poteli na ellid eu hail-gau, pob un yn cynnwys mwy na 4 uned o alcohol: Leffe Blonde (5 uned), King Cobra (5.6 uned), a Meantime IPA (5.6 uned). Atebodd Ysgrifenyddiaeth y Panel fod y Panel “yn sgîl cyhoeddi ar 8 Ionawr [2016] ymgynghoriad gan yr Adran Iechyd ar ran y Prif Swyddogion Meddygol ar y canllawiau newydd ar yfed alcohol sydd ar y gweill... wedi penderfynu gohirio unrhyw gwynion ychwanegol ynghylch y mater hwn. Bydd unrhyw ganllawiau newydd, a'r dystiolaeth sy'n sail iddynt, ymhlith nifer o ffactorau y bydd y Panel yn eu hystyried”.<sup>60</sup>

Efallai mai'r peth amlycaf am Ganllawiau Risg Isel y Prif Swyddogion Meddygol, pan gawsant eu cadarnhau yn Awst 2016, oedd fod y mwyafsymiau dyddiol ac wythnosol gwahanol ar gyfer dynion a merched ar wahân wedi mynd, ac yn eu lle roedd un mwyafswm wythnosol i bawb, gydag argymhelliad i “rannu'r unedau hyn yn gyfartal dros 3 diwrnod neu ragor”.<sup>61</sup> Roedd hyn yn creu anhawsterau amlwg i'r Panel. Er ei bod yn bosibl dweud y byddai unrhyw un a yfai 4 uned neu ragor ar 4 diwrnod neu ragor o'r wythnos yn mynd tu hwnt i'r mwyafswm o 14 uned, roedd yr hen fwyafsymiau dyddiol o 3 uned i ferched a 4 i ddynion wedi'u diddymu. Daeth goblygiadau'r newid i broses benderfynu'r Panel yn glir yn adroddiad blynyddol 2016 Grŵp Portman: “Yng ngoleuni'r newidiadau, mae'r...Panel wedi ailystyried sut mae'n diffinio yfed anghymedrol. O'r blaen, defnyddiai'r Panel y terfyn uchaf ar gyfer dynion (4 uned) fel y ffin rhwng cymedrol ac anghymedrol”.<sup>vi</sup> Dywedodd yr adroddiad, felly, heb y fath bren mesur

hylaw, mai “mater i'r Panel yw asesu drosto'i hunan beth yw ffiniau [yfed cymedrol], ac a yw pecyn diod benodol yn annog...mynd tu hwnt i'r ffiniau hynny”.<sup>62</sup>

Profwyd penderfyniad y Panel i benu'r ffiniau drosto'i hunan am y tro cyntaf yn 2017, pan gafwyd cwynion yn erbyn tair diod dra chref arall mewn caniau 500ml – K Cider,<sup>63</sup> Crest Super,<sup>64</sup> ac Oranjeboom 8.5%<sup>65</sup> – gan Gynghorau Portsmouth a Medway o dan Adran 3.2(f) o'r Côt. Roedd dyfarniad y Panel yn llawer nes at ddyfarniad 2008 nag un 2015. Ynglŷn â'r tair diod, dywedodd y Panel eu bod yn “debygol o gael eu gweld gan gwsmeriaid yn opsiwn ar gyfer eu hyfed yn rheolaidd o ddydd i ddydd”, a bod eu gwerthu mewn caniau 500ml na ellid eu hail-gau yn “debygol o arwain at gwsmeriaid yn yfed [4 uned neu ragor] o alcohol ar un achlysur yfed”, ond, gan nad oedd bellach fwyafswm dyddiol, nid oedd gan y Panel “dystiolaeth ddigonol i ddyfarnu bod trosedd yn erbyn paragraff 3.2(f) o'r Côt” heb ddeall mwy am arferion yfed wythnosol yfwr. Dyfarnwyd, felly, nad oedd yr un o'r tair diod wedi tramgwyddo Adran 3.2(f) o'r Côt.<sup>vii</sup>

### Stiffy's Shots

Gwelir patrwm cyffelyb o wneud penderfyniadau ac wedyn eu gwrthdroi yn nhrifodaethau'r Panel ynghylch gwirodydd cymysg Stiffy yn 2004 a 2011. Yn 2004 nododd y Panel fod enw'r brand “Stiffy” yn “air sathredig am godiad”, ond penderfynasant nad oedd yr enw yn awgrymu llwyddiant rhywiol.<sup>66</sup> Yn 2011, dyfarnasant fod “Stiffy” yn “derm sathredig cyffredin am godiad” a bod “enw'r brand, felly...yn awgrymu cysylltiad â llwyddiant rhywiol”. Y rheswm a roddasant dros newid eu safbwynt oedd bod angen “ymateb i newidiadau ym marn gyffredin y gymdeithas ac, yn benodol, i'r agweddau mwy ceidwadol sydd erbyn hyn tuag at hyrwyddo alcohol”.<sup>67</sup> Diddorol yw nodi bod yr ASA yn 2004 wedi dyfarnu yn erbyn ymgyrch poster i am Stiffy's Shots ar sail eu cred bod y slogan “Have you had a stiffy tonight?” yn amlwg o rywiol.<sup>68</sup>

<sup>vi</sup> Dyma safbwynt y Panel yn 2015. Yn 2008, penderfynodd y Panel fod “geiriad cyngor y Llywodraeth yn codi cwestiynau ynghylch pa mor rhesymol yw trin pedair uned fel terfyn cyfrifoldeb”.

<sup>vii</sup> Mae dyfarniad 2017 yn creu anghysondeb diddorol. Yn sgîl dyfarniad y Panel yn 2015, cyhoeddwyd Bwletinau Hysbysu Manwerthwyr yn gofyn i lofnodwyr y Côt beidio ag ailarchebu Skol Super, Carlsberg Special Brew na Kestrel Super ar eu ffurf gyfredol. O ganlyniad, daliodd Skol Super i fod ar werth mewn caniau 500ml ond lleihawyd ei gryfder alcoholaidd o 9% i 8%; a gostyngwyd cryfder Carlsberg Special Brew o 9% i 8% ar y cyd â lleihau maint y can i 440ml, yn y ddau achos er mwyn peidio â chynnwys mwy na 4 uned. Ni fydd perchnogion K Cider, Crest Super, nac Oranjeboom 8.5% yn gorfod newid eu diodydd yn y fath fodd, ac o ran tegwch a chysondeb, gellid dadlau y dylai Skol Super a Carlsberg Special Brew gael dychwelyd i'r farchnad ar eu maint a'u cryfder gwreiddiol. (Yn ôl pob golwg, mae Kestrel Super wedi aros ar werth ar ei ffurf wreiddiol er gwaethaf dyfarniad 2015, er ei fod i'w weld mewn llai o siopau).

### Tiwbiau prawf

Yn 2009 a 2010, ystyriodd y Panel gwynion bod wahanol fathau o wirodydd cymysg mewn tiwbiau prawf yn tramgwyddo Adrannau 3.2 (f) a (g) o'r Côt trwy annog "yfed anghymedrol" ac yfed "yn gyflym". Yn 2009, edrychodd y Panel ar ddiodydd Mmwah! mewn tiwbiau prawf, gan ddod i'r casgliad canlynol:

- "Ni ellid gosod y tiwb ar ei waelod ar arwyneb gwastad" (fel bwrdd neu'r bar) er mwyn cymryd seibiant o ddiota
- "Roedd fformat pecynnu y tiwb prawf, i bod diben, yn annog yfed y ddiodydd ar ei phen"
- Roedd yn annog "dull yfed annoeth roedd y Côt yn ceisio ei rwystro"
- "Roedd yn glir bod y cynnyrch wedi'u dylunio er mwyn annog cwsmeriaid bariau i yfed mwy o alcohol"
- "Yr holl reswm dros y cynnyrch oedd hybu yfed ychwanegol trwy ddull yfed amhriodol".<sup>69</sup>

Cafodd y penderfyniad yn 2009 ar Mmwah! ei wrthdroi i bob pwrpas yn 2010, pan ddyfarnodd y Panel ei bod yn "debygol iawn" y câi'r diodydd cyffelyb Shootaz,<sup>70</sup> Shot in a Tube,<sup>71</sup> a Quivers<sup>72</sup> eu hyfed "ar un tro" ond nad oeddynt, er hynny, yn "tramgwyddo ysbryd y Côt trwy annog yfed 'ar un tro'". Ni soniwyd dim am eu pryderon blaenorol am "hybu yfed ychwanegol". Mae newid barn y Panel yn ddiddorol am fod y Canllawiau ar y Côt yn ddweud bod yfed "ar un tro" yn "ddull yfed sy'n ateb diben, sef bod alcohol yn cael ei yfed er mwyn ei effaith yn hytrach na'i flas" a'i fod yn "gallu arwain yn rhwydd at fedd-dod" ac nad yw'n "hawdd ei gysoni ag yfed call a chymedrol".<sup>73</sup>

### Enghreifftiau eraill

Rhestrir isod nifer o enghreifftiau eraill o'r hyn sydd i'w weld yn anghysondeb ym mhenderfyniadau'r Panel. Mae'r enghreifftiau canlynol yn dangos yn benodol duedd y Panel o bryd i'w gilydd i gyflwyno meini prawf newydd nad ydynt yn rhan o'r Côt. Rhai go ddibwys yr olwg yw'r ystyriaethau newydd hyn fel arfer, ond maent i'w gweld yn dylanwadu ar benderfyniadau'r Panel, fel y dengys y pump enghraifft isod:

- Yn 2008, gwrthododd y Panel gŵyn fod delwedd o'r cymeriad Dorothy Goodbody yn tramgwyddo Adran 3.2(d) o'r Côt, yn rhannol "oherwydd nad oedd y ddelw ond yn llun â llaw yn hytrach na pherson go-iawn" (sef, yn ôl pob tebyg, nad ffotograff mohono).<sup>74</sup> Ni ddefnyddiwyd yr un maen prawf wrth ystyried y darlun o'r pâr noeth ar botel Magnum Tonic Wine yn 2012.<sup>75</sup>
- Yn 2012, dyfarnodd y Panel yn erbyn llun cartŵn o ffermwr ar gyrffau Fferm Parc Laverstoke.<sup>76</sup> Yn 2015, cymeradwyodd y Panel yr hyn roeddent yn ei gydnabod oedd yn "delwedd gartwnaidd o ffermwr" ar Willy's Cider, ar y sail ei fod yn "bell o gael lle blaenllaw ar y label flaen".<sup>77</sup> Nid yw'r Côt ei hunan yn cynnwys meini prawf o ran maint na lleoliad delweddau annerbyniol.



- Yn 2016, gwrthododd y Panel gŵyn bod brandio Heineken ar thema James Bond yn cysylltu eu cwrw â chymeriad treisgar (yn groes i Adran 3.2 (b) o'r Côd), yn rhannol oherwydd mai "cymeriad ffuglennol yw James Bond".<sup>78</sup> Gwrthgyferbynnodd y Panel ddeunyddiau Heineken yn benodol â'r brand cwrw Dark Conspiracy gan fragdy Gadd, a oedd yn defnyddio llun o'r brodyr Kray "a oedd yn bobl go-iawn" – brand roedd y Panel wedi dyfarnu yn ei erbyn yn 2012.<sup>79</sup> Nid yw'r Côd ei hunan yn gwahaniaethu rhwng cymeriadau ffuglennol a rhai o gig a gwaed; ac, yn wir, mae'r Canllawiau ar y Côd yn dweud ynglŷn ag Adran 3.2(h) y gallai "lluniau o bobl go-iawn neu ffuglennol...achosi i becyn neu hyrwyddiad dorri'r rheol hon". Dyfarnodd y Panel hefyd:
  - Bod y ddelwedd o James Bond ar becynnau Heineken yn fwy derbyniol oherwydd ei bod yn "arddulliedig iawn", er y gellid dweud yr un peth am ddelwedd Gadd o Ronnie a Reggie Kray, sy'n argraffiad bwriadol ddi-grefft o lun David Bailey o'r brodyr yn 1965.
  - Bod "y pistol [yn llaw James Bond ar y pecynnau] yn cael ei ddangos mewn ystum arddulliedig ac nid yw'n cael ei ddefnyddio i saethu na pheri niwed"; er bod yn Panel wedi dyfarnu yn 2005<sup>80</sup> "am ba reswm bynnag roeddynt yn cael eu defnyddio, roedd gynnu yn beryglus o'u hanfod ac yn ymwneud â thrais".<sup>viii</sup>



Y brodyr Kray ar gyfer Bragdy Gadd



James Bond ar gyfer Heineken

- Yn 2017, ystyriodd y Panel gŵyn yn erbyn casgliad o ddiodydd o dan yr enw Mr Gladstone's Curious Emporium, a dyfarnu yn eu herbyn ar y sail y gallai "diodydd melys-eu-blas sydd wedi'u brandio'n fwy fel losin nag alcohol, gael eu gweld gan arddegwyr yn gyflwyniad hawdd i alcohol".<sup>81</sup> Mae'n gwbl bosibl mai pryder cwbl ddilys yw hwn (a phryder yw e a fynegwyd gan sawl un am ddiodydd cymysg melys),<sup>82</sup> ond mae ymhell tu hwnt i gwmpas y Côd, a gallai gynnwys nifer fawr o ddiodydd eraill.<sup>ix</sup> Mae'r dyfarniad hefyd yn groes i nifer o bethau a ddywedodd y Panel yn flaenorol:
  - Yn 2006, dyfarnodd y Panel nad oedd Funky Monkey Vodka Shots gyda blasau Kola Kube, Bubblegum a Cheeky Cherry yn apelio'n neilltuol i'r rhai dan 18 oed.<sup>83</sup>
  - Yn 2011, roedd y Panel wedi dyfarnu nad oedd dwy ddiod fodca gymysg felys oedd wedi'u brandio fel Jaffa Cakes a Kola Kubez yn apelio i blant.<sup>84</sup>
  - Yn yr un mis â'i ddyfarniad yn erbyn Mr Gladstone's Curious Emporium, cymeradwyodd y Panel barhau i werthu Cactus Jack's Schnapps, er ei fod yn cytuno fod y blasau Black Jack a Fruit Salad yn "flasau losin".<sup>85</sup>

<sup>vi</sup> Yn sgîl y dyfarniad hwn, diwygiwyd y Canllawiau ar y Côd i ddweud "nad yw cynnwys delwedd o arf o reidrydd...yn peri problem", ond bod delwedd a oedd "ynghlwm yn annatod wrth ymddygiad treisgar" yn debygol o dramgwyddo'r Côd.

<sup>ix</sup> Er enghraifft, gellid dweud bod y dyfarniad yn codi cwestiynau am WKD Iron Brew, Henry's Hard Cherry Cola, neu Hooper's Alcoholic Dandelion and Burdock, sydd bob un yn fersiynau alcoholaidd o ddiodydd melys poblogaidd i blant ac a allai "gael eu gweld gan arddegwyr yn gyflwyniad hawdd i alcohol".

- Yn 2017, ystyriodd y Panel y ddelwedd o arth ar ganiau cwrw Cwtch gan Tiny Rebel. Buont yn “trafod a oedd tegau arth yn apelio'n neilltuol i blant ifanc iawn” a dod i'r casgliad “na ellid anwybyddu'r pwynt hwn, ni waeth oedd y cynnyrch yn targedu plant yn fwriadol neu beidio”.<sup>86</sup> Mae'r Panel wedi dyfarnu'n flaenorol bod eirth tedi yn ddyfeisiau marchnata derbyniol ar gyfer alcohol pan fydd y diodydd gyda nhw yn “anrheg ramantus i oedolion”<sup>87, 88</sup> neu'n “anrheg i gyplau”.<sup>89, 90</sup>

At hynny, yn eu dyfarniad ar Cwtch, dywedodd y Panel eu bod wedi ystyried honiad y cynhyrchwr bod cynllun y can i fod i apelio i oedolion trwy godi hiraeth, ond dywedasant fod “y ffaith bod yr elfennau hyn yn apelio i oedolion pan oeddynt yn eu harddegau yn meddwl y gallent apelio o hyd i ardegwyr heddiw”.<sup>91</sup> Mae hyn i'w weld yn groes i'r Canllawiau ar y Côt, sy'n dweud nad oes problem oni bai fod cynnyrch yn “apelio/ atseinio i i'r rhai dan 18 oed mewn modd nad yw'n gwneud i'r rhai dros 18 oed”,<sup>92</sup> ac mae'n awgrymu bod y Panel wedi estyn cwmpas y Côt i gynnwys diodydd sy'n apelio i hiraeth oedolion ac a allai apelio o ganlyniad i bobl ifanc heddiw. Mae'n werth nodi bod y Panel wedi dweud yn glir o'r blaen na ddylid cymryd y bydd elfennau sydd wedi apelio i genedlaethau blaenorol o bobl ifanc yn apelio i bobl ifanc heddiw. Dyfarnodd yn 2005 fod cwrw ar thema'r cymeriad Zebedee o'r Chwyrlligwgan Hud yn “retro ei natur a byddai'n apelio i hiraeth y to hŷn...yn hytrach nag apelio'n neilltuol i ran dan 18 oed”.<sup>93</sup> Daethant i gasgliad cyffelyb ynghylch cwrw Gamma Ray yn 2015.<sup>94</sup>

Mae dwy agwedd arall ar y dyfarniad yn erbyn Tiny Rebel yn dangos anghysondebau eraill:

- Dyfarniad y Panel oedd fod “y cyfuniad o logo Tiny Rebel a'r arth blêr mor flaenllaw ar y pecyn yn hybu yfed anghymedrol yn anuniongyrchol”. Yn rhesymegol, ar sail hwn, yn ogystal â chaniau a photeli Cwtch, mae bron pob un o boteli, caniau, a tharianau pwmp y bragdy,<sup>95</sup> arwyddion eu tafarndai,<sup>96</sup> a sawl math arall o farsiaendiaeth,<sup>97</sup> hefyd yn tramgwyddo Adran 3.2(f) o'r Côt. Nid ymdriniodd y Panel â'r fath oblygiadau yn ei ddyfarniad.
- Yn sgîl y dyfarniad, cytunodd Grŵp Portman y byddai symud llun yr arth i gefn y can yn gam digonol gan y bragwr,<sup>98</sup> er bod y Canllawiau ar y Côt dweud “nad oes dim gwahaniaeth rhwng wyneb a chefn cynnyrch” gan fod “cwsmeriaid...yn debygol o godi cynnyrch a'u troi o gwmpas”.<sup>99</sup>

Ein prif bwynt yn hyn oll yw na ellir dibynnu ar benderfyniadau'r Panel fel i roi arweiniad clir o ran beth sy'n dderbyniol a beth sy'n groes i'r Côt. Fel y dywedodd Tiny Rebel, gall penderfyniad “osod cynsail, ond nid yw ffiniau'r cynsail yn glir”, ac yn ôl pob golwg “nid oes gwahaniaeth clir rhwng yr hyn a ganiateir a'r hyn a waherddir”.<sup>100</sup> Byddai gwell cysondeb ac esboniadau mwy cadarn am benderfyniadau yn ei gwneud yn haws i gynhyrchwyr ragweld a aent i drafferthion gyda'r Panel, ac byddai felly'n helpu cadw pecynnau amhriddol rhag cael eu creu yn y lle cyntaf. Byddai hefyd yn rhoi gwell syniad i gwsmeriaid am ba fath o ddeunyddiau y gallent ddisgwyl i'r Panel weithredu arnynt.

### Crynodeb

Nid yw penderfyniadau'r Panel bob tro yn gyson â'i gilydd. Mae wedi dehongli meini prawf y Côt mewn ffyrdd gwahanol ar adegau gwahanol, heb fawr o eglurhad cadarn. O bryd i'w gilydd, mae hefyd wedi cyflwyno meini prawf newydd nad ydynt yn rhan o'r Côt, ac nid yw bob tro'n eglur a yw wedi ystyried goblygiadau llawn ei benderfyniadau. Byddai gwell cysondeb ac esboniadau mwy cadarn am benderfyniadau yn well i gwsmeriaid ac yn decach i gynhyrchwyr.



## Pa fathau o dystiolaeth y bu'r Panel yn eu defnyddio wrth lunio ei benderfyniadau?

Rhoddodd Jenny Watson, Cadeirydd y Panel Cwynion Annibynnol ddisgrifiad dadlennol o broses benderfynu'r Panel pan ddywedodd yn 2015 fod ei benderfyniadau yn cael eu llunio "gan ddefnyddio'r amrywiaeth o brofiad a barn o gwmpas y bwrdd".<sup>101</sup> Un peth na soniodd amdano oedd tystiolaeth gadarn ar wahân i brofiad a barn y Panel. Yn wir, dywed Grŵp Portman y bydd y Panel yn "penderfynu ei weithdrefnau ei hunan" ac "na fydd yn gorfod dilyn unrhyw reol neu ddeddf gwlad ynglŷn â derbyn tystiolaeth neu beidio mewn trafodion cyfreithiol".<sup>102</sup> Er enghraifft, wrth benderfynu beth yw "terfynau yfed cymedrol", "mater i'r Panel yw asesu drosto'i hunan beth yw'r terfynau hynny, ac a yw pecyn rhyw ddiod yn annog (yn uniongyrchol neu'n anuniongyrchol) mynd tu hwnt iddynt".<sup>103</sup> Mae'r agwedd hon wedi peri i un bragwr gwyno nad yw'r Panel fel pe baent yn gweld angen iddynt "ddarparu tystiolaeth ansodol na meintiol i gefnogi eu dyfarniadau", a'u bod, yn lle hynny, yn dibynnu ar "safbwyntiau anwybodus a digyfiawnhad".<sup>104</sup> Honnodd un arall fod penderfyniadau'r Panel yn "oddrychol tu hwnt".<sup>105</sup>

Mae trafodion y Panel ar ganiau 500ml o gwrw a seidr tra chryf yn 2008, 2015 a 2017 (gweler uchod) yn dangos yn eithaf da pa fathau o dystiolaeth mae'r Panel yn eu hystyried, a pha fathau mae i'w weld yn eu hanwybyddu. Fel y nodwyd, yn 2008 gwrthododd y Panel ddyfarnu yn erbyn y diodydd hyn gan ei fod yn credu y byddai hynny tu hwnt i gwmpas ei waith ac y gallai codi anawsterau. Pan benderfynodd, yn 2015, weithredu yn erbyn y fath gynnyrch, gwnaeth hynny ar sail "rhagdybiadau diwylliannol a oedd yn dylanwadu ar sut yr ymatebai cwsmeriaid i ddiodydd mewn caniau". Roedd y safbwynt hwn wedi'i seilio ar arolwg YouGov o fwy na 2,000 o oedolion, a'r ffaith fod 80% o'r rheini yn "credu bod can 500ml o ddiod 9% wedi'i greu'n bwrpasol i'r cynnwys gael ei yfed gan un person ar un achlysur". Ychwanegwyd bod "y Panel o'r un farn".<sup>106</sup> Mae'n bosibl fod y fath gredoau ac opiniynau yn gywir, ond, ynddynt hwy eu hunain, nid tystiolaeth gadarn mohonynt. Ni ofynnodd YouGov i sampl o yfwyr cwrw tra chryf sut roeddynt yn ei yfed; gofynnwyd i sampl lawer ehangach o bobl sut roeddynt yn tybio bod y fath ddiodydd yn cael eu hyfed. Yn hyn o beth nid arolwg o gwsmeriaid mo hon o gwbl

(yn union fel nad yw'r Panel, yn ôl pob golwg, erioed wedi gofyn i bobl dan 18 pa ddiodydd sy'n "apelio'n neilltuol" iddynt). Yn ôl data a roddodd Carlsberg i'r Panel, cwta 0.1% o gwsmeriaid a brynai alcohol mewn siopau oedd wedi yfed cwrw tra chryf yn ystod y saith niwrnod blaenorol, o gymharu â 64% oedd wedi yfed alcohol o unrhyw fath.<sup>107</sup> Mewn modd cyffelyb, mae ffigurau Cymdeithas Cwrw a Thafarndai Prydain yn dangos bod gwerthiant cwrw tra chryf mor bitw nes iddo gael ei gofnodi fel 0.0% o'r farchnad gwrw.<sup>108</sup> O ystyried y ffigurau hyn, mae'n debygol nad oedd ond nifer fach iawn o'r 2,000 o bobl a holwyd yn yfed diodydd tra chryf yn aml, ac felly'n gallu dweud yn weddol awdurdodol sut roeddynt yn cael eu hyfed.

Maen prawf arall oedd gan y Panel oedd a oedd yn bosibl i'r caniau gael eu hail-gau. Mae'n bosibl bod hwn yn ffactor perthnasol (ac, yn sicr, roedd Thames Reach yn ei weld yn berthnasol i'w cwynion yn 2008<sup>109</sup> a 2015<sup>110</sup>). Er hynny, ni chyfeiriodd y Panel at unrhyw dystiolaeth am bwysigrwydd y ffactor hwn. Y cwestiwn allweddol yw a yw yfwyr wir yn llyncu cynnwys can yn fwy cyflym oherwydd na allant ei ail-gau, ac a ydynt yn yfed yn fwy niweidiol o'r herwydd? Efallai eu bod, ond ni wyddom. O ran cymhariaeth, mae poteli mawr (hyd at 3 litr) o seidr gwyn yn ddewis poblogaidd gan yfwyr dibynnol.<sup>111</sup> Gellir rhoi'r capan yn ôl yn rhwydd, ac mae'n eglur nad anhawster cau'r botel yw'r ffactor sy'n gyrru rhai i'w gwagio.

Mewn modd cyffelyb, wrth benderfynu yn 2010 nad oedd tiwbiau prawf o wirodydd cymysg bellach yn broblem, nid oes dim i awgrymu bod y Panel wedi ystyried y dystiolaeth gan y diwydiant alcohol ei hunan ynglŷn â sut mae'r fath ddiodydd (a rhai tebyg) yn cael eu defnyddio yn y byd go-iawn. Mae ymchwil gan nifer o'r prif gynhyrchwyr diodydd wedi nodi bod yfwyr, yn ystod noson o yfed cwrw, yn aml yn cyrraedd rhyw bwynt lle maent yn teimlo'n llawn. Dyma adeg pan allant deimlo fel rhoi'r ffdil yn y to; neu adeg dda, o bosibl, i'w denu at wirodydd neu ddiodydd llai swmpus eraill.<sup>112</sup> A dyma un o swyddogaethau tiwbiau bach o ddiod mewn tafarndai. Yn 2009, nododd gwefan Mmwh! (er mwyn annog tafarnwyr i werthu'n tiwbiau, mae'n debyg) eu bod yn "cael eu prynu yn ogystal â diodydd arferol, nid yn eu lle".<sup>113</sup>

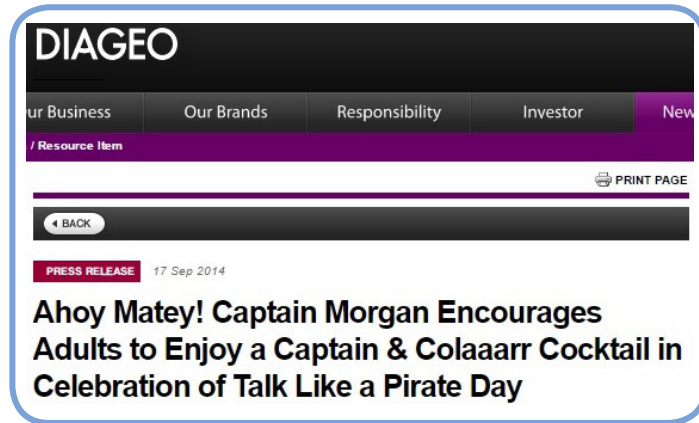
Felly, er na fydd yfed llond un tiwb bach yn debygol o feddwi neb, mae'r tiwbiau'n helpu cadw'r cwsmeriaid yn yfed. Mae mesurau bach o wirodydd, gan gynnwys rhai mewn tiwbiau prawf, yn cael eu cynnig mewn bariau gan griwiau crwydrol o "genod jochiau" – tacteg sy'n dangos i ba raddau y mae cwsmeriaid yn cael eu hannog i yfed mwy, yn lle cael eu gadael i benderfynu a ddymunant ddiod arall neu beidio. Yn wir, mae un o'r prif asiantaethau sy'n cyflogi "genod jochiau" yn dweud eu bod yn "addo codi gwerthiant cynyddol".<sup>114</sup>

Mae nifer o enghreifftiau nodedig eraill o'r Panel yn peidio ag ystyried yr hyn mae'r diwydiant yn ei ddweud am ei ddiodydd. Yn 2016, wrth edrych ar bartneriaeth Heineken â'r ffilmiau James Bond, dywedodd y Panel na allai "weld yr un rheswm... y byddai'r brand James Bond yn arwain cwsmeriaid i gredu bod y cynnyrch yn awgrymu cysylltiad â llwyddiant/weithgaredd rhywiol".<sup>115</sup> Ond yn 2015, dywedodd Hans Erik Tuijt o Heineken fod y cytundeb nawdd yn galluogi'r bragwr i gyrraedd y dynion "sydd eisiau bod fel Bond" a'r merched "sydd eisiau bod gyda Bond";<sup>116</sup> ac yn y ffilm Skyfall o 2012, gwelir Daniel

Craig fel James Bond yn mwynhau potelaid o Heineken yn y gwely gyda Tonia Sotiropoulou wedi golygfa rywiol.<sup>117</sup>

Hefyd yn 2016, gofynnwyd i'r Panel ystyried y delweddau a ddefnyddid ar y brand rym adnabyddus Captain Morgan.<sup>118</sup> Y prif gwestiwn gerbron y Panel oedd a oedd y cymeriad Captain Morgan yn gartŵn o fôr-leidr, ac felly'n debygol o apelio i blant, yn groes i Adran 3.2(h) o'r Côd. Dyfarnodd y Panel eu bod yn cytuno â pherchennog y brand, Diageo, nad oedd Captain Morgan yn fôr-leidr.<sup>119</sup> Dyfarniad hynod oedd hwn gan fod gwefan brand Captain Morgan yn ei ddisgrifio fel "bycanîr"<sup>120</sup> ac yn adrodd hanes bywyd y môr-leidr hanesyddol Harri Morgan o Lanrhyddni fel hanes y cymeriad Captain Morgan.<sup>121</sup> (Mae llofnod Harri Morgan hefyd i'w weld ar boteli'r ddiod).<sup>122</sup> Mae'r wefan at ei gilydd wedi'i hysgrifennu yn ieithwedd ffilmiau môr-ladron Hollywood ac yn cynnwys cyfeiriadau at geisio "trysor"<sup>123</sup> a "dyblŵns aur".<sup>124</sup> At hynny, ers nifer o flynyddoedd mae gweithwyr a phartneriaid Diageo ym mhedwar ban byd yn ceisio cysylltu Captain Morgan â themâu môr-ladradol, fel y dengys yr enghreifftiau canlynol:





Mewn gwirionedd, nid ai môr-leidr neu beidio yw Captain Morgan yw'r cwestiwn pwysig yn hyn o beth; eithr pam roedd Diageo yn meddwl y gallent ddweud wrth y Panel nad môr-leidr mo Captain Morgan, er bod cryn dipyn o'u deunyddiau marchnata yn awgrymu mai dyna'n union yw e; a pham roedd y Panel wedi derbyn yr honiad heb ymchwilio iddo (yn ôl pob golwg, o leiaf). Diddorol yw nodi, i

gloi, bod achos llys wedi codi yng Nghnada yn 2017 ynglŷn â brand Capten Morgan. Yn nofennau'r llys dywedodd Diageo fod y cymeriad Captain Morgan yn gwisgo "het môr-leidr" a gwisg "morwr neu fôr-leidr"; a honasant fod cwmni rym arall yn ceisio "manteisio ar ewyllys da Diageo a drysu cwsmeriaid" trwy ddefnyddio "cymeriad ifanc tebyg i fôr-leidr" ar ei labeli.<sup>125</sup>

### Crynodeb

Mae penderfyniadau'r Panel yn aml i'w gweld yn oddrychol, ac nid yw'r amlwg eu bod wedi'u datblygu ar sail y swmp o dystiolaeth sydd ar gael ynghylch patrymau prynu ac yfed. Ambell waith, mae fel pe bai heb sylwi ar dystiolaeth gan y diwydiant alcohol ei hunan ynglŷn â sut mae cynhyrchwyr yn gweld eu diodydd ac yn ei disgrifio. Bydd angen casglu dystiolaeth ehangach o lawer a defnyddio llawer mwy o'r ymchwil sydd ar gael, er mwyn i benderfyniadau gael eu cydnabod yn rhai teg, ystyrlon ac wedi'u seilio ar dystiolaeth.

## Dadansoddiad ystadegol o gwynion i Grŵp Portman

Yn ystod y cyfnod o ddechrau 2006 hyd at ddiwedd 2017, cyhoeddodd y Panel gyfanswm o 99 o benderfyniadau. Yn y bennod hon, edrychwn ar yr ystadegau am bwy a fu'n cwyno am ba fathau o ddiodydd, a pha benderfyniadau a wnaeth y Panel; ac ystyried a oes unrhyw batrymau arwyddocaol i'w gweld.

### Rhesymau dros gwynion

At ei gilydd, bu cwynion am 99 o ddiodydd a/neu eu deunyddiau hyrwyddo. Roedd y 99 o gwynion yn ymdrin â 160 o droseddau honedig yn erbyn y Côt, am fod llawer o gwynion yn cyfeirio at fwy nag un o adrannau'r Côt. O'r 160 o droseddau honedig, y cyhuddiad bod cynhyrchwr yn annog pobl i yfed yn drwm neu'n gyflym (yn groes i Adrannau 3.2(f) neu 3.2(g) o'r Côt) oedd y mwyaf cyffredin o bell ffordd. Roedd cyfanswm o 43 o gwynion o dan Adranau 3.2(f) a/neu 3.2(g) (sef 27% o'r 160). Yn dynn ar sodlau'r rhain roedd 41 o gwynion am apelio i'r rhai dan 18 oed (yn groes i Adran 3.2(h)), sef 26% o'r 160. Roedd y ddau fater hyn yn bell ar y blaen i bob un arall. Y cwyn mwyaf cyffredin wedyn oedd nad oedd natur alcoholaidd rhyw ddiod yn glir o'i label (yn groes i Adran 3.1). Cwta 18 o weithiau y daeth y cwyn hwn i'r fei (11% o'r cyfanswm).

### Mathau o ddiodydd a fu'n destun cwynion

O edrych ar y mathau o ddiodydd a fu'n destun cwynion, o'r 99 o ddiodydd y bu cwynion yn eu cylch o 2006 hyd ar 2017, roedd 21 (neu dipyn mwy nag 1 o bob 5 cwyn) yn rhai y gellid eu disgrifio fel cyrfau neu seidrau "crefftus" gan fragwyr annibynnol. Ymhlith y categorïau diodydd eraill a ddenodd nifer sylweddol o gwynion roedd:

- Diodydd cymysg parod, a elwir weithiau'n "alcopops": 17 o gwynion
- Cwrw a seidr tra chryf: 15 cwyn
- Gwirodydd a licorau: 16 o gwynion
- Cynhwyswyr newydd, fel gwirodydd mewn tiwbiau prawf a diodydd mewn cydau hyblyg: 12 cwyn.

Denodd dau fath arall o ddiod – brandiau cwrw melyn masnachol, a gwinoedd – 7 cwyn yr un. Roedd nifer o gategoriâu eraill yn destun i un cwyn yr un yn ystod y 12 mlynedd: brand seidr o gryfder arferol, gwin cadarn, gwin tonic, a chreision dan frand cwrw adnabyddus.

Nid yw'r cyfanswm o gwynion am fathau o ddiodydd i'w weld yn cyfateb o gwbl i faint ohonynt a werthir; ac mae'n bosibl ei fod yn ymwneud mwy â pha mor niweidiol ydyw yn nhyb rhain. Er enghraifft:

- Llai na 3% o farchnad alcohol y Deyrnas Unedig sydd gan ddiodydd cymysg parod ("alcopops") ond maent yn denu 17% o'r cwynion
- Yn ystadegol, mae cyrfau arbennig o gryf mor ddiwbys nes cael eu cofnodi fel 0.0% o werthiant alcohol y wlad, ond maent yn destun 15% o gwynion
- Ar y llaw arall, roedd gwin yn destun cwta 7% o gwynion, ond mae'n 33% o'r farchnad alcohol.<sup>126</sup>

Mae'n anodd barnu pa gyfran o'r farchnad alcohol sydd gan gyrfau a seidrau "crefftus" (a ddenodd 21% o'r cwynion) gan nad yw pawb yn cytuno sut i'w diffinio.

### Mathau o achwynwyr

Daeth y 99 o ddyfarniadau gan y Panel rhwng 2006 a 2017 yn sgîl 104 o gwynion gan achwynwyr unigol.<sup>x</sup> Yn ôl ein dadansoddiad ni, o'r 104 o achwynwyr:

- Roedd 35 yn bobl gyffredin
- Roedd 22 yn elusennau a chyrrff cyffelyb, gan amlaf Alcohol Concern neu Alcohol Focus Scotland
- Roedd 18 yn gwmnïau diodydd neu gymdeithasau masnachol y busnes diodydd
- Daeth 10 cwyn o ganlyniad i Archwiliad o Gydymffurfiaeth â'r Côt, gan PIPC ar ran Grŵp Portman yn 2008<sup>127</sup>
- Daeth 9 cwyn gan Grŵp Portman yn niffyg achwynwr
- Roedd 9 o'r achwynwyr yn awdurdodau lleol
- Roedd 1 yn Aelod Seneddol.<sup>128</sup>

Gwelwn, felly, mai pobl gyffredin oedd y categori unigol mwyaf o achwynwyr. Arwydd galonogol yw hon, o bosibl, gan ei bod yn awgrymu bod cwsmeriaid ar lawr gwlad yn gwybod rhywfaint am y broses gwyno a'u bod yn ei defnyddio. Elusennau a chyrrff cyffelyb gyda diddordeb mewn lleihau problemau alcohol yw'r categori nesaf o ran maint. Efallai na ddylai hyn ein synnu gan fod nifer o sefydliadau o'r fath yn gweithredu fel goruchwylwyr answyddogol, yn tynnu sylw at ddulliau marchnata a welant yn amhriodol. Nesaf ar y rhestr mae'r 18 o gwynion gan gynhyrchwyr diodydd a'u cymdeithasau masnachol. O gymryd y 18 cwyn hyn gyda'r 9 cwyn gan Grŵp Portman ei hunan, gwelwn fod 26% o'r cwynion sydd wedi mynd at y Panel wedi dod oddi wrth y diwydiant alcohol.

### A oes patrwm neu duedd i'w gweld yn yr ystadegau?

O ystyried bod cymaint o gwynion am fragdai bach ac o'r tu mewn i'r diwydiant alcohol, nid yw'n rhyfedd fod rhai, ar hyd y blynyddoedd, wedi honni bod gwaith rheoleiddio Grŵp Portman yn taro rhai diodydd a rhai cynhyrchwyr yn anghymesur. Yn 2014, gadawodd Grŵp C&C Grŵp Portman, gan ddweud ei fod "dan fawd cwmnïau diodydd amlwladol mawrion a chanddynt agenda sy'n groes i weddill diwydiant [diodydd] y Deyrnas Unedig".<sup>129</sup> Yn 2009, honnodd y bragwyr Brewdog – criw nad ydynt yn nodedig am swildod, ac sydd wedi bod gerbron y Panel fwy nag unwaith – fod "Grŵp Portman yn cael ei ariannu gan yr hogiau mawr i ofalu am fuddiannau'r bragwyr mawrion".<sup>130</sup>

Mae'n wir fod ein dadansoddiad ni o gwynion yn dangos bod cwmnïau nad ydynt yn aelodau o Grŵp Portman yn fwy tebygol o dipyn o wynebu cwynion, ac mae cwynion yn eu herbyn yn llawer mwy tebygol o gael eu cadarnhau gan y Panel. O 2006 hyd at 2017, dyfarnodd y Panel 79 weithiau ar gwynion yn erbyn rhai nad oeddynt yn aelodau, gan gytuno â'r cwynion 43 o weithiau (54% o'r cwynion hyn).<sup>xi</sup> Yn ystod yr un cyfnod, bu 20 o ddyfarniadau ar gynnyrch gan gwmnïau a oedd yn aelodau'r Grŵp. O'r rhain, mewn 7 achos (35%) dyfarnodd y Panel yn erbyn y cynhyrchwr, a gwrthododd y Panel 13 o'r cwynion (65%). Er hynny, mae'r rhesymau dros y patrwm hwn yn rhy gymhleth i gael eu hesbonio trwy gyhuddiadau gorsymyl am "ofalu am fuddiannau'r bragwyr mawrion".<sup>131</sup> I gryn raddau, mae'r patrwm yn ddrych o ba fath o gwynion sy'n dod i'r fei. Mae bron i bedair gwaith cymaint o gwynion yn erbyn y rhai nad ydynt yn aelodau o Grŵp Portman ag sydd yn erbyn aelodau.

<sup>x</sup> Mae'r gwahaniaeth rhwng y ddau rif (99 a 104) oherwydd bod nifer fach o ddiodydd yn destun mwy nag un cwyn ar yr un pryd gan achwynwyr gwahanol. Mae'r Panel yn ystyried cwynion cyffelyb am yr un ddiodydd gyda'i gilydd ac yn cyhoeddi un dyfarniad arnynt.

<sup>xi</sup> Mae'r cyfanswm hwn yn cynnwys cwynion roedd y Panel yn eu derbyn yn rhannol. Ystyr hyn yw bod y achwynwr wedi honni bod diod yn tramgwyddo mwy nag un adran o'r Côt, a bod y Panel wedi dyfarnu bod y ddiodydd yn tramgwyddo un rhan o leiaf o'r Côt ond nid pob un y cyfeiriwyd ati yn y cwyn. Mae ein dadansoddiad ni yn awgrymu bod achwynwyr yn taflu eu rhwyd yn eithaf eang, gan gyfeirio at gymaint â phosibl o adrannau'r Côt. Ambell waith, bydd y Panel hefyd yn profi cwynion yn erbyn adrannau o'r Côt nad yw'r achwynwr wedi cyfeirio atynt.

O'r 35 o gwynion a wnaethpwyd o 2006 hyd at 2017 gan bobl gyffredin, cwta 4 (11%) a oedd ynglŷn â chwmnïau a oedd yn aelodau o Grŵp Portman. Er bod y Grŵp wedi comisiynu archwiliad cynhwysfawr o'r diodydd alcoholaidd a oedd ar werth yn 2008,<sup>132</sup> gan amlaf mae'r Panel yn dyfarnu ar gynnyrch pan ddaw cwynion yn eu cylch. Mae patrymau y cwynion, felly, yn ddrych o bryderon yr achwynwyr.

Mae'n weddol eglur fod aelod-gwmnïau'r Grŵp yn deall yn well pa bethau sy'n debygol o dramgwyddo'r Côt cyn iddynt eu rhoi ar werth. Mae gan y prif gynhyrchwyr diodydd sy'n aelodau'r Grŵp adrannau brandio a marchnata profiadol, ac maent yn awyddus i warchod eu henw da. Ni fyddant, fel arfer, yn defnyddio'r fath becynnau amrwd ac amaturaidd sydd wedi arwain llawer o gwmnïau llai eu maint i helynt. Yn hyn o beth, gellid dweud bod y Côt a'r Gwasanaeth Cyngori yn gweithio'n dda. Rhesylogol ydyw mai'r cwmnïau sydd fwyaf cyfarwydd â'r broses sydd leiaf tebygol o dramgwyddo telerau'r Côt.

### Crynodeb

O 2006 hyd at 2017, cyhoeddodd y Panel gyfanswm o 99 o benderfyniadau, gan ymateb i gwynion gan 104 o bobl am 160 am o droseddau honedig yn erbyn y Côt. Hybu yfed yn drwm neu'n gyflym oedd y rheswm mwyaf cyffredin dros achwyn. Cyrfau neu seidrau "crefftus" oedd y diodydd y cwynwyd amdanynt yn fwyaf aml, a chwsmeriaid cyffredin oedd y garfan unigol fwyaf o achwynwyr.

Mae cwmnïau nad ydynt yn aelodau o Grŵp Portman yn fwy tebygol o dipyn o wynebu cwynion, ac mae cwynion yn eu herbyn yn llawer mwy tebygol o gael eu cadarnhau gan y Panel. Gellid tybio bod hyn yn arwydd o ffafriaeth i aelod-gwmnïau'r Grŵp, ond mae'r un mor bosibl fod yr aelod-gwmnïau yn deall yn well pa bethau sy'n debygol o dramgwyddo'r Côt cyn iddynt eu rhoi ar werth.



## Beth y gall Grŵp Portman ei wneud am y rhai sy'n tramgwyddo'r Côt?

Gan nad corff statudol mo Grŵp Portman, nid oes dyletswydd gyfreithiol i gynhyrchwyr ymateb i gwynion i'r Panel. Er hyn, nid yw'n wir fod cynhyrchwyr yn cael dewis a gânt eu rheoleiddio gan y Grŵp neu beidio. Fel mae Grŵp Portman wedi nodi, mae cydymffurfio â'i weithdrefnau rheoleiddio yn "wirfoddol yr yn yr ystyr fod y diwydiant wedi gwirfoddoli i osod y cyfyngiadau arno'i hunan...Mae cydymffurfio â'r Codau yn orfodol; nid oes eithriad ar gyfer yr un cynhyrchydd diodydd".<sup>133</sup> Mewn gwirionedd, wyth aelod-gwmni'r Grŵp yw 'y diwydiant' yn y cyd-destun hwn – nhw yw'r rhai sydd wedi gwirfoddoli i osod cyfyngiadau ar y farchnad alcohol, yn hytrach nag unrhyw un arall o'r tua 2,800 o gynhyrchwyr alcohol yn y Deyrnas Unedig, sydd bob un yn dod o dan y Côt.<sup>134,135,136</sup>

Mae ychydig o gynhyrchwyr llai wedi gwrthod ymwneud â Grŵp Portman;<sup>137</sup> ond mae'r rhan fwyaf yn ceisio cydweithio â phrosesau'r Grŵp. Un rheswm dros hyn, o bosibl, yw bod gan y Grŵp nifer o ddulliau effeithiol i weithredu yn erbyn cynhyrchwyr. Trwy ei Fwletin Hysbysu Manwerthwyr, mae Grŵp Portman yn gallu gofyn i berchnogion siopau beidio â stocio rhagor o ryw ddiod ar ei gwedd gyfredol. Mae chwech o saith archfarchnad fwyaf y wlad yn llofnodwyr y Côt<sup>138</sup> ac yn cydymffurfio â Bwletin hyn. O ganlyniad, gellir cadw'r ddiod dan sylw allan o ryw 80% o farchnad fwyd a diod y Deyrnas Unedig<sup>139</sup> – colled anferth i unrhyw fragwr sydd wedi tramgwyddo'r Côt. Yn 2014, honnodd un bragwr iddo golli cytundebau i gyflenwi cwrw

gwerth £230,000 wedi cael ei enwi mewn Bwletin Hysbysu Manwerthwyr.<sup>140</sup> Yng ngeiriau plaen bragwr arall yn 2017, "Rhaid i ni wneud beth maen nhw'n ei ddweud oherwydd rydyn ni ar eu trugaredd nhw yn fasnachol".<sup>141</sup>

Os bydd siop yn dal i stocio diodydd sydd, ym marn y Panel, yn tramgwyddo'r Côt, gall y Grŵp "roi gwybod i'r awdurdod trwyddedu perthnasol...y Llywodraeth [a] swyddogion safonau masnach".<sup>142</sup> Wrth reswm, os yw'r Panel wedi dyfarnu bod diod yn torri'r gyfraith, cwbl briodol ydyw i gyrrff trwyddedu lleol a/neu adrannau safonau masnach weithredu. Yr hyn nad yw'n glir, er hynny, o gyhoeddiadau'r Grŵp yw a ddisgwyliant i awdurdodau lleol weithredu os yw diod ar werth sydd yn gyfreithlon ond yn groes i'r Côt. Mae'r Grŵp hefyd yn dweud y gallant "roi gwybod...i'r cyfryngau os na fydd manwerthwr yn cefnogi penderfyniad y Panel," gan awgrymu bod y Grŵp yn gweld niwed i enw da manwerthwyr yn un ffordd bosibl i ddylanwadu arnynt.<sup>143</sup>

O ran cymhariaeth, mae'r cosbau sydd ar gael i'r Awdurdod Safonau Hysbysebu yn debyg eu natur. Fel Grŵp Portman, mae'r Awdurdod yn gweld cyhoeddusrwydd drwg yn erfyn pwysig, gan ei ddisgrifio fel "un o'n cosbau mwyaf llawn perswâd". Gallant hefyd gadw hysbysebwy rhag cystadlu am wobrau'r diwydiant, a gallant gynghori'r cyfryngau i beidio â rhoi manau hysbysebu iddynt, yn union fel y gall Grŵp Portman ofyn i siopau beidio â rhoi lle ar eu silffoedd i rai diodydd.<sup>144</sup>

### Crynodeb

Mae pŵer Grŵp Portman fel rheoleidiwr yn dibynnu i gryn raddau ar barodrwydd y prif fanwerthwyr bywd i beidio â gwerthu diodydd mae'r Panel wedi dyfarnu yn eu herbyn. Dywed y Grŵp y bydd yn rhoi gwybodaeth i awdurdodau trwyddedu lleol os yw'r fath ddiodydd yn aros ar werth. Nid yw'n glir a ddisgwyliant i awdurdodau lleol weithredu os yw diod ar werth sydd yn gyfreithlon ond yn groes i'r Côt.

## I bwy mae Grŵp Portman yn atebol fel rheoleiddiwr?

Mae Grŵp Portman yn penderfynu beth a ddylai fod yn y Côt, yn cynghori'r Panel Cwynion Annibynnol, ac yn gweithredu penderfyniadau'r Panel. O ystyried ei ddylanwad sylweddol iawn ar farchnad alcohol y wlad hon, mae'n bwysig gofyn ymha ffyrdd, ac i bwy, mae'r Grŵp yn atebol am ddefnyddio ei ddylanwad. Fel y nodwyd uchod, wyth o gynhyrchwyr alcohol rhyngwladol yw aelodau'r Grŵp, a rhyngddynt mae'r wyth hyn yn gwerthu mwy na hanner yr alcohol ar yfir ym Mhrydain.<sup>145</sup> Ar hyd y blynyddoedd bu cwynion bod y Grŵp yn gweithredu er budd y cwmnïau mawrion sy'n ei ariannu.<sup>146, 147</sup>

Rhaid cofio, er hynny, na all aelodau'r Panel Cwynion Annibynnol fod yn gyflogeion Grŵp Portman na'r un o'i aelod-gwmnïau. Penodir Cadeirydd y Panel yn unol â'r Broses Penodiadau Cyhoeddus,<sup>148</sup> ac ef neu hi yn ei dro/thro sy'n penodi'r aelodau eraill. Ar hyn o bryd, mae wyth aelod o'r Panel (yn ogystal â'r Cadeirydd), gan gynnwys rhai sydd wedi gweithio ym meysydd addysg, gwaith ieuencid, gofal iechyd, yr heddlu, a'r diwydiant diodydd.<sup>149</sup> Mae'r Panel yn gweithio ar sail gwybodaeth sy'n cael ei pharatoi gan staff Grŵp Portman, ond "ni chaiff...ei gyfyngu gan farn na chyngor Gwasanaeth Cynghori Grŵp Portman".<sup>150</sup>

Os yw'r Panel yn barnu nad yw diod a fu'n destun cwyn wedi tramgwyddo'r Côt, dyna ddiwedd y mater ac nid oes modd i'r

achwynwr apelio. Ar y llaw arall, os yw'r Panel yn credu bod trosedd yn erbyn y Côt wedi bod, rhoddir cyfle i'r cynhyrchwr apelio. Wedi i'r Panel wneud ei benderfyniad terfynol, ni fydd yn ystyried rhagor o wybodaeth gan y cynhyrchwr oni bai fod honno'n "wybodaeth newydd sydd wedi dod i'r fei ar ôl y penderfyniad terfynol a chyn unrhyw weithred gorfodi".<sup>151</sup> Nid oes cyfle i'r achwynwr gyflwyno gwybodaeth o'r fath.<sup>xii</sup> Mae'r Grŵp yn cyhoeddi Adroddiad Rheoleiddio Marchnata Alcohol bob blwyddyn,<sup>152</sup> ond nid oes arno ddyletswydd i gyflwyno hwn i gael barn corff allanol arno, ac nid oes rhaid i'r Panel gyfiawnhau'r un o'i benderfyniadau i neb penodol.

At ei gilydd, o'r tair asiantaeth sy'n rheoleiddio marchnata alcohol yn y wlad hon – Grŵp Portman, yr Awdurdod Safonau Hysbysebu, ac Ofcom – Grŵp Portman yw'r lleiaf atebol. Mae'n ateb yn bennaf oll iddo'i hunan. O dan ddeddf gwlad, mae rhaid i Ofcom adrodd ar ei waith i Seneddau'r Alban a'r Deyrnas Unedig,<sup>153</sup> a gall Aelodau'r ddwy Senedd ei galw i mewn a'i holi. Gan nad yw'n gorff statudol, nid yw'r ASA o dan yr un oruchwyliaeth seneddol, ond, yn wahanol i Grŵp Portman, mae ganddo Adolygydd Annibynnol y gellir galw arno os cwyd cwestiynau difrifol am ddyfarniad neu'r modd a wnaethpwyd.<sup>154</sup> Nid oes gan Grŵp Portman adolygydd o'r fath ac nid oes arno ddyletswydd chwaith iddo esbonio ei waith i'r un corff cyhoeddus nac etholedig.

### Crynodeb

Mae gan Grŵp Portman gryn bŵer heb ond ychydig o atebolrwydd. Mae'n llunio ei Gôt rheoleiddio ei hunan, yn cynghori'r Panel sy'n dehongli'r Côt ac yn gweithredu penderfyniadau'r Panel. Ychydig iawn o drefniadau sydd ganddo ar gyfer adolygu penderfyniadau'r Panel ac nid oes arno ddyletswydd iddo esbonio ei weithgareddau i'r un corff cyhoeddus nac etholedig. O ystyried dylanwad sylweddol y Grŵp dros farchnad alcohol y wlad, mae dadl glir dros dryloywder trylwyr ac atebolrwydd cyhoeddus llawn. Nid yw'n amlwg fod modd cyrraedd y nod o dan drefn hunan-reoleiddio

<sup>xii</sup> Er enghraifft, wedi i'r Panel ddyfarnu yn 2016 nad oedd y cymeriad Captain Morgan yn fôr-leidr, nid oedd modd cyflwyno'r dystiolaeth bod perchnogion y brand, Diageo, yn ceisio'n gyson cysylltu'r cymeriad â themâu môr-ladradol a'i bod hyd yn oed wedi dwyn achos llys yn erbyn cwmni arall, gan ei gyhuddo o geisio "drysu cwsmeriaid" trwy ddefnyddio "cymeriad tebyg i fôr-leidr" ar ei boteli.



## Casgliadau

Yn yr adroddiad hwn, rydym wedi tynnu sylw at nifer o faterion ynglŷn â gwaith rheoleiddio Grŵp Portman, gwaith y Panel Cwynion Annibynnol, a sut y dehonglir y Côt Ymarfer ar Enwi, Pecynnu a Hyrwyddo Diodydd Alcoholaidd. Gellir crynhoi'r cwestiynau mae ein hymchwil wedi eu codi o dan y penawdau canlynol:

- **Beth mae'r Côt i fod i'w wneud, a pham?** Ai cadw cwsmeriaid rhag cael eu camarwain yw'r bwriad, neu leihau yfed niweidiol neu beryglus, ynteu a yw wedi'i seilio ar farn foesol neu esthetig ei bod yn amhriodol cysylltu alcohol â rhai themâu penodol?
- **Sut mae'r Panel wedi dehongli'r Côt, a sut mae wedi cyfiawnhau ei ddehongliadau?** Daeth y Panel i gasgliadau gwahanol iawn am gynnyrch tebyg iawn yr olwg, ac wrth wneud hyn mae weithiau wedi cyflwyno meini prawf newydd i'r broses benderfynu, gan estyn cwmpas y Côt
- **Pa fathau o dystiolaeth y bu'n Panel yn eu defnyddio a pha dystiolaeth nad edrychodd arni?** Cul ei chwmpas, fel arfer, yw'r dystiolaeth mae'r Panel yn cyfeirio ati yn ei benderfyniadau. Yn ôl pob golwg,

nid yw'r Panel yn aml yn edrych ar ddim tu hwnt i'r hyn a gaiff gan Wasanaeth Cyngori Grŵp Portman. Pan fu'r Panel yn ceisio tystiolaeth ychwanegol, bu honno fel arfer yn oddrychol ei natur, er enghraifft: comisiynu arolwg barn ar sut mae pobl yn credu bod rhai diodydd yn cael eu hyfed, yn lle ymchwilio i sut y cânt eu hyfed mewn gwirionedd

- **Pa mor gyflym mae'r Panel yn gweithio?** Yn y rhan fwyaf o achosion, bydd deunyddiau marchnata mae'r Panel wedi dyfarnu eu bod groes i'r Côt wedi bod i'w gweld yn gyhoeddus ers tro. Efallai y bydd yr ymgyrch farchnata wedi gorffen hyd yn oed cyn i'r Panel ddyfarnu. Teg yw gofyn i ba raddau mae hyn yn gwneud gwaith y Panel yn llai effeithiol
- **Pa bwerau sydd gan Grŵp Portman a sut mae'n atebol am eu defnyddio?** Mae pwerau'r Grŵp yn dibynnu i gryn raddau ar barodrwydd y prif fanwerthwyr i gydweithredu trwy beidio â gwerthu cynnyrch mae'r Panel wedi dyfarnu yn eu herbyn. Nid yw'r Grŵp yn ddigon atebol am ddefnyddio ei bwerau. Prin yw hawliau cynhyrchwyr sy'n anfodlon ar benderfyniadau'r Panel; prinnach fyth yw hawliau achwynwyr anfodlon.

Gyda'i gilydd, mae'r holl faterion hyn yn awgrymu nad yw'r system gyfredol yn

## Gwneud i'r system weithio er budd cynhyrchwyr a chwsmeriaid

gwneud y tro.

Os nad yw'r system sydd ohoni yn gweithio'n iawn, beth sydd i'w wneud? Yn ein barn ni, mae'r materion a godwyd yn yr adroddiad hwn yn ddigon difrifol i gyfiawnhau cynnal adolygiad annibynnol o'r trefniadau sydd ar hyn o bryd ar gyfer rheoleiddio marchnad alcohol y Deyrnas Unedig. Dylai adolygiad o'r fath edrych yn benodol ar:

- A yw hunan-rheoleiddio gan y diwydiant alcohol, gan gynnwys gwaith Grŵp Portman, yn ddigonol, priodol ac effeithiol?
- A ddylai un rheoleiddiwr gadw golwg ar bob agwedd ar ddiwydiant alcohol y wlad?
- A yw'r meini prawf yng Nghôd Grŵp Portman ac yn nogfennau cyfatebol yr ASA

yn ddigonol a phriodol, ac a yw'r glir pa amcanion maent i fod i'w cyrraedd?

- A yw'r prosesau penderfynu yn ddigon cadarn ac wedi'u seilio ar dystiolaeth?

Mae cyfnod paratoi'r Strategaeth Alcohol Genedlaethol newydd sydd ar y gweill ar gyfer Lloegr i'w weld yn gyfle da i Lywodraeth y Deyrnas Unedig gychwyn adolygiad o'r fath, ar y cyd â Llywodraethau Cymru a'r Alban a Gweithgor Gogledd Iwerddon. Er mwyn braenaru'r tir ar gyfer y fath adolygiad, rydym

## A yw hunan-rheoleiddio gan y diwydiant alcohol yn ddigonol, priodol ac effeithiol?

yn trafod isod rhai o'r cwestiynau bydd rhaid eu hateb.

Fel pob diwydiant arall sy'n gwerthu ei gynnyrch yn y wlad hon, mae deunyddiau marchnata'r diwydiant alcohol yn gorfod cydymffurfio â nifer o reolau statudol. Ni ellir hyrwyddo diodydd, er enghraifft, mewn modd camarweiniol nac anonest,<sup>155</sup> anllad neu anwedus,<sup>156</sup> neu hiliol ddifriol.<sup>157</sup> Er hynny, o ran yr agweddau ar farchnata sy'n benodol i alcohol, ac sy'n ymwneud â niwed alcohol, mae'r diwydiant, i gryn raddau, yn ei reoleiddio'i hunan. Sefyllfa yw hon y mae'r diwydiant yn awyddus i'w chadw fel y mae. Mae Grŵp Portman wedi lleisio ei bryder yn ddiweddar y byddai rheoleiddio'r diwydiant alcohol yn gwbl statudol yn "tanseilio creadigrwydd ac yn niweidio busnesau'r wlad".<sup>158</sup> O'u rhan hwy, mae Barcardi wedi mynnu y gall "codau hunan-reoleiddio sydd wedi'u llunio'n dda fod yn fwy effeithiol a mwy credadwy na rheoleiddio gan lywodraethau a deddfwriaeth"; tra dywedodd AB InBev eu bod yn gweithio i "ddarparu tystiolaeth i'r sefydliadau goruchwyliol perthnasol bod hunan-rheoleiddio yn gweithio'n effeithiol".<sup>159</sup> Mae'r datganiadau hyn yn rhoi awgrym o bryder y diwydiant

bod rhaid i hunan-rheoleiddio gael ei weld yn gweithio, ynteu gallai rheoleiddio statudol mwy cadarn gymryd ei le.

Mae'n bwysig nodi yma nad yw codi cwestiynau am hunan-reoleiddio gan y diwydiant alcohol yr un peth â chodi cwestiynau am y diwydiant yn ei hanfod. Busnes sydd wedi'i wreiddio'n ddwfn yn y wlad hon yw'r busnes cynhyrchu alcohol a'i werthu – busnes cyfreithlon sy'n cael ei dderbyn yn gymdeithasol, ac sy'n rhan o amser hamdden y rhan fwyaf ohonom. Ar yr un pryd, rhaid cydnabod bod rhesymau masnachol da yn gyrru'r diwydiant i geisio gwerthu mwy o alcohol. Felly, er bod Diageo yn dweud nad yw yfed trwm "yn dda...i'n henw da", maent hefyd yn cynghori tafarnwyr ar "grefft gwerthu'n well" a sut i "werthu mwy o wirodydd yn eich tafarn".<sup>160</sup> Un o amcanion AB InBev yw "lleihau yfed niweidiol trwy'r byd";<sup>161</sup> ond, fel nifer o fragwyr eraill, maent hefyd yn gweithio'n galed i werthu mwy o gwrw ym marchnadoedd cymharol newydd Affrica ac America Ladin.<sup>162</sup> Ni ddylem ddisgwyl dim gwahanol. Fel y nododd Adam Smith, yn ôl yn 1776, "ehangu'r farchnad" yw amcan naturiol pob gwerthwr uchelgeisiol.<sup>163</sup> A'r rhai sydd wedi buddsoddi'n fwyaf trwm yn y fath ehangu yw'r rhai lleiaf addas, yn ôl pob

tebyg, i blismona ei derfynau; nid oherwydd eu bod yn ddioglyddor, eithr am fod tyndra anochel o bryd i'w gilydd rhwng rheoleiddio effeithiol a chynyddu elw.

Un o wendidau eraill y system hunan-rheoleiddio yw nad yw'n glir i bwy mae'r rheoleiddwyr yn atebol, a heb y fath atebolrwydd nid oes sicrwydd y bydd y rheoleiddio yn ddiuedd nac yn effeithiol. Mae Egwyddorion Bywyd Cyhoeddus Nolan yn dweud bod rhaid i ddeiliaid swyddi cyhoeddus fod yn "atebol i'r cyhoedd am eu penderfyniadau a'u gweithredoedd" a hefyd bod rhaid iddynt "dderbyn yr archwilio sy'n angenrheidiol er mwyn sicrhau atebolrwydd".<sup>164</sup> Nid yw Grŵp Portman na'i Banel Cwntion yn agored i'r fath archwilio cyhoeddus ar hyn o bryd. Un modd amlwg i sicrhau bod rheoleiddwyr y diwydiant alcohol yn cael eu harchwilio'n well, a'u bod felly'n fwy atebol, fyddai gwneud holl reoleiddio

diwydiant alcohol y Deyrnas Unedig yn statudol; gan wneud y rheoleiddwyr yn atebol yn gyhoeddus i gynrychiolwyr etholedig trwy ymddangos gerbron Pwyllgor Seneddol. Fel y nododd tîm o ymchwilyr o'r Iseldiroedd wrth edrych ar reoleiddio alcohol ar draws Ewrop yn 2007, mae trefniadau rheoleiddio'r Deyrnas Unedig ar hyn o bryd yn "caniatáu rhywfaint o oruchwylio democrataidd" ond "mae hyn yn llawer llai uniongyrchol nag sydd fel arferol mewn systemau cwbl statudol".<sup>165</sup> Mae rheoleiddwyr statudol, fel Ofcom a nodwyd yn enghraifft uchod, yn gorfod adrodd ar eu gwaith i'r Ysgrifennydd Gwladol perthnasol a gall Senedd Prydain a'r seneddau datganoledig eu galw i gael eu holi. Gellir gofyn iddynt esbonio a chyfiawnhau eu penderfyniadau a'u gweithredoedd. Gellir mynnu gweld y dystiolaeth y seilwyd eu penderfyniadau arni, a'i harchwilio. Mae'r fath dryloywder yn lleihau'n sylweddol faint

### Crynodeb

Mae'r diwydiant alcohol ym Mhrydain a thrwy'r byd yn awyddus i barhau i reoleiddio nifer o agweddau ar ei fusnes drosto'i hunan, yn lle cael ei reoleiddio gan lywodraethau. Ar yr un pryd, mae rhaid cydnabod bod rhesymau masnachol da yn gyrru'r diwydiant i geisio gwerthu mwy o alcohol. Os bydd y diwydiant yn ei reoleiddio ei hunan, bydd tyndra anochel o bryd i'w gilydd rhwng rheoleiddio effeithiol a chynyddu elw.

O dan y system hunan-rheoleiddio gyfredol, nid yw'n glir chwaith i bwy mae'r rheoleiddwyr yn atebol, a heb y fath atebolrwydd nid oes sicrwydd y bydd y rheoleiddio yn ddiuedd nac yn effeithiol. Byddai symud at reoleiddio cwbl statudol yn fodd i sicrhau rheoleiddio mwy agored a thryloyw o lawer. Byddai rhaid i benderfyniadau rheoleiddio gael eu hesbonio a'u cyfiawnhau'n gyhoeddus, a gellid eu herio ar sail tystiolaeth.

## A ddylai un rheoleiddiwr gadw golwg ar bob agwedd ar ddiwydiant alcohol y wlad?

o gyfleoedd sydd i'r fath benderfyniadau anghyson ac anwybodus ag a ddisgrifiwyd yn yr adroddiad hwn.

Mae gwaith rheoleiddio Grŵp Portman yn cynnwys "enwi, pecynnu, marchnata a gweithgareddau hyrwyddo gan gynhyrchwr diodydd ar gyfer unrhyw ddiodydd alcoholaidd sy'n cael ei marchnata ar gyfer ei gwerthu a'i hyfed yn y Deyrnas Unedig", ond dim ond os nad yw'r gweithgareddau hynny eisoes yn cael eu goruchwyllo gan yr Awdurdod Safonau Hysbysebu (ASA) neu Ofcom.<sup>166</sup> O ganlyniad, nid yw Grŵp Portman yn ymdrin â hysbysebion print, ar-lein na rhai a ddarllidir. Estynnodd y Grŵp ei gylch gwaith yn 2014 er mwyn cynnwys nawdd gan y diwydiant alcohol i berfformwyr, timau chwaraeon, digwyddiadau cerddorol, a lleoliadau perfformio;<sup>167</sup> ond Ofcom sy'n gyfrifol o hyd am reoleiddio nodd rhaglenni teledu.

Un feirniadaeth amlwg ar y drefn hon yw nad yw'n cydnabod natur marchnata modern. Nid yw cwmnïau alcohol yn gweld pecynnau, hysbysebion a nawdd fel elfennau di-gyswllt â'i gilydd; ond, ar hyn o bryd, dyna'n union sut mae rheoleiddwyr yn eu trin. Pan fydd Panel Cwynion Grŵp Portman yn edrych ar enwau a labeli diodydd, mae'n ystyried ar eu pennau eu hunain pethau sydd, mewn gwirionedd,

yn elfennau annatod o strategaeth farchnata gymhleth. Felly, pan ystyriodd yn Panel yn 2016 y cytundeb nawdd rhwng Heineken a pherchnogion y ffilmiau James Bond, nid edrychasant ond ar y delweddau ar boteli a bocsys Heineken.<sup>168</sup> Ond dim ond dwy ran oedd y pecynnau hyn o gynllun marchnata integredig a oedd yn cynnwys hysbysebion teledu, cyfleoedd i weld rhannau newydd o'r ffilmiau, a hyd yn oed hunlun wedi'i dynnu o'r gofod, i'r rhai yn y llun ei rannu trwy'r cyfryngau cymdeithasol.<sup>169</sup> Roedd hyn i gyd yn cael ei atgyfnerthu trwy osod y cwrw yn y ffilmiau eu hunain, a James Bond yn llymeitio Heineken oer yn lle ei fodca-Martini arferol.<sup>170</sup> Yn ôl pob golwg, nid oedd yr un o'r elfennau hyn yn rhan o drafodaethau'r Panel, a hynny oherwydd cwrpas cul ei waith. Yn yr un modd, pe bai rhywun wedi cwyno am agwedd arall ar yr ymgyrch yn hytrach na'r poteli neu'r bocsys, byddai'r cwyn wedi mynd at yr ASA (neu Ofcom, o bosibl), lle y byddai wedi cael ei ystyried ar wahân i gwestiynau am y pecynnau. Oherwydd rhannu'r cymysgedd marchnata yn y fath fodd, yn 2004 dyfarnodd Panel Grŵp Portman, wrth edrych ar boteli'r ddiodydd, nad oedd casgliad o ddiodydd o'r enw Stiffy's Shots yn amhriodol o rywiol;<sup>171</sup> tua'r un pryd, gan edrych ar bosteri ar safleoedd bysiau, dyfarnodd yr ASA fod enw'r ddiodydd yn rhywiol.<sup>172</sup>

Nid yw'n angenrheidiol nac yn ddymunol ystyried gwahanol agweddau ar farchnata alcohol ar wahân fel hyn. Mae gan wledydd eraill drefniadau gwahanol. Yn Awstralia, er enghraifft, gellir cwyno am ddiodydd alcoholaidd ac am dulliau marchnata alcohol o dan y Côd Hysbysebu Diodydd Alcoholaidd (ABAC), sy'n cwmpasu "pob cyfathrebu marchnata yn Awstralia a grëwyd gan y marchnatwr neu sydd o dan ei reolaeth resymol", gan gynnwys enwau diodydd a'r pecynnau, hysbysebion brand (gan gynnwys hysbysebion tu fewn i'r fasnach ddiodydd), cyfathrebu digidol (gan gynnwys y cyfryngau cymdeithasol a chynnwys a grëwyd gan gwsmeriaid), estyn brandiau alcohol i ddiodydd di-alcohol, deunyddiau yn y man gwerthu, a hysbysebion manwerthwyr.<sup>173</sup> Mae'r sefyllfa yn Unol Daleithiau America yn fwy cymhleth, am fod tri chorff hunan-reoleiddio ar wahân ar gyfer cwrw, gwin a gwirodydd; ond yr un yw'r egwyddorion, sef nad yw elfennau'r cymysgedd marchnata yn cael eu gwahanu, a bod y cynhyrchwr yn gyfrifol am bob un, fel y dengys y tabl isod:

Rheoleiddwyr marchnata alcohol UDA	Cwmpas y côd rheoleiddio
Y Sefydliad Cwrw	"Mae'r canllawiau hyn yn cynnwys pob deunydd hysbysebu a marchnata brand cwrw sydd wedi'i greu gan y bragwr neu sydd o dan ei reolaeth." <sup>174</sup>
Y Sefydliad Gwin	"Rhaid i bob hysbysebu ar bob ffurf – gan gynnwys, ond heb ei gyfyngu i'r we, dyfeisiau symudol a chyfathrebiadau marchnata digidol eraill, labeli cynnyrch, pecynnau, deunyddiau trwy'r post, deunyddiau wrth y man gwerthu, poster, arddangosfeydd, nawdd, cynigion, radio, teledu, ffilmiau, fideo, cyfryngau print, a gosod cynnyrch – gadw at lythyren ac ysbryd y Côt hwn." <sup>175</sup>
Cyngor Gwirodydd Distyll yr Unol Daleithiau	"Mae'r Côt hwn yn cynnwys pob gweithgaredd i hysbysebu a marchnata gwirodydd distyll, diod[ydd] brag a brandiau gwin. Mae'r gweithgareddau hyn yn cynnwys hysbysebu'r brand, cyfathrebu â chwsmeriaid, digwyddiadau hyrwyddo, pecynnau, labeli, a deunyddiau dosbarthu a gwerthu." <sup>176</sup>

Mewn modd cyffelyb, mae Côt Ymarfer Hysbysebu De Affrica yn cynnwys holl elfennau'r cymysgedd marchnata, ac yn estyn i feysydd marchnata nad oes yr un rheoleiddiwr yn cadw golwg arnynt yn y wlad hon, gan gynnwys gwahardd pecynnau sy'n "hybu'r argraff mai cynnyrch i'w brynu'n swmp yw alcohol"<sup>174</sup> – pwnc o bwys mawr ym Mhrydain hefyd, lle mae disgowntiau am brynu'n swmp yn dacteg werthu allweddol.<sup>175</sup> Yn sicr, fe ddylid ystyried yn y wlad hon fabwysiadu'r fath agwedd gynhwysfawr sy'n cydnabod yr holl ffyrdd y marchnetir alcohol ac fel maent ymhleth yn ei gilydd.

### Crynodeb

Ar hyn o bryd, rheoleiddir marchnad alcohol y Deyrnas Unedig mewn modd nad yw'n cydnabod natur marchnata modern. Rheoleiddir pecynnau, hysbysebion a nawdd fel elfennau di-gyswllt â'i gilydd, er eu bod, mewn gwirionedd, yn rhannau annatod o strategaeth farchnata gymhleth. Mae nifer o diriogaethau eraill wedi mynd ati i reoleiddio pob agwedd ar farchnata alcohol gyda'i gilydd. Dylid ystyried yn y wlad hon fabwysiadu trefn gyffelyb, gan gydnabod yr holl ffyrdd y marchnetir alcohol a'i werthu ac fel maent ymhleth yn ei gilydd.

## A yw'r rheolau'n briodol a digonol?

Yn ystod yr adroddiad hwn, mae ein dadansoddi ni wedi canolbwyntio ar gwestiynau sydd wedi codi o'r ffyrdd mae Côt Grŵp Portman yn cael ei ddehongli gan y Panel Cwynion. Er hynny, rhaid cydymdeimlo â sefyllfa'r Panel gan ei fod yn gweithio â Chôd a chanddo amcanion go aneglur. Yn ôl y Côt ei hunan "sicrhau bod alcohol yn cael ei hyrwyddo mewn modd cymdeithasol gyfrifol a dim ond i'r rhai dros 18 oed" yw'r nod.<sup>176</sup> Gyda golwg ar hyn, mae'r Côt yn disgrifio cyfres o waharddiadau ar gysylltu diodydd alcoholaidd â:

- Pethau y byddai llawer ohonom yn eu gweld yn annymunol, fel trais, medd-dod, ac yfed yn rhy ifanc
- Pethau y byddai llawer ohonom yn eu gweld yn ddymunol iawn, fel llwyddiant cymdeithasol neu rywiol, neu well galluoedd meddyliol neu gorfforol.

Yr hyn nad yw'r glir yw sut mae Grŵp Portman yn deall y berthynas rhwng pecynnau alcohol ac unrhyw un o'r pethau hyn; nac, yn fwy eang, y berthynas rhwng pecynnau alcohol ac unrhyw fath o niwed alcohol. A yw'r Côt wedi'i seilio ar gred (neu ar dystiolaeth) bod tactegau pecynnu alcohol a'i hyrwyddo yn gallu arwain pobl i ddefnyddio diodydd alcoholaidd mewn ffyrdd mae Grŵp Portman yn awyddus i'w hatal; ynteu a yw'n ymgais i gadw allan o'r farchnad themâu mae rhai pobl yn eu gweld yn anghydnaws â marchnata alcohol? Ai lleihau niwed yw'r nod, ynteu cynnal moesau cyhoeddus? Os cymerwn er enghraifft Adran 3.2(h) o'r Côt, y gwaharddiad ar "apelio'n neilltuo i'r rhain dan 18 oed", gallwn ofyn y cwestiynau canlynol:

- Ai lleihau pa mor aml mae pobl dan 18 oed yn sylwi ar alcohol o ganlyniad i becynnau plentynnaidd sy'n tynnu eu sylw yw nod Adran 3.2(h)? Os felly, mae hynny'n awgrymu bod angen:
  - Deall yn well pa fathau o ddiodydd a pheccynnau sy'n denu sylw plant ar wahanol oedrannau. Fel y nodwyd uchod, yn ôl pob golwg, mae dyfarniadau'r Panel ar y fath faterion wedi'u seilio ar syniadau oedolion am beth sy'n ddeniadol i blant ar amryw oedrannau, yn hytrach na barnau a phrofiadau plant

- Trafodaeth ehangach o dipyn ynglŷn â sut, ble, a pha mor aml mae plant yn gweld diodydd alcoholaidd a marchnata alcohol, ac i ba raddau mae hyn yn broblem
- Ai lleihau'r demtasiwn i blant roi cynnig ar alcohol a lleihau ymdrechion gan blant i gael gafael arno a'i yfed yw'r nod? Os felly, er mwyn bod yn effeithiol, mae arnom angen dealltwriaeth well o lawer am beth sy'n denu plant o wahanol oedrannau at ddiodydd penodol, a pha ddiodydd mae plant yn ceisio eu cael ar ba oedran.
- A yw wedi'i seilio ar bryder gwirioneddol y bydd cynnyrch alcoholaidd ar themâu plentynnod yn arwain at blentynnod mwy alcoholaidd, fel pryderon cyffelyb am rywioli plant?<sup>177</sup>
- A yw wedi'i seilio ar farn foesol neu esthetig nad yw'n briodol cysylltu alcohol â phlentynnod?

Mewn modd cyffelyb, o ran Adran 3.2(d) o'r Côt, sy'n gwahardd "unrhyw gysylltiad â gweithgaredd rywiol neu lwyddiant rhywiol", gallwn ofyn:

- Ai cadw cynhyrchwyr rhag camarwain cwsmeriaid trwy awgrymu y bydd y cynnyrch yn dod â llwyddiant rhywiol yw'r nod? Go brin, am fod:
  - Y Côt yn dweud y bydd "delweddau rhywiol cryf yn groes i'r Côt hyd yn oed os nad oes dim sy'n awgrymu y bydd y ddiodydd yn gwella galluoedd rhywiol yr yfwr"<sup>178</sup>
  - Grŵp Portman wedi dweud nad yw'r Côt yn ymdrin â "honiadau camarweiniol" a'u bod "tu allan i gwmpas ein gwaith".<sup>179</sup>

- A oes cred neu bryder y bydd cynnyrch alcoholaidd gyda themâu rhywiol yn hybu yfed amhriodol neu ymddygiad rhywiol amhriodol? Er enghraifft, yn 2007 ceisiodd Grŵp Portman gyfiawnhau dyfarniad yn erbyn Rubbel Sexy Lager (diod gyda menywod ifanc noeth ar ei photeli) trwy ddweud bod “yfed yn ormodol yn gallu amharu ar sut mae pobl yn barnu ac ymddwyn, gan eu harwain i gymryd rhan mewn gweithgaredd rywiol y byddant wedyn yn ei hedifarw”. Yr awgrym yma yw bod diodydd gyda themâu rhywiol yn gallu arwain at fwy o ryw meddw (a bod Grŵp Portman am leihau faint o’r fath ryw sy’n digwydd)<sup>180</sup>
- A oes awydd i beidio â phechu pobl trwy osod delweddau neu eiriau rhywiol mewn mannau cyhoeddus, neu i beidio â diraddio merched trwy eu cyflwyno fel gwrthrychau rhywiol ar becynnau alcohol? Os felly, gellid dweud hynny’n eglur yn y Côt,<sup>xiii</sup> fel mae Awdurdod Safonau Hysbysebu wedi gwneud yn ei ganllawiau i hysbysebwr<sup>181</sup> ac fel y gwnaeth rheoleiddwyr mewn rhai gwledydd eraill<sup>xiv, xv</sup>
- A oes pryder y gallai delweddau neu eiriau rhywiol ar becynnau alcohol (neu becynnau mewn siopau at ei gilydd) fod yn niweidiol i blant, gan adleisio argymhelliad Adolygiad Bailey na ddylai delweddau rhywiol mewn cyfryngau print fod “yn hawdd i blant eu gweld”?<sup>182</sup>
- A yw’r rheol wedi’i seilio ar farn foesol neu esthetig nad yw’n briodol cysylltu alcohol â rhyw?

Gellid gofyn cwestiynau cyffelyb am lawer rhan arall o’r Côt, (gan gynnwys y cynnig newydd i gyfeirio’n benodol at ‘bobl fregus), ac am reolau’r ASA ynglŷn â darlledu<sup>183</sup> a chyfryngau eraill,<sup>184</sup> sy’n dilyn trywydd tebyg iawn. Nes i ni ymgodymu â’r fath gwestiynau a’u hateb yn glir, mae’n anodd gweld sut y gellir dehongli meini prawf y gwahanol godau’n gyson ac effeithiol. Yn y bôn, nes i ni wybod beth mae’r codau hyn i fod i’w wneud, prin fod gobaith i ni ei wneud e.

<sup>xiii</sup> Yn 2018, ymgynghorodd Grŵp Portman ar newid ei Gôt i gynnwys “peri sarhad ar sail...rhywedd”

<sup>xiv</sup> Mae’r Sefydliad Gwin yng Nghaliffornia yn dweud na ddylai “hysbysebion gwin ddiraddio, bychanu, na gwrthrychioli’r corff dynol, delwedd na statws merched, dynion, nac unrhyw grŵp ethnig, lleiafrifol, crefyddol na grŵp arall neu duedd rywiol” ac na ddylent “ecsbloetio’r corff dynol, na dangos delweddau pryfoclyd o rywiol”. Mewn modd cyffelyb, mae Cyngor Gwirodydd Distyll yr Unol Daleithiau yn dweud na ddylai “hysbysebu alcohol a deunyddiau marchnata ddiraddio delwedd, cyrff, na statws merched, dynion, neu unrhyw grŵp ethnig, lleiafrifol, crefyddol, tuedd rywiol neu grŵp arall”.

<sup>xv</sup> Ymhlith yr arwyddion bach fod awydd am newid yn y wlad hon, yn 2018, gweddnewidiodd Bragdy Castle Rock darian pwmp eu cwrw Elsie Mo – o ferch yn dangos ei dillad isaf i’r byd, i ddynes ifanc hyderus wrth lyw awyren ymladd. Mewn modd cyffelyb, mae Bragdy Dyffryn Gŵy wedi cael gwared yn ddiweddar ar y cymeriad Dorothy Goodbody (ynghyd â disgrifiad go awgrymiadol o’r ddiod) o’u poteli o stowt.

Un dewis amgen a gynigiwyd yn lle cymhlethdod ac amwysedd codau'r ASA a Grŵp Portman yw trefn reoleiddio ar batrwm Loi Évin Ffrainc.<sup>xvi</sup> Wedi'u pasio yn 1991, mae'r casgliad hyn o ddeddfau iechyd cyhoeddus yn dweud na chaiff deunyddiau marchnata alcohol yn Ffrainc ond rhoi gwybodaeth ynglŷn â chryfder diod alcoholaidd, o ble mae'n hanu,<sup>xvii</sup> ei chynhwysion a'r dull cynhyrchu, yn ogystal â phatrymau ei yfed.<sup>xviii</sup> Ni chaniateir ar becynnau na mewn hysbysebion ddelweddau o yfwyr na dyfeisiau marchnata eraill sy'n cyfeirio ar ffordd-ogyw.<sup>185</sup> Y pwynt pwysicaf i'w nodi am y Loi Évin yw ei bod yn disgrifio pa elfennau a ganiateir mewn marchnata yn hytrach na pha rai a waherddir. Os oes unrhyw beth nad yw wedi'i ganiatáu yn eglur, yno mae wedi'i wahardd. Mae'r Loi Évin, felly, yn system symlach o dipyn na chasgliad y Deyrnas Unedig o

godau aml-gymalog sydd i fod i ymdrin ag amrywiaeth eang o dactegau marchnata posibl. Mae hefyd yn gosod rheolau llawer llymach ar farchnata alcohol nag ar farchnata cynnyrch eraill. Gellid dweud bod hynny'n deg am nad yw alcohol, chwedl disgrifiad enwog Tom Baber, "ddim yn gynnyrch cyffredin",<sup>186</sup> ac felly mae gan y gymdeithas hawl i osod ffiniau ar sut mae'n cael ei hyrwyddo. Mae rhai eraill yn honni bod gor-reoleiddio eisoes wedi dod â phiwritaniaeth sychlyd i fyd marchnata alcohol, gan fyggu hiwmor mewn hysbysebu yn enwedig.<sup>187</sup> Fel rhan o unrhyw adolygiad o drefniadau rheoleiddio diwydiant alcohol y Deyrnas Unedig, dylid ystyried i ba raddau y gellir ac y dylid rheoleiddio marchnata alcohol yn fwy llym; gan amcanu tuag at gydbwysu iechyd cyhoeddus a rhyddid cynhyrchwyr alcohol i barhau eu masnach ddilys.

<sup>xvi</sup> *Loi 91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme* yw enw cywir llawn y ddeddfwriaeth.

<sup>xvii</sup> Er enghraifft, os oes gan win *appellation d'origine contrôlée*.

<sup>xviii</sup> Laciwyd y ddeddfwriaeth rywfaint yn 2015 er mwyn eithrio gwinoedd a diodydd eraill gyda chysylltiadau arbennig â threftadaeth ddiwylliannol, ranbarthol neu fwydgarol Ffrainc.



## Cyfeiriadau

<sup>1</sup> Grŵp Portman (2018) *Member companies*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/about/member-companies> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>2</sup> Grŵp Portman (2018) *History and mission*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/about/history-and-mission> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>3</sup> Grŵp Portman (2015) *Portman Group Code of Practice on the Naming, Packaging and Promotion of Alcoholic Drinks (Fifth Edition)*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/docs/default-source/default-document-library/here-nbsp-.pdf?sfvrsn=0> [wedi'i ddarllen 20/05/2018].

<sup>4</sup> Grŵp Portman (2018) *Portman Group Consultation: Code of Practice on the Naming, Packaging and Promotion of Alcoholic Drinks (fifth edition)*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.co.uk/docs/default-source/alcohol-and-marketing/portman-group-review-of-code-of-practice-april-2018.pdf?sfvrsn=2> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>5</sup> op. cit. Grŵp Portman (2018) *History and mission*.

<sup>6</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Code of Practice on Naming etc.*

<sup>7</sup> Grŵp Portman (2014) *Code of Practice on Alcohol Sponsorship, First Edition*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/docs/default-source/recruitment-jds/alcohol-sponsorship-code.pdf?sfvrsn=0> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>8</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Code of Practice on Naming etc.*

<sup>9</sup> Grŵp Portman (2016) *Baileys countertop unit and press release*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2016/03/09/baileys-countertop-unit-and-press-release> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>10</sup> Grŵp Portman (2018) *SPAR*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2018/05/18/spar> [wedi'i ddarllen 14/06/2018].

ASA (2018) *ASA Ruling on Aldi Stores Ltd.*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.asa.org.uk/rulings/aldi-stores-ltd-a17-405943.html> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>12</sup> ASA (2017) *Making a complaint*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.asa.org.uk/asset/8C4ECE0C-1EFA-43B9-885C0D18480E3F94/> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>13</sup> Pwyllgor Dethol Tŷ'r Cyffredin ar Iechyd (2009) *Memorandum by the Portman Group (AL 35)*, ar-lein, ar gael trwy: <https://publications.parliament.uk/pa/cm200809/cmselect/cmhealth/368/368we36.htm> [wedi'i ddarllen 22/05/2018].

<sup>14</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Code of Practice on Naming etc.*

<sup>15</sup> *ibid.*

<sup>16</sup> Grŵp Portman (diddyddiad) *Advice and guidance*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/advice-and-guidance> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].

<sup>17</sup> Grŵp Portman (2011) *Stiffy's Jaffa Cake / Stiffy's Kola Kubez*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/sexual-success/stiffy-s-jaffa-cake-stiffy-s-kola-kubez> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].

<sup>18</sup> Grŵp Portman (2017) *Cactus Jack's Schnapps (Black Jack and Fruit Salad)*, online available at: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2017/06/01/cactus-jack-s-schnapps-black-jack-and-fruit-salad> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].

- <sup>19</sup> ASA (2013) *Alcohol: the young*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.asa.org.uk/advice-online/alcohol-the-young.html> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>20</sup> Grŵp Portman (2008) *Big Beastie*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/big-beastie> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>21</sup> Grŵp Portman (2009) *Baby Blue/Baby Pink*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/15/baby-blue-baby-pink> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>22</sup> Grŵp Portman (2012) *Laverstoke Park Farm Ale and Lager*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/appeal-to-under-18s/laverstoke-park-farm-ale-and-lager> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>23</sup> Grŵp Portman (2016) *MMWAH 5 x 20ml bottles mixed flavour drinks*, online, available at: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2016/01/14/mmwh-5-x-20ml-bottles-mixed-flavour-drinks> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>24</sup> British Guild of Beer Writers (diddyddiad) *Jody Scheckter's battle with the Portman Group*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.beerguild.co.uk/news/jody-scheckters-battle-with-the-portman-group/> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>25</sup> WHO (2012) *Social determinants of health and well-being among young people*, ar-lein, ar gael trwy: [http://www.euro.who.int/\\_data/assets/pdf\\_file/0003/163857/Social-determinants-of-health-and-well-being-among-young-people.pdf?ua=1](http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0003/163857/Social-determinants-of-health-and-well-being-among-young-people.pdf?ua=1) [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>26</sup> BBC Online (2012) *MP Sarah Wollaston concerned children exploit alcohol loophole*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-england-devon-18420477> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>27</sup> op. cit. WHO (2012).
- <sup>28</sup> Sefydliad Joseph Rowntree (2010) *Young people and alcohol: influences on how they drink*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.jrf.org.uk/report/young-people-and-alcohol-influences-how-they-drink> [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>29</sup> Alcohol Concern (2015) *Alcohol brands consumed by young People in treatment: 2015*, ar-lein, ar gael trwy: [http://www.balancenortheast.co.uk/library/documents/Alcohol\\_Brands\\_Young\\_People.pdf](http://www.balancenortheast.co.uk/library/documents/Alcohol_Brands_Young_People.pdf) [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>30</sup> Morey, Y. et al. (2017) *Youth engagement with alcohol brands in the UK*, ar-lein, ar gael trwy: [https://www.cancerresearchuk.org/sites/default/files/youth\\_engagement\\_with\\_alcohol\\_brands\\_in\\_the\\_uk.pdf](https://www.cancerresearchuk.org/sites/default/files/youth_engagement_with_alcohol_brands_in_the_uk.pdf) [wedi'i ddarllen 23/05/2018].
- <sup>31</sup> Learned, A. (2008) *BMW blows it with ad campaign innuendo*, Huffington Post, 08/01/2008, ar-lein, ar gael trwy: [https://www.huffingtonpost.com/andrea-learned/bmw-blows-it-with-ad-camp\\_b\\_114553.html?guccounter=1](https://www.huffingtonpost.com/andrea-learned/bmw-blows-it-with-ad-camp_b_114553.html?guccounter=1) [wedi'i ddarllen 24/05/2018].
- <sup>32</sup> Firetrap (2015) *Firetrap Deadly Denim AW15*, YouTube, 11/11/2015, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.youtube.com/watch?v=OP2IjLE2C-0> [wedi'i wyllo 24/05/2018].
- <sup>33</sup> TooFab (2015) *Rosie Huntington-Whiteley goes naked in nothing but a scarf in new Burberry ad*, TooFab, 01/12/2015, ar-lein, ar gael trwy: <http://toofab.com/2015/12/01/rosie-huntington-whiteley-naked-burberry-scarf-photos/> [wedi'i ddarllen 24/05/2018].
- <sup>34</sup> ThiSiSF1 (2018) *Monaco, Russia to ignore Formula 1 'grid girl' ban*, ThiSiSF1 06/04/2018, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.thisisf1.com/2018/04/06/monaco-russia-to-ignore-formula-1-grid-girl-ban/> [wedi'i ddarllen 24/05/2018].

- <sup>35</sup> Pekic, S. (2017) *Dior Miss Dior eau de parfum – a new vision of Love*, *Fragrantica*, 20/07/2017, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.fragrantica.com/news/Dior-Miss-Dior-Eau-de-Parfum-A-New-Vision-of-Love-9788.html> [wedi'i ddarllen 24/05/2018].
- <sup>36</sup> Strang, F. (2017) *Shaving men into shape: Kate Upton stresses the importance of male grooming 'down there' in sexy new razor advert*, *Daily Mail*, 29/03/2013, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2301290/Kate-Upton-stresses-importance-male-grooming-sexy-razor-advert.html> [wedi'i ddarllen 24/05/2018].
- <sup>37</sup> Adam & Eve for Heineken UK (2012) *Foster's Gold Holly Valance*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.youtube.com/watch?v=BWCSeHpioVo> [wedi'i wyllo 24/05/2018].
- <sup>38</sup> Black Rabbit Agency Group (2016) *Advertising VFX – Peroni Calendar Nastro Azzurro*, ar-lein, ar gael trwy: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_py4UlltanA](https://www.youtube.com/watch?v=_py4UlltanA) [wedi'i wyllo 25/05/2018].
- <sup>39</sup> WorldRedEye (2017) *Peroni's 'Hour of Style' Hosted by iShine365 at Hyde Beach*, ar-lein, ar gael trwy: <http://worldredeye.com/2017/07/peroni-hour-of-style-hosted-by-ishine365-at-hyde-beach/> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>40</sup> Grŵp Portman (2017) *Rubbel Sexy Lager*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/sexual-success/rubbel-sexy-lager> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>41</sup> Grŵp Portman (2017) *Magnum Tonic Wine*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/sexual-success/magnum-tonic-wine> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>42</sup> Grŵp Portman (2009) *Rampant TT's*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/alcoholic-content/rampant-tt's> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>43</sup> Grŵp Portman (2011) *Stiffy's Jaffa Cake / Stiffy's Kola Kubez*.
- <sup>44</sup> Grŵp Portman (2014) *Cat Piss, Dog Piss, Bullshit, Dandelion & Birdshit...*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2014/07/16/cat-piss-dog-piss-bullshit-dandelion-birdshit> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>45</sup> Cais ar lafar gan Henry Ashworth i Andrew Misell, 2012.
- <sup>46</sup> Bragdy Salter (diddyddiad) *delwedd ddideitl*, ar-lein, ar gael trwy: <http://slatersales.co.uk/wp-content/uploads/2015/02/slaters-top-totty.jpg> [wedi'i gweld 25/05/2018]. Mae'r bragdy wedi newid cryn dipyn ar ddelweddau'r brand ers 2014: <http://slatersales.co.uk/slaters-real-ales/>
- <sup>47</sup> Daily Telegraph (2012) *Top Totty beer sales rise after House of Commons ban*, *Daily Telegraph* 09/02/2012, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/9071863/Top-Totty-beer-sales-rise-after-House-of-Commons-ban.html> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>48</sup> Grŵp Portman (2016) *Heineken Spectre 5% ABV 330ml bottle (primary and secondary packaging)*, ar-lein, ar gael trwy: [http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2016/05/06/heineken-spectre-5-abv-330ml-bottle-\(primary-and-secondary-packaging\)](http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2016/05/06/heineken-spectre-5-abv-330ml-bottle-(primary-and-secondary-packaging)) [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>49</sup> IAS (diddyddiad) *A good measure: units and drinking guidelines*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.ias.org.uk/Alcohol-knowledge-centre/Consumption/Factsheets/A-good-measure-Units-and-drinking-guidelines.aspx> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>50</sup> Grŵp Portman (2008) *Skol Super 500ml can*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/skol-super-500ml-can> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].

- <sup>51</sup> Grŵp Portman (2008) *Tennent's Super 500ml can*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/tennent-s-super-500ml-can> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>52</sup> Grŵp Portman (2008) *Kestrel Super 500ml can*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/kestrel-super-500ml-can> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>53</sup> Grŵp Portman (2008) *Carlsberg Special Brew 500ml can*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/carlsberg-special-brew-500ml-can> [accessed 15/06/2018].
- <sup>54</sup> Grŵp Portman (2015) *Skol Super 500ml can*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2015/01/16/skolsuper> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>55</sup> Grŵp Portman (2015) *Kestrel Super Premium Lager 500ml*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2015/01/16/kestrelsuperpremium> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>56</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Skol Super*.
- <sup>57</sup> Grŵp Portman (2015) *Carlsberg Special Brew 500ml*, online, available: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2015/01/16/specialbrew> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>58</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Carlsberg Special Brew*.
- <sup>59</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Skol Super*.
- <sup>60</sup> Letter from the Grŵp Portman to Alcohol Concern dated 9 March 2016.
- <sup>61</sup> Adran Iechyd (2016) *Canllawiau yfed risg isel Prif Swyddogion Meddygol y DU*, ar-lein, ar gael trwy: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/548254/CMO\\_Guidelines\\_WELSH.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/548254/CMO_Guidelines_WELSH.pdf) [wedi'i ddarllen 14/06/2018].
- <sup>62</sup> Grŵp Portman (2017) *Alcohol marketing regulation report 2016*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/docs/default-source/annual-code-reports/annual-code-report-2016.pdf> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>63</sup> Grŵp Portman (2017) *K Cider*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2017/01/12/k-cider> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>64</sup> Grŵp Portman (2017) *Crest Super 10% 500ml can*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2017/01/12/crest-super-10-500ml-can> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>65</sup> Grŵp Portman (2017) *Oranjeboom 8.5% 500ml can*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2017/01/12/oranjeboom-8.5-500ml-can> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>66</sup> Grŵp Portman (2004) *Stiffys Shots and www.stiffys.co.uk*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/stiffys-shots-and-www.stiffys.co.uk> [wedi'i ddarllen 25/05/2018].
- <sup>67</sup> op. cit. Grŵp Portman (2011) *Stiffy's Jaffa Cake / Stiffy's Kola Kubez*.
- <sup>68</sup> Halstead, T. (2004) *Archers ticked off over poster*, Morning Advertiser, 29/01/2004, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.morningadvertiser.co.uk/Article/2004/01/29/Archers-ticked-off-over-poster> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].

- <sup>69</sup> Grŵp Portman (2009) *Mmwah!*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/rapid-drinking/mmwah!> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>70</sup> Grŵp Portman (2010) *Shootaz*, online, available: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/15/shootaz> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>71</sup> Grŵp Portman (2010) *Shot in a Tube*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/rapid-drinking/shot-in-a-tube> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>72</sup> Grŵp Portman (2010) *Quivers*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/rapid-drinking/quivers> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>73</sup> op. cit. Grŵp Portman (diddydiad) *Advice and guidance*.
- <sup>74</sup> Grŵp Portman (2008) *Dorothy Goodbody's Wholesome Stout*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/sexual-success/dorothy-goodbody's-wholesome-stout> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>75</sup> op. cit. Grŵp Portman (2017) *Magnum Tonic Wine*.
- <sup>76</sup> Grŵp Portman (2012) *Laverstoke Park Farm Ale and Lager*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/appeal-to-under-18s/laverstoke-park-farm-ale-and-lager> [wedi'i ddarllen 06/06/2018].
- <sup>77</sup> Grŵp Portman (2015) *Willy's Cider*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2015/01/16/willys> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>78</sup> op. cit. Grŵp Portman (2016) *Heineken Spectre*.
- <sup>79</sup> Grŵp Portman (2012) *Dark Conspiracy*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/anti-social-behaviour/dark-conspiracy> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>80</sup> Grŵp Portman (2005) *Kalashnikov Vodka & www.kalashnikovvodka.com*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/anti-social-behaviour/kalashnikov-vodka> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>81</sup> Grŵp Portman (2017) *Mr Gladstone's Curious Emporium Range*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2017/08/23/mr-gladstone-s-curious-emporium-range> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>82</sup> Harding, N. (2012) *The demonised drink: how has youth drinking evolved 20 years since the launch of alcopops?*, The Independent, 29/06/2013, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/the-demonised-drink-how-has-youth-drinking-evolved-20-years-since-the-launch-of-alcopops-8675342.html> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>83</sup> Grŵp Portman (2006) *Funky Monkey vodka shots*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/media/news-details/2013/07/16/funky-monkey-vodka-shots> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>84</sup> op. cit. Grŵp Portman (2011) *Stiffy's Jaffa Cake / Stiffy's Kola Kubez*.
- <sup>85</sup> op. cit. Grŵp Portman (2017) *Cactus Jack's Schnapps*.
- <sup>86</sup> Grŵp Portman (2017) *Cwtch*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2017/12/11/cwtch> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>87</sup> Grŵp Portman (2006) *Teddibrations gift box*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/teddibrations-gift-box> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>88</sup> Grŵp Portman (2006) *Teddy & Champagne gift box*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/teddy-champagne-gift-box> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>89</sup> Grŵp Portman (2006) *New Born Baby gift basket*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/new-born-baby-gift-basket> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>90</sup> Grŵp Portman (2006) *Congratulations New Arrival baby gift basket*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/congratulations-new-arrival-baby-gift-basket> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>91</sup> op. cit. Grŵp Portman (2017) *Cwtch*.

<sup>92</sup> op. cit. Grŵp Portman (diddyddiad) *Advice and guidance*.

<sup>93</sup> Grŵp Portman (2005) *Zebedee Beer pump clip*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/zebedee-beer-pump-clip> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>94</sup> Grŵp Portman (2015) *Gamma Ray*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2015/05/06/gamma-ray> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>95</sup> Tiny Rebel (2018) *Beers*, online available at: <https://www.tinyrebel.co.uk/beers/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>96</sup> Tiny Rebel (2018) *Bars*, online available at: <https://www.tinyrebel.co.uk/bars/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>97</sup> Beer Merchants (2018) *Tiny Rebel*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.beermerchants.com/tinyrebel/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>98</sup> Tiny Rebel (2017) *Cwtch vs Portman Group – the lowdown*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.tinyrebel.co.uk/news/cwtch-vs-portman-Group-the-lowdown/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>99</sup> op. cit. Grŵp Portman (diddyddiad) *Advice and guidance*.

<sup>100</sup> op. cit. Tiny Rebel (2017).

<sup>101</sup> Grŵp Portman (2015) *Alcohol marketing regulation report 2013/2014*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/docs/default-source/annual-code-reports/annual-code-report-2013-14.pdf> [wedi'i ddarllen 15/06/2018].

102 op. cit. Grŵp Portman (2015) *Code of Practice on Naming etc.*

103 op. cit. Grŵp Portman (2017) *Alcohol marketing regulation report 2016*.

104 Nicholls, L. (2013) *Laverstoke refuses to comply with ruling over 'childish' beer labels*, Big Hospitality, 25/03/2013 ar-lein, ar gael trwyL <https://www.bighospitality.co.uk/Article/2013/03/25/Laverstoke-refuses-to-comply-with-ruling-over-childish-beer-labels> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>105</sup> op. cit. Tiny Rebel (2017).

<sup>106</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Kestrel Super Premium Lager*.

<sup>107</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Carlsberg Special Brew*.

<sup>108</sup> op. cit. Cymdeithas Cwrw a Thafarndai Prydain (2017).



<sup>109</sup> op.cit. Grŵp Portman (2015) *Kestrel Super Premium Lager*.

<sup>110</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Carlsberg Special Brew*.

<sup>111</sup> Goodall, A. (2011) *White Cider and street drinkers: recommendations to reduce harm*, Llundain, Alcohol Concern, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.alcoholconcern.org.uk/white-cider-and-street-drinkers-recommendations-to-reduce-harm> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>112</sup> Hastings, G. (2009) *"They'll drink bucket loads of the stuff": an analysis of internal alcohol industry advertising documents*, ar-lein, ar gael trwy: [http://oro.open.ac.uk/22913/1/AERC\\_FinalReport\\_0060.pdf](http://oro.open.ac.uk/22913/1/AERC_FinalReport_0060.pdf) [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>113</sup> Testun wedi'i ddileu wedyn. Cyfeiriwyd ato yn Grŵp Portman (2009) *Mmwah!*.

<sup>114</sup> Bar Angels (2018) hafan, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.barangels.co.uk/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>115</sup> op. cit. Grŵp Portman (2016) *Heineken Spectre*.

<sup>116</sup> Campaign (2015) *Heineken: Bond is the 'ultimate man' and he knows what to drink*, Campaign, 25/08/2015, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.campaignlive.co.uk/article/heineken-bond-ultimate-man-knows-drink/1361014#1aDlwVDGd3DvhAMX.99> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>117</sup> Brands & Films (2012) *Product placement in pictures: Skyfall*, ar-lein, ar gael trwy: <http://brandsandfilms.com/2012/11/product-placement-in-pictures-skyfall/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>118</sup> Grŵp Portman (2016) *Captain Morgan product range*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2016/06/02/captain-morgan-product-range> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>119</sup> op. cit. Grŵp Portman (2017) *Alcohol marketing regulation report 2016*.

<sup>120</sup> Diageo (2018) *The history of Captain Morgan Rum*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.captainmorgan.com/en-gb/the-legend-of-captain-morgan/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>121</sup> *ibid.*

<sup>122</sup> Diageo (2018) *Captain Morgan White Rum*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.captainmorgan.com/en-gb/products/captain-morgan-white-rum/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>123</sup> Diageo (2018) *My crewmate, you've arrived!*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.captainmorgan.com/en-gb/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>124</sup> Diageo (2018) *Captain Morgan Original Spiced Gold*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.captainmorgan.com/en-gb/products/captain-morgan-original-spiced-gold/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>125</sup> Llys Ffederal Canada (2017) *Diageo Canada Inc. v. Heaven Hill Distilleries Inc.*, 12/06/201, ar-lein, ar gael trwy: <https://decisions.fct-cf.gc.ca/fc-cf/decisions/en/item/231929/index.do> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>126</sup> Cymdeithas Cwrw a Thafarndai Prydain (2017) *Statistical handbook 2017*, Llundain, Cymdeithas Cwrw a Thafarndai Prydain.

<sup>127</sup> PIPC (2008) *2008 Audit of compliance with the Portman Group's Code of Practice*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/docs/default-source/default-document-library/portman-group-pipc-audit-report---section-a.pdf> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>128</sup> Grŵp Portman (2008) *ShotPak*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/complaints/complaint-decisions/complaint-decision-details/2013/07/16/shotpak> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

- <sup>129</sup> Harrison, J. (2014) *C&C Group leaves 'multi-national dominated' Portman Group*, The Herald, 04/06/2014, ar-lein, ar gael trwy: [http://www.heraldsotland.com/news/13163717.C\\_C\\_Group\\_leaves\\_multi\\_national\\_dominated\\_Portman\\_Group/](http://www.heraldsotland.com/news/13163717.C_C_Group_leaves_multi_national_dominated_Portman_Group/) [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>130</sup> BrewDog (2009) *Last week's Sunday Times article: binge drinking, don't blame me*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.brewdog.com/lowdown/blog/last-weeks-sunday-times-brewdog-article> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>131</sup> *ibid.*
- <sup>132</sup> *op. cit.* PIPC (2008).
- <sup>133</sup> *op. cit.* Pwyllgor Dethol Tŷ'r Cyffredin ar Iechyd (2009).
- <sup>134</sup> Monaghan, A. (2017) *Craft beer boom pushes number of UK breweries past 2,000*, The Guardian, 23/10/2017, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/oct/23/craft-beer-boom-pushes-number-of-uk-breweries-past-2000> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>135</sup> Eads, L. (2017) *UK spirits boom continues as number of distilleries jump 17%*, The Drinks Business, 25/09/2017, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.thedrinksbusiness.com/2017/09/uk-spirits-boom-continues-as-number-of-distilleries-rises-by-17/> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].
- <sup>136</sup> Cynhyrchwyr Gwin Lloegr (2018) *English wine industry: statistics, facts & figures*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.englishwineproducers.co.uk/background/stats/> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>137</sup> BrewDog (2014) *#Sorrynotsorry – the Portman Group strikes again. Yawn*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.brewdog.com/lowdown/blog/sorrynotsorry> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>138</sup> Portman Group (2018) *Code Signatories*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/code-signatories> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>139</sup> Kantar World Panel (2018) *Great Britain grocery market share*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.kantarworldpanel.com/en/grocery-market-share/great-britain> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>140</sup> Roberts, E. (2014) *Jody Scheckter hits out at alcohol watchdog*, Basingstoke Gazette, 28/02/2014, ar-lein, ar gael trwy: [http://www.basingstokegazette.co.uk/news/11041199.Jody\\_Scheckter\\_hits\\_out\\_at\\_alcohol\\_watchdog/](http://www.basingstokegazette.co.uk/news/11041199.Jody_Scheckter_hits_out_at_alcohol_watchdog/) [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>141</sup> *op. cit.* Tiny Rebel (2017).
- <sup>142</sup> Portman Group (2018) *Enforcement process*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/enforcement-process/enforcement-detail-page> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>143</sup> *ibid.*
- <sup>144</sup> ASA (2018) *Sanctions*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/sanctions.html> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>145</sup> *op. cit.* Grŵp Portman (2018) *Member companies*.
- <sup>146</sup> *op. cit.* BrewDog (2009).
- <sup>147</sup> *op. cit.* Harrison, J. (2014).
- <sup>148</sup> Grŵp Portman (2018) *Independent Complaints Panel*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/independent-complaints-panel/independent-complaints-panel-details> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- <sup>149</sup> Grŵp Portman (2018) *Bywgraffiadau aelodau'r Panel Cwynion*, ar-lein, ar gael trwy: <http://portmangroup.org.uk/complaints/independent-complaints-panel> [wedi'i ddarllen 03/07/2018].
- <sup>150</sup> *op. cit.* Grŵp Portman (2015) *Code of Practice on Naming etc.*



<sup>151</sup> *ibid.*

<sup>152</sup> *op. cit.* Grŵp Portman (2017) *Alcohol marketing regulation report 2016*.

<sup>153</sup> Llyfrfa ei Mawrhydi (2002) *Office of Communications Act 2002*, ar-lein, ar gael trwy: [http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/11/pdfs/ukpga\\_20020011\\_en.pdf](http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/11/pdfs/ukpga_20020011_en.pdf) [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>154</sup> ASA (2018) *Independent reviews*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/independent-reviews.html> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>155</sup> Awdurdod Cystadlu a Marchnadoedd (2008) *Guidance: consumer protection from unfair trading regulations – businesses: OFT979*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.gov.uk/government/publications/consumer-protection-from-unfair-trading-regulations-businesses> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>156</sup> Comisiwn y Gyfraith (2015) *Simplification of criminal law: public nuisance and outraging public decency*, ar-lein, ar gael trwy: [https://s3-eu-west-2.amazonaws.com/lawcom-prod-storage-11jxou24uy7q/uploads/2015/06/lc358\\_public\\_nuisance.pdf](https://s3-eu-west-2.amazonaws.com/lawcom-prod-storage-11jxou24uy7q/uploads/2015/06/lc358_public_nuisance.pdf) [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>157</sup> Gwasanaeth Eryl y Goron (diddydiad) *Racist and religious crime – CPS prosecution policy*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.cps.gov.uk/legal-guidance/racist-and-religious-crime-cps-prosecution-policy> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>158</sup> *op. cit.* Grŵp Portman (2018) *Portman Group Consultation*.

<sup>159</sup> Alcohol Concern (2014) *Creu cwsmeriaid: ffyrdd newydd a llefydd newydd i werthu alcohol, a phobl newydd i'w brynu*, Caerdydd, Alcohol Concern, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.alcoholconcern.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=35ea7d5c-acb4-4bde-ac1d-f2d36d5c8ddb> [wedi'i ddarllen 08/06/2018].

<sup>160</sup> *ibid.*

<sup>161</sup> AB InBev Foundation (2018) *Our activities*, ar-lein, ar gael trwy: <https://abinbevfoundation.org/activities/> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>162</sup> *op. cit.* Alcohol Concern (2014).

<sup>163</sup> Smith, A. (2003) *The wealth of nations*, Llundain, Clasuron Penguin.

<sup>164</sup> Pwyllgor ar Safonau Bywyd Cyhoeddus (1995) *Guidance: the 7 principles of public life*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.gov.uk/government/publications/the-7-principles-of-public-life/the-7-principles-of-public-life--2> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>165</sup> Van Dalen, W. a Kuunders, M. (2007) *Regulation of alcohol marketing in Europe: ELSA project overview on the existing regulations on advertising and marketing of alcohol*, Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid STAP, Utrecht, ar-lein, ar gael trwy: [http://ec.europa.eu/health/ph\\_projects/2004/action3/docs/2004\\_3\\_16\\_frep\\_a2\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/health/ph_projects/2004/action3/docs/2004_3_16_frep_a2_en.pdf) [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

<sup>166</sup> *op. cit.* Grŵp Portman (2015) *Code of Practice on Naming etc.*

<sup>167</sup> *op. cit.* Grŵp Portman (2014) *Code of Practice on Alcohol Sponsorship*.

<sup>168</sup> *op. cit.* Grŵp Portman (2016) *Heineken Spectre*.

<sup>169</sup> Heineken (2015) *Heineken takes world's first selfie from space*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.theheinekencompany.com/media/media-releases/media-releases/2015/11/heineken-takes-worlds-first-selfie-from-space> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

- <sup>170</sup> Barber, N. (2015) *Does Bond's product placement go too far?*, BBC Culture, 01/10/2015, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.bbc.co.uk/culture/story/20151001-does-bonds-product-placement-go-too-far> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>171</sup> op. cit. Grŵp Portman (2004) *Stiffys Shots*.
- 
- <sup>172</sup> op. cit. Halstead, T. (2004).
- 
- <sup>173</sup> ABAC (2017) *ABAC responsible alcohol marketing code*, ar-lein, ar gael trwy: [http://www.abac.org.au/wp-content/uploads/2017/07/ABAC\\_CodeofConduct\\_2017\\_web.pdf](http://www.abac.org.au/wp-content/uploads/2017/07/ABAC_CodeofConduct_2017_web.pdf) [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>174</sup> Awdurdod Safonau Hysbysebu De Affrica (didyddiad) *Advertising code of practice, Appendix A (alcohol advertising – ARA)*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.asasa.org.za/codes/advertising-code-of-practice/appendix-a-alcohol-advertising-ara> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>175</sup> Swyddfa Gartref (2012) *Alcohol multi-buy promotions*, ar-lein, ar gael trwy: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/157769/ia-multi-buy-promotions.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/157769/ia-multi-buy-promotions.pdf) [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>176</sup> op. cit. Grŵp Portman (2015) *Code of Practice*.
- 
- <sup>177</sup> Bailey, R. (2011) *Letting children be children: report of an independent review of the commercialisation and sexualisation of childhood*, Llundain, Adran Addysg, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.gov.uk/government/publications/letting-children-be-children-report-of-an-independent-review-of-the-commercialisation-and-sexualisation-of-childhood> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>178</sup> Grŵp Portman (2018) *Sexual success*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmanGroup.org.uk/codes/alcohol-marketing/code-of-practice/rules/sexual-success> [wedi'i ddarllen 15/06/2018].
- 
- <sup>179</sup> Gohebiaeth e-bost oddi wrth Grŵp Portman at Alcohol Concern, gyda'r dyddiad 20 Mehefin 2017.
- 
- <sup>180</sup> Grŵp Portman (2007) *'Rubber (sic) Sexy Larger (sic)' has no appeal to the Portman Group*, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.portmangroup.org.uk/media/news-details/2013/09/13/'rubber-sexy-larger'-has-no-appeal-to-the-portman-group> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>181</sup> Mark Sweney, M. (2017) *Standards body unveils plan to crack down on sexist advertisements*, Guardian, 18/07/2017, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.theguardian.com/media/2017/jul/18/new-measures-announced-to-crack-down-on-sexist-adverts> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>182</sup> op. cit. Bailey, R. (2011).
- 
- <sup>183</sup> Pwyllgor Ymarfer Hysbysebu (2010) *The BCAP code: the UK code of broadcast advertising*, online, available: <https://www.asa.org.uk/uploads/assets/uploaded/d34f6bcf-d281-4eba-bcf0fa76297f5779.pdf> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>184</sup> Pwyllgor Ymarfer Hysbysebu (2010) *The CAP code: the UK code of non-broadcast advertising and direct & promotional marketing*, ar-lein, ar gael trwy: <https://www.asa.org.uk/uploads/assets/uploaded/cacc4b1f-5171-4ba4-8679bb383a25aa2a.pdf> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>185</sup> Regaud, A. a Craplet, M. (2004) *The 'Loi Evin': a French exception*, The Globe, Issue 2 2004 & 1 2004, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.ias.org.uk/What-we-do/Publication-archive/The-Globe/Issue-2-2004-amp-1-2004/The-Loi-Evin-a-French-exception.aspx> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].
- 
- <sup>186</sup> Babor, T.F. et al. (2010) *Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy*, Rhydychen, Gwasg Prifysgol Rhydychen.

<sup>187</sup> Cairns, A. (2012) *Alcohol advertising regulations*, Hansard Cyf. 553, 13/11/2012, ar-lein, ar gael trwy: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2012-11-13/debates/1211139600001/AlcoholAdvertisingRegulations> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

---

<sup>188</sup> Regaud, A. a Craplet, M. (2004) The 'Loi Evin': a French exception, *The Globe*, Issue 2 2004 & 1 2004, ar-lein, ar gael trwy: <http://www.ias.org.uk/What-we-do/Publication-archive/The-Globe/Issue-2-2004-amp-1-2004/The-Loi-Evin-a-French-exception.aspx> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

---

<sup>189</sup> Babor, T.F. et al. (2010) *Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy*, Rhydychen, Gwasg Prifysgol Rhydychen.

---

<sup>190</sup> Cairns, A. (2012) *Alcohol advertising regulations*, Hansard Cyf. 553, 13/11/2012, ar-lein, ar gael trwy: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2012-11-13/debates/1211139600001/AlcoholAdvertisingRegulations> [wedi'i ddarllen 11/06/2018].

---

Alcohol Concern



27 Swinton Street  
Llundain WC1X 9NW

Ewch at: [www.alcoholconcern.org.uk](http://www.alcoholconcern.org.uk)  
E-bostiwch at: [contact@alcoholconcern.org.uk](mailto:contact@alcoholconcern.org.uk)  
Dilynwch: @AlcoholConcern ac @AlcoResearchUK

Elusen Gofrestredig Rhif 1140287  
Wedi'i Gofrestru fel Cwmni Cyfyngedig gan Warant Rhif 7462605  
Un o enwau masnachol Alcohol Research UK yw Alcohol Concern