SVERIGES RIKSDAG

Motion till riksdagen 2026/27:2040

av Rasmus Elfström (C)

Modernare regler kring bilder vid alkoholreklam

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att avskaffa den detaljerade bildmotivbegränsningen i 7 kap. 5 § första stycket alkohollagen (2010:1622), samtidigt som kraven på särskild måttfullhet och övriga skyddsregler för folkhälsan, barn och unga ligger fast, och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Svensk alkoholpolitik ska värna folkhälsan och skydda barn och unga. Samtidigt behöver lagstiftningen vara tydlig, proportionerlig och anpassad till dagens samhälle och medielandskap.

7 kap. 5 § första stycket alkohollagen innehåller den så kallade bildregeln, som begränsar vilka bildmotiv som får användas i kommersiella annonser för alkoholdrycker. Regeln tillåter endast återgivning av varan eller råvaror som ingår i varan, enstaka förpackningar samt varumärke eller därmed jämförligt kännetecken. Den begränsningen kan göra det svårt för producenter att informera om produktens ursprung, tillverkning, kvalitet och användning på ett modernt och korrekt sätt.

Källunderlag: alkohollagen (2010:1622), 7 kap. 5 § första stycket.

För svenska producenter, inte minst små bryggerier, vingårdar och andra lokala dryckesföretag, är möjligheten att berätta om produkterna viktig. Att visa

produktionsmiljöer, hantverk eller en drycks sammanhang kan vara information om varan utan att marknadsföringen behöver uppmuntra till överkonsumtion eller framställa alkohol som något positivt i sig.

Regeringen bör därför återkomma med lagförslag som avskaffar just den detaljerade bildmotivbegränsningen i 7 kap. 5 § första stycket. Det innebär inte att hela paragrafen eller övriga regler om alkoholmarknadsföring ska avskaffas.

Kravet på särskild måttfullhet, förbudet mot påträngande eller uppsökande marknadsföring eller marknadsföring som uppmanar till bruk av alkohol, reglerna till skydd för barn och unga samt förbudet mot vilseledande marknadsföring ska ligga fast. En modernisering bör också förenas med tydlig vägledning så att marknadsföringen fortsatt bedöms utifrån sitt innehåll och sin helhet.

Källunderlag: alkohollagen (2010:1622), 7 kap. 1 §. Här föreslås att dessa skyddsregler behålls, inte att nya sådana införs.

Målet är en mer begriplig och proportionerlig reglering som ger företag bättre möjligheter att informera om sina produkter och stärker villkoren för småföretagande och besöksnäring, utan att göra avkall på folkhälsan.

Rasmus Elfström (C)