



Alkoholfrågor

Sammanfattning

I betänkandet behandlas 34 motionsyrkanden på alkoholområdet från den allmänna motionstiden 2013. Utskottet föreslår att nio av dessa behandlas förenklat eftersom de tar upp samma eller i huvudsak samma frågor som riksdagen har behandlat tidigare under valperioden.

Konstitutionsutskottet har lämnat ett yttrande över motioner om förbud mot alkoholreklam, svensk EU-linje i ämnet och om varningstexter på alkoholvaror.

Socialutskottet föreslår ett tillkännagivande till regeringen om att regeringen bör utarbeta en nationell handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar och därefter återrapportera på lämpligt sätt till riksdagen. Därmed tillstyrker utskottet motioner med yrkanden om en sådan handlingsplan. I denna del finns en reservation (M, FP, C, KD).

Utskottet avstyrker övriga motioner främst mot bakgrund av pågående arbete på området. I dessa delar finns sex reservationer och två särskilda yttranden.

Innehållsförteckning

Sammanfattning	1
Utskottets förslag till riksdagsbeslut	3
Redogörelse för ärendet	5
Ärendet och dess beredning	5
Utskottets överväganden	6
Alkoholfrågor	6
Motionerna	6
Gällande rätt	8
Bakgrund och pågående arbete	10
Tidigare behandling	16
Konstitutionsutskottets yttrande	18
Socialutskottets ställningstagande	19
Alkoholfrågor – förenklad behandling	21
Utskottets ställningstagande	21
Reservationer	22
1. Nollvision för skador på ofödda, punkt 1 (SD)	22
2. Kommersiell förmedling av alkohol, punkt 2 (S, MP, V)	22
3. Systembolagets verksamhet, punkt 3 (MP, V)	23
4. Alkoholreklam, förbud och inskränkningar, punkt 4 (S)	24
5. Alkoholreklam, förbud och inskränkningar, punkt 4 (MP, V)	24
6. Svensk EU-linje om förbud mot alkoholreklam, punkt 5 (MP, V)	25
7. Handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar, punkt 9 (M, FP, C, KD)	26
Särskilda yttranden	28
1. Sveriges inriktning på EU-arbetet, punkt 7 (S)	28
2. Alkoholfrågor – förenklad behandling, punkt 10 (S)	28
<i>Bilaga 1</i>	
Förteckning över behandlade förslag	29
Motioner från allmänna motionstiden hösten 2013	29
<i>Bilaga 2</i>	
Konstitutionsutskottets yttrande	33
<i>Bilaga 3</i>	
Motionsyrkanden som avstyrks av utskottet i förslagspunkt 10	46

Utskottets förslag till riksdagsbeslut

1. Nollvision för skador på ofödda

Riksdagen avslår motion

2013/14:So525 av Mikael Oscarsson (KD).

Reservation 1 (SD)

2. Kommersiell förmedling av alkohol

Riksdagen avslår motionerna

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 4,

2013/14:So523 av Per Lodenius (C),

2013/14:So577 av Christer Winbäck och Anita Brodén (båda FP)
yrkandena 1 och 2,

2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 39 och

2013/14:So663 av Lars-Axel Nordell (KD).

Reservation 2 (S, MP, V)

3. Systembolagets verksamhet

Riksdagen avslår motionerna

2013/14:So347 av Jan Lindholm och Amineh Kakabaveh (MP, V)

yrkandena 1–6 och

2013/14:So372 av Olof Lavesson (M).

Reservation 3 (MP, V)

4. Alkoholreklam, förbud och inskränkningar

Riksdagen avslår motionerna

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 5,

2013/14:So480 av Elin Lundgren (S) i denna del och

2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 37.

Reservation 4 (S)

Reservation 5 (MP, V)

5. Svensk EU-linje om förbud mot alkoholreklam

Riksdagen avslår motionerna

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 6,

2013/14:So480 av Elin Lundgren (S) i denna del och

2013/14:So522 av Per Lodenius (C).

Reservation 6 (MP, V)

6. Varningstexter på alkoholvaror

Riksdagen avslår motion

2013/14:So662 av Tuve Skånberg (KD).

7. Sveriges inriktning på EU-arbetet

Riksdagen avslår motionerna

2013/14:Sk268 av Christer Winbäck och Anita Brodén (båda FP)
yrkande 1 och

2013/14:So501 av Elin Lundgren (S).

8. Översyn av alkohollagen

Riksdagen avslår motion

2013/14:So512 av Edip Noyan (M).

9. Handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad utskottet anfört om att regeringen bör utarbeta en nationell handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar och därefter återrapportera på lämpligt sätt till riksdagen. Därmed bifaller riksdagen motionerna

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 7 och

2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 41.

Reservation 7 (M, FP, C, KD)

10. Alkoholfrågor – förenklad behandling

Riksdagen avslår de motionsyrkanden som finns upptagna under denna punkt i utskottets förteckning över avstyrkta motionsyrkanden.

Stockholm den 25 mars 2014

På socialutskottets vägnar

Anders W Jonsson

Följande ledamöter har deltagit i beslutet: Anders W Jonsson (C), Lena Hallengren (S), Saila Quicklund (M), Margareta B Kjellin (M), Christer Engelhardt (S), Isabella Jernbeck (M), Lennart Axelsson (S), Catharina Bråkenhielm (S), Anders Andersson (KD), Per Ramhorn (SD), Eva Olofsson (V), Metin Ataseven (M), Meeri Wasberg (S), Magnus Ehrencrona (MP), Gunilla Svantorp (S), Emma Carlsson Löfdahl (FP) och Helén Andersson (C).

Redogörelse för ärendet

Ärendet och dess beredning

I betänkandet behandlas 34 motionsyrkanden på alkoholområdet från den allmänna motionstiden 2013. Utskottet förslår att nio av dessa behandlas förenklat eftersom de tar upp samma eller i huvudsak samma frågor som riksdagen har behandlat tidigare under valperioden (se bilaga 3). En förteckning över behandlade förslag finns i bilaga 1.

Socialutskottet har gett konstitutionsutskottet tillfälle att yttra sig över vissa motioner. Yttrandet återges i bilaga 2.

Utskottets överväganden

Alkoholfrågor

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad utskottet anfört om att regeringen bör utarbeta en nationell handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar och därefter återrapporera på lämpligt sätt till riksdagen. Därmed bifaller riksdagen motioner om en sådan handlingsplan. Riksdagen avslår motioner om en nollvision för skador på ofödda, kommersiell förmedling av alkohol, Systembolagets verksamhet, förbud och inskränkningar när det gäller alkoholreklam, svensk EU-linje om förbud mot alkoholreklam, varningstexter på alkoholvaror, Sveriges inriktning på EU-arbetet och en översyn av alkohollagen.

Jämför reservationerna 1 (SD), 2 (S, MP, V), 3 (MP, V), 4 (S), 5 (MP, V), 6 (MP, V) och 7 (M, FP, C, KD) samt särskilt yttrande 1 (S).

Motionerna

Nollvision för skador på ofödda

I motion 2013/14:So525 av Michael Oscarsson (KD) begärs ett tillkännagivande om att förverkliga en nollvision när det gäller skador på ofödda som orsakas av alkohol- och narkotikabruk hos modern. Motionären anser att föräldrar med riskbruk eller missbruk måste få ändamålsenligt stöd eller vård och att det är viktigt att information sprids om hur ett framgångsrikt arbete kan byggas upp.

Kommersiell förmedling av alkohol

I kommittémotion 2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) begärs i yrkande 39 ett tillkännagivande om att förtydliga lagstiftningen om privatinförsel av alkohol för någon annans räkning. Motionärerna anför att det finns en mängd privata företag som via hemsidor tar emot beställningar och kör hem alkohol till privatpersoner. Dessa företag är i praktiken inte bara transportörer, som det var tänkt i lagen, utan bedriver en förtäckt detaljhandel som undergräver detaljhandelsmonopolet. Finland och Norge har förtydligat sin lagstiftning för att skydda sina detaljhandelsmonopol och Sverige bör göra på motsvarande sätt. I motion 2013/14:So577 av Christer Winbäck och Anita Brodén (båda FP) finns i yrkandena 1 och 2

en liknande begäran. I motion 2013/14:So663 av Lars-Axel Nordell (KD) begärs ett tillkännagivande om att åtgärder bör vidtas för att upprätthålla Systembolagets detaljhandelsmonopol.

I kommittémotion 2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) begärs i yrkande 4 ett tillkännagivande om att det bör införas ett förbud mot kommersiell förmedling av alkoholdrycker. Ett liknande yrkande finns i motion 2013/14:So523 av Per Lodenius (C).

Systembolagets verksamhet

I motion 2013/14:So347 av Jan Lindholm och Amineh Kakabaveh (MP, V) yrkandena 1–6 begärs tillkännagivanden om uttalanden om att det inte finns någon motsättning mellan att värna det alkoholpolitiska målet och att arbeta för sociala och etiska mål för de som producerar produkterna, att Systembolaget bör ta ett större ansvar för arbetsrätt och andra sociala rättigheter hos leverantörer och producenter, att det av Systembolagets ägardirektiv ska framgå dels att Systembolaget ska ställa krav på att mänskliga rättigheter inte får ifrågasättas i leverantörskedjan, dels att Systembolaget får i uppdrag att utveckla begreppet ”andra affärsmässiga hänsyn” i sina inköpsvillkor. Därtill begärs tillkännagivande om att regeringen ska låta utreda i vilken utsträckning krav kan riktas mot leverantörer till Systembolaget i fråga om att säkerställa mänskliga rättigheter för vinarbetare samt att Systembolaget ska verka för en ökning av varor med Fairtrade-märkning eller annan etisk och miljömässig märkning.

I motion 2013/14:So372 av Olof Lavesson (M) begärs ett tillkännagivande om att se över möjligheterna för Systembolaget AB att hålla öppet även söndagar och helgdagar.

Alkoholreklam, förbud och inskränkningar

I kommittémotion 2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) begärs i yrkande 5 ett tillkännagivande om att alla former av alkoholreklam bör förbjudas i Sverige. I motion 2013/14:So480 av Elin Lundgren (S) i denna del lämnas en likalydande begäran.

I kommittémotion 2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) begärs i yrkande 37 ett tillkännagivande om att införa hårdare reklamregler. Enligt motionärerna är detta möjligt utan att det strider mot EU-rätten, vilket visas av den franska lagen om alkoholreklam (Loi Evin).

Svensk EU-linje om förbud mot alkoholreklam

I kommittémotion 2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) begärs i yrkande 6 ett tillkännagivande om att regeringen inom EU bör driva frågan om att varje medlemsstat ska få avgöra om den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan. I motion 2013/14:So480 av Elin Lundgren (S) i denna del och motion 2012/13:So522 av Per Lodenius (C) finns likalydande yrkanden.

Varningstexter på alkoholvaror

I motion 2013/14:So662 av Tuve Skånberg (KD) begärs ett tillkännagivande om att regeringen ska låta utreda om det behövs en lag om att införa varningstexter på starköl, vin och sprit.

Sveriges inriktning på EU-arbetet

I motion 2013/14:So501 av Elin Lundgren (S) begärs ett tillkännagivande om en revidering av EU:s alkoholstrategi. Motionären anför att ett beslut skulle ha tagits 2012 om en revidering av alkoholstrategin men att det fördröjs av EU-kommissionen. Det är därför viktigt att den svenska regeringen driver frågan om en revidering av EU:s alkoholstrategi för att en ny och skärpt alkoholstrategi ska antas 2014.

I motion 2013/14:Sk268 av Christer Winbäck och Agneta Brodén (båda FP) begärs i yrkande 1 ett tillkännagivande om att i EU uppmärksamma folkhälsoaspekten i alkoholfrågan. Motionärerna anser att regeringen bör göra ytterligare ansträngningar för att få acceptans för en restriktiv alkoholpolitik genom att bl.a. föra in folkhälsoaspekten.

Översyn av alkohollagen

I motion 2013/14:So512 av Edip Noyan (M) begärs ett tillkännagivande om att regeringen bör överväga en översyn av alkohollagen i syfte att skärpa bötesstraffen och begränsa möjligheten att dra in alkoholtillståndet. Motionären anser att ett alkoholtillstånd bör dras in i ytterst få fall när det skett upprepade och grova brott mot alkohollagen.

Handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar

I kommittémotion 2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 41 begärs ett tillkännagivande om en handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar. Motionärerna anser att såväl lagstiftning som attityder behöver förändras. Vidare är lokalt preventivt arbete och polisarbete mot langning viktigt. I kommittémotion 2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 7 finns en likalydande begäran. Motionärerna anser att en sådan handlingsplan bör omfatta såväl informationsinsatser som överväganden rörande lagstiftning. Samhället behöver också ta ytterligare steg för att förbättra ungdomars möjligheter till fritidssysselsättning och aktiviteter i drogfria miljöer.

Gällande rätt

Alkohollagen (2010:1622) trädde i kraft den 1 januari 2011. I tredje kapitlet finns allmänna bestämmelser om försäljning. Av 7 § följer att alkoholdrycker inte får säljas eller lämnas ut till den som inte har fyllt 20 år. När det gäller folköl gäller motsvarande för den som inte har fyllt 18 år. Servering av alkoholdrycker får ske till den som har fyllt 18 år.

Enligt 8 § får alkoholdrycker inte lämnas ut till den som är märkbart påverkad av alkohol eller andra berusningsmedel. Alkoholdrycker får inte lämnas ut om det finns särskild anledning att anta att varan är avsedd att olovligen tillhandahållas någon. Den som lämnar ut alkoholdrycker ska förvissa sig om att mottagaren har uppnått den ålder som anges i 7 §.

Av 9 § första stycket följer att det är förbjudet att som ombud eller på därmed jämförbart sätt anskaffa alkoholdrycker till den som enligt 7 eller 8 § inte har rätt att få sådan vara utlämnad till sig. Det är också förbjudet att i annat fall än som avses i 4 kap. 4 § andra stycket 1, 2 och 4–7 i större omfattning tillhandagå annan med att anskaffa alkoholdrycker.

Sedan den 1 juli 2008 får spritdrycker, vin, starköl och andra jästa alkoholdrycker föras in av en enskild person som har fyllt 20 år genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand, om införseln sker från ett annat land inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet och dryckerna är avsedda för dennes eller dennes familjs personliga bruk (4 kap. 4 § andra stycket 7).

I 5 kap. 1 och 2 §§ finns bestämmelser om att det för detaljhandel med spritdrycker, vin, starköl och andra jästa alkoholdrycker ska finnas ett särskilt för ändamålet bildat aktiebolag (Systembolaget AB), ägt av staten, och att det endast är detta detaljhandelsbolag som får bedriva detaljhandel med sådana produkter.

I sjunde kapitlet finns bestämmelser om marknadsföring. Av 1 § följer att särskild måttfullhet ska iakttas vid marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter. Reklam- eller annan marknadsföringsåtgärd får inte vara påträngande, uppsökande eller uppmåna till bruk av alkohol, och marknadsföring får inte rikta sig särskilt till eller skildra barn eller ungdomar som inte har fyllt 25 år.

Av 3 § följer att kommersiella annonser inte får användas vid marknadsföring av alkoholdrycker i radio- eller tv-program, vilket inkluderar tv-sändningar över satellit som omfattas av radio- och tv-lagen (2010:696).

Vid marknadsföring av alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol till konsumenter får inte kommersiella annonser användas i periodiska skrifter. Detta gäller dock inte i fråga om skrifter som tillhandahålls endast på försäljningsställe för sådana drycker, s.k. informations-text (4 §).

I 5 § finns särskilda krav vid marknadsföring till konsumenter av alkoholdrycker genom kommersiella annonser när det gäller framställning i bild och i 6 § finns särskilda bestämmelser för kommersiell annonsering av alkoholhaltiga lättdrycker. I 7 § finns bestämmelser om att kommersiella annonser i periodiska skrifter ska på ett tydligt sätt återge en text som informerar om alkoholens skadeverkningar.

I 8 § finns bestämmelser bl.a. om att ett handlande som strider mot 3 § kan medföra marknadsföringsavgift enligt bestämmelser i marknadsföringslagen (2008:486).

Av 9 kap. 17 § följer att en kommun får meddela en innehavare av serveringstillstånd en erinran eller, i allvarigare fall eller vid upprepade överträdelse, en varning om denne inte uppfyller de krav som gällde för tillståndets meddelande eller följer de bestämmelser som gäller för servering enligt lagen eller de villkor eller föreskrifter som har meddelats med stöd av lagen. Av 18 § följer att en kommun ska återkalla ett serveringstillstånd bl.a. om tillståndshavaren har brutit mot alkohollagen eller vad som i övrigt gäller för tillståndet på ett sådant sätt att en varning inte är en tillräckligt ingripande åtgärd, eller har tilldelats en eller flera varningar utan att de förhållanden som föranlett varningen har rättats till.

Bakgrund och pågående arbete

Inledning

I betänkandet En ny alkohollag (prop. 2009/10:125, bet. 2010/11:SoU4, rskr. 2010/11:36) behandlade utskottet propositionen En ny alkohollag och följdmotioner. I ärendet behandlades också motionsyrkanden från de allmänna motionstiderna 2009 och 2010. Utskottet tillstyrkte i huvudsak regeringens förslag till alkohollag och ställde sig därmed bl.a. bakom förslag om ändrade serveringsregler.

Riksdagen godkände i december 2012 de mål som regeringen föreslog för alkohol-, narkotika-, dopnings-, tobaks- och spelpolitiken (prop. 2012/13:1, bet. 2012/13:SoU1, rskr. 2012/13:115). Målen är

- ett samhälle fritt från narkotika och dopning med minskade medicinska och sociala skador orsakade av alkohol och med ett minskat tobaksbruk
- att minska skadeverkningarna av överdrivet spelande.

Riksdagen beslutade i mars 2011 om en samlad strategi för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken m.m., förkortad ANDT-strategin (prop. 2010/11:47, bet. 2010/11:SoU8, rskr. 2010/11:203 och 204). ANDT-strategin anger mål, inriktning och prioriteringar för samhällets insatser under åren 2011–2015.

Den nationella målstrukturen för ANDT-politiken består av ett gemensamt övergripande mål för denna politik och sju långsiktiga mål som anger inriktningen för ANDT-arbetet i sin helhet. Dessa mål är ständigt aktuella och har ingen borte tidsgräns. Till de långsiktiga målen knyts ett antal prioriterade mål som ska uppnås under strategiperioden.

Det gemensamma övergripande målet för ANDT-politiken om ett samhälle fritt från narkotika och dopning, med minskade medicinska och sociala skador orsakade av alkohol och med ett minskat tobaksbruk, innebär en nolltolerans mot narkotika och dopning, att man minskar allt tobaksbruk och förhindrar att minderåriga börjar använda tobak samt att man förhindrar all skadlig alkoholkonsumtion, bl.a. genom att minska konsumtionen och skadliga dryckesvanor.

Regeringens åtgärdsprogram för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken 2013 är det tredje sedan ANDT-strategin beslutades. Här konkretiseras statliga uppdrag och satsningar under budgetåret för att nå målen i ANDT-strategin. Avsikten är att det statliga stöd som lämnas för detta arbete i så stor utsträckning som möjligt ska gå till långsiktiga satsningar som görs i bred samverkan för att nå de uppsatta målen i strategin. Av budgetpropositionen för 2014 framgår att regeringen har för avsikt att bibehålla utgiftsnivån om 299 miljoner kronor per år under hela strategiperioden t.o.m. 2015.

Länsrapporten, som utarbetas av Folkhälsomyndigheten (tidigare Statens folkhälsoinstitut), är en årlig webbaserad undersökning som riktar sig till alla länsstyrelser och kommuner och som belyser både strukturer för arbetet och aktiviteter. Rapporten är ett underlag för regeringens fortsatta arbete på ANDT-området och ett instrument för kunskapsstyrning; rapporten förväntas även fungera som ett verktyg för uppföljning, planering och utveckling på den regionala och lokala nivån (Regeringens åtgärdsprogram 2013, s. 9).

I maj 2013 fick Statskontoret i uppdrag att utvärdera delar av ANDT-strategin. Statskontoret ska analysera i vilken utsträckning de statliga insatserna bidrar till att uppfylla strategins övergripande mål och om utformningen av ANDT-politiken är ändamålsenlig för att uppnå strategins mål. Analyserna ska utgå från ett jämställdhetsperspektiv. Uppdraget ska redovisas senast den 15 april 2015.

Av regleringsbrevet för budgetåret 2014 för Folkhälsomyndigheten framgår att myndigheten har i uppdrag att ansvara för en samlad uppföljning av ANDT-strategin och för det samordnade uppföljningssystemet för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken. En delredovisning ska lämnas i myndighetens lägesrapport inom ANDT-området 2014. En slutredovisning ska lämnas senast den 1 oktober 2015 (S2013/2377/FST).

ANDT och spel ingår också som ett av de elva målområdena inom folkhälsopolitiken och omfattas således av uppföljningen av det övergripande nationella målet för folkhälsoarbetet.

Nollvision för skador på ofödda

Ett prioriterat mål i regeringens åtgärdsprogram för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken 2013 är att färre barn ska födas med skador orsakade av alkohol, narkotika, dopning eller tobak. Exempel på pågående åtgärder är utveckling av det alkohol- och narkotikaförebyggande arbetet bland blivande föräldrar med missbruksproblem inom ramen för Socialstyrelsens uppdrag att utveckla stödet till barn i familjer med missbruk m.m. Av åtgärdsprogrammet framgår vidare att Socialstyrelsen under 2013 avsåg ta fram en kunskapsöversikt över skador och konsekvenser för barns hälsa och utveckling till följd av mammans bruk av t.ex. alkohol under graviditeten, att kartlägga det befintliga stödet till gravida och småbarnsföräldrar med missbruks- och beroendeproblematik och att inventera de regis-

ter som finns för diagnostisering av barn för att öka kunskapen om barn som föds med FAS och FASD (Fetal Alcohol Syndrom och Fetal Alcohol Spectrum Disorder), inklusive metoder för diagnos. Inom ramen för sitt uppdrag att utveckla stöd till barn i familjer med missbruksproblem driver Socialstyrelsen ett antal delprojekt varav ett om ofödda och späda barn. I en första delrapport konstaterar Socialstyrelsen att det behövs ytterligare insatser för att skydda det väntade och späda barnet i familjer med missbruksproblem m.m. Exempelvis behöver samarbetet mellan mödra- och barnhälsovården för dessa familjer stärkas. Som en del i detta arbete hölls ett seminarium i januari 2013 med inbjudna företrädare för mödra- och barnhälsovården samt socialtjänsten i verksamheter som riktar sig till gravida kvinnor med missbruksproblem. En av frågorna som diskuterades var hur ofödda barn ska skyddas från alkoholrelaterade skador på grund av moderns alkoholintag under graviditeten.

Kommersiell förmedling av alkohol

Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. lämnade sitt betänkande under 2013 (2013:50). Utredningens uppdrag hade varit att bl.a. se över reglerna för tillsyn av dels marknadsföring av alkoholdrycker och tobak till konsument, dels e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker (dir. 2012:43). Utredningen skulle med utgångspunkt i det gällande regelverket utreda hur tillsynen av e-handel och hemleverans av alkoholdrycker till konsument bör bedrivas. Med den utgångspunkten bedömde utredningen att det föll utanför uppdraget att slå fast vilka typer av förfaranden som är tillåtna respektive otillåtna vid e-handel. Utredningen konstaterade dock att de indirekt ställdes inför frågan om vad som är lagligt och inte lagligt, eftersom det inte kunde komma i fråga att föreslå en tillsyn över sådan verksamhet som vid en senare prövning skulle visa sig inte vara laglig. Utredningen fann att det var oklart vilka förmedlingsåtgärder utöver transport och viss marknadsföring som – i förekommande fall – är tillåtna (s. 222 och 219).

Regeringen beslutade den 9 januari 2014 om kommittédirektivet E-handel och hemleverans av alkoholdrycker till konsument (dir. 2014:1). Utredaren ska enligt direktivet göra en översyn av relevanta delar av regelverket för e-handel och hemleverans av alkoholdrycker till konsument och ska bl.a.

- analysera och bedöma vilka typer av åtgärder vid e-handel och hemleverans av alkoholdrycker (eller liknande former av distanshandel) som är tillåtna respektive otillåtna enligt dagens regler
- analysera och bedöma vilka åtgärder som, med beaktande av den svenska alkoholpolitiken och de förpliktelser som följer av EU-medlemskapet, bör vara tillåtna respektive otillåtna vid e-handel och hemleverans av alkoholdrycker (eller liknande former av distanshandel) och lämna förslag, inklusive författningsförslag, för de närmare förutsättningarna och villkoren för den verksamhet som bedöms bör vara tillåten

– med beaktande av tidigare lämnade förslag (SOU 2013:50) om hur tillsynen av e-handel och hemleverans av alkoholdrycker till konsument bör bedrivas, vid behov lämna kompletterande förslag om hur denna tillsyn bör bedrivas, inklusive författningsförslag.

Det bör särskilt beaktas vilka åtgärder som behöver vidtas för att säkerställa att personer under 20 år inte får tillgång till alkoholdrycker.

Uppdraget ska redovisas senast den 15 juli 2014.

Den 14 januari 2014 besvarade statsrådet Maria Larsson en interpellation (ip 2013/14:183) om regleringen av e-handel med alkohol. Interpellationen hade ställts i november 2013. I sitt svar hänvisade Maria Larsson till den ovan nämnda utredningen utan att kunna utlova att en proposition med förslag till en tydligare lagstiftning kommer att kunna läggas fram före valet 2014.

Systembolagets verksamhet

Systembolaget AB:s verksamhet och förutsättningarna för denna regleras huvudsakligen i alkohollagen (2010:1622) och i avtalet mellan staten och Systembolaget AB. Ett nytt avtal undertecknades den 28 september 2012.

Av avtalet framgår bl.a. att Systembolaget beslutar om tider för öppet-hållande i butikerna enligt de riktlinjer som har beslutats av riksdagen (11 §). Vidare framgår av 4 § att bolagets produkturval endast får grundas på en bedömning av produktens kvalitet, särskilda risker för skadeverkningar av produkten, kundernas efterfrågan och andra affärsmässiga hänsyn. Slutligen framgår av 7 § att bolagets åtgärder för marknadsföring och produktinformation ska vara opartiska och oberoende av produkternas ursprungsland, att bolaget ska med beaktande av i lag angivna begränsningar för marknadsföring av alkoholdrycker verka för att nya produkter blir kända för kunderna samt ska lämna information till allmänheten om de risker som är förenade med konsumtion av alkoholdrycker.

Den 1 januari 2012 införde Systembolaget och de övriga nordiska detaljhandelsmonopolen i Norge, Finland, Island och Färöarna en uppförandekod (Code of Conduct) i sina inköpsvillkor (www.systembolaget.se). Uppförandekoden och det tillhörande uppföljningssystemet har tagits fram av BSCI (Business Social Compliance Initiative) och grundar sig på FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna, FN:s konventioner om barnens rättigheter och om avskaffandet av all slags diskriminering mot kvinnor, ILO:s konventioner om mänskliga rättigheter i arbetslivet, FN:s Global Compact, OECD:s riktlinjer för multinationella företag och andra relevanta internationellt erkända avtal.

Antagandet av uppförandekoden innebär att bolagets leverantörer och deras underleverantörer (dryckesproducenter och odlare) också förbinder sig att följa uppförandekoden. Systembolaget har även börjat följa upp att koden efterlevs genom att göra revisioner hos producenter.

Alkoholreklam, förbud och inskränkningar

När det gäller frågorna om det är förenligt med reglerna om fri rörlighet att i allmänhet inskränka möjligheten att marknadsföra alkoholdrycker till konsumenter och om det svenska förbudet mot tidningsannonser var förenligt med unionsrätten finns det ett förhandsavgörande från EU-domstolen (mål C-405/98). I domen slås fast att det, med hänvisning till skyddet av folkhälsan, är förenligt med reglerna om fri rörlighet att inskränka eller i vissa fall förbjuda marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter. En sådan inskränkning måste dock enligt unionsrättslig praxis vara proportionerlig. EU-domstolen slog också fast att denna proportionalitetsbedömning skulle göras av nationella domstolar.

Som tidigare nämnts lämnade Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. sitt betänkande (SOU 2013:50) under 2013. Utredningens övergripande uppdrag var att föreslå åtgärder som kan bidra till en effektivare tillsyn av reglerna om marknadsföring av bl.a. alkohol (s. 17). Därutöver hade utredningen särskilt till uppgift att kartlägga omfattningen, inriktningen och formerna av sådan marknadsföring för alkoholdrycker som riktar sig till konsumenter samt omfattningen och metoderna för barns exponering för marknadsföring av bl.a. alkoholdrycker via digitala medier och tv.

Utredningen, som finner alkohollagens bestämmelser om marknadsföring i huvudsak tydliga och kompletta, föreslår att förbudet mot att använda kommersiella annonser vid marknadsföring av alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol ska utvidgas till att även gälla vid annonsering i tidningar som ges ut på internet samt att kravet på informationstexter ska utvidgas till att gälla för kommersiella annonser för alkoholdrycker i tidningar som ges ut på internet (s. 160–163). Utredningen bereds för närvarande i Regeringskansliet.

EU:s alkoholstrategi

Under 2006 antogs en EU-strategi för att stödja medlemsländerna i arbetet med att minska de alkoholrelaterade skadorna. Strategin löpte ut 2012. Därefter har kommissionen och medlemsstaterna gemensamt arbetat vidare för att utforma en ny strategi.

Ett prioriterat mål i regeringens åtgärdsprogram för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken 2013 är att aktivt verka för att EU:s och WHO:s strategier avseende alkohol och hälsa genomförs.

Den 10 mars 2014 antog Europaparlamentets utskott för miljö, folkhälsa och livsmedelssäkerhet (Envi) en resolution med en uppmaning till kommissionen att omedelbart sätta igång arbetet med en ny alkoholstrategi för EU. Enligt uppgift kommer resolutionen att behandlas i plenum i Europaparlamentet den 2 april.

Handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar

Ett prioriterat mål i regeringens åtgärdsprogram för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken 2013 är ökad användning av befintliga verk-samma metoder för att skjuta upp alkoholdebuten och minska den skadliga alkoholkonsumtionen. Exempel på pågående åtgärder är åtgärder för att minska langningen av alkohol till minderåriga och åtgärder för att upprätthålla åldersgränsen. Regeringen anser att det pågående arbetet inom informationsinsatsen Tänk om för att minska langningen av alkohol till ungdomar ska fortsätta. Insatsen har främst riktat sig till föräldrar men även till andra vuxna. Resultatet av Tänk om visar enligt regeringen hur viktiga föräldrar är för att påverka ungas vanor och attityder. Under 2013 ska satsningen Tänk om utvidgas till att även omfatta syskon och äldre ungdomar, som oftast är de som köper ut alkoholen.

Ett annat prioriterat mål är att öka föräldrars, idéburna organisationers och näringslivets deltagande i det förebyggande arbetet. Enligt regeringen är dessa betydelsefulla aktörer i strävan att förebygga och motverka både sociala problem, psykisk ohälsa och konsekvenserna av skadligt bruk av alkohol. Den nationella strategin för ett utvecklat föräldrastöd betonar vikten av att stödet bygger på befintliga strukturer, främjar samverkan och skapar förutsättningar för föräldrar att mötas. Målsättningen är att via föräldrar främja barns hälsa och positiva utveckling och maximera barnets skydd mot ohälsa och sociala problem.

Regeringen har i februari 2014 lämnat en skrivelse till riksdagen med en redogörelse för det föräldrastödsarbete som bedrivs nationellt, lokalt och regionalt inom olika områden (2013/14:72).

Ytterligare ett prioriterat mål är ökad kunskap om marknadsföring av alkohol och tobak via digitala medier, samt marknadsföringens effekter på konsumtionen. Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m., som lämnade sitt betänkande under 2013 (2013:50), hade i uppdrag att bl.a. kartlägga i vilken omfattning barn och ungdomar exponeras för marknadsföring av alkoholdrycker och tobak via digitala medier och tv (inklusive beställ-tv) och klarlägga vilka metoder som används (dir. 2012:43). Vidare skulle utredaren vid behov, utan att inskränka barns och ungdomars möjlighet att använda sig av digitala medier, lämna förslag på åtgärder som minskar risken för att barn och ungdomar exponeras för lagstridig marknadsföring av alkoholdrycker via digitala medier. När det gäller överträdelse av alkohollagens förbud mot att rikta marknadsföring särskilt till eller skildra barn eller ungdomar som inte har fyllt 25 år (7 kap. 1 § andra stycket) föreslår utredningen att sådana ska kunna sanktioneras med en marknadsstörrningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen (2008:486). Sedan tidigare gäller detta för överträdelse av 3 § alkohollagen. Utredningen har remitterats och bereds i Regeringskansliet.

Riksdagen har nyligen ställt sig bakom regeringens förslag att införa bestämmelser i alkohollagen (2010:1622), tobakslagen (1993:581) och lagen (2009:730) om handel med vissa receptfria läkemedel som ger kommunerna möjlighet att fr.o.m. den 1 maj 2014 genomföra kontrollköp av folköl, tobak och receptfria läkemedel för att kontrollera att den som lämnar ut dessa varor förvissas sig om att mottagaren har uppnått den ålder som föreskrivs i respektive lag, dvs. 18 år (prop.2013/14:56, bet. 2013/14:SoU16, rskr 2013/14:164).

Tidigare behandling

Ett antal av de nu aktuella motionsyrkandena har behandlats tidigare av utskottet i det av riksdagen godkända betänkandet 2010/11:SoU4 En ny alkohollag (rskr. 2010/11:36)

När det gäller dels ett motionsyrkande om att Sverige i EU ska driva frågan om att varje medlemsstat själv får avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan, dels motionsyrkanden om att förbjuda alkoholreklam, påminde utskottet om att marknadsföringen av alkoholdrycker och dess effekter på ungas alkoholkonsumtion och skador har varit en prioriterad fråga under det svenska ordförandeskapet i EU och att Sverige har tagit initiativ till rådsslutsatser som bl.a. lyfter fram vikten av att minska marknadsföringen av alkoholdrycker till unga. Utskottet ansåg att det var väsentligt att Sverige också i fortsättningen för en politik som, utan att strida mot EU-rätten, är restriktiv när det gäller marknadsföring av alkohol. Motionerna avstyrktes (s. 40, res. V i fråga om att förbjuda alkoholreklam).

I fråga om ett motionsyrkande om varningstexter på alkoholförpackningar avstyrkte utskottet yrkandet och hänvisade bl.a. till den inskränkning av marknadsföringen av alkoholdrycker i 7 kap. 5 § alkohollagen som vid antagandet av den nya alkohollagen blev generell tillämplig oavsett val av medium (s. 40, res. MP).

När det gäller motionsyrkanden om återkallelse och andra sanktioner delade utskottet regeringens bedömning att erinran och varning ska vara ett förstahandsalternativ vid överträdelse av lagen och att återkallelse, som är en synnerligen ingripande åtgärd, inte alltid bör föregås av en varning samt att de allmänna kriterier som i dag gäller för utdelande av påföljd i huvudsak bör behållas. Utskottet, som ansåg det positivt med ett mer nyanserat sanktionssystem, tillstyrkte förslaget till 9 kap. 17 § alkohollagen och avstyrkte motionerna (s. 56–57).

Motionsyrkanden om behovet av en nationell handlingsplan för att minska alkoholbruket bland ungdomar behandlades av utskottet i det av riksdagen godkända betänkandet 2010/11:SoU8 En samlad strategi för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken m.m. (rskr. 2010/11:203 och 204) Utskottet uttalade följande (s. 36, 1 res. S+MP+V):

Ytterligare ett prioriterat mål under strategiperioden är ökad användning av befintliga verksamma metoder för att skjuta upp alkoholdebuten och minska den skadliga alkoholkonsumtionen. Barn och ungdomar är en av de viktigaste målgrupperna i det förebyggande arbetet, och det har i flera avseenden skett en positiv utveckling när det gäller minderårigas alkoholvanor. Det är dock fortfarande oacceptabelt många minderåriga som dricker alkohol, framför allt i vissa ungdomsgrupper. Utskottet delar regeringens bedömning att det är viktigt att i det fortsatta arbetet rikta insatserna och upprätthålla en hög kvalitet i det arbete som görs. Utskottet anser att det är mycket viktigt att arbetet med att minska langningen och att förbättra efterlevnaden av åldersgränser fortsätter och att insatser görs för att öka kunskapen om vikten av en alkoholfri uppväxt. Utskottet vill också understryka betydelsen av att genom olika insatser stärka föräldrarna i det förebyggande arbetet. När det gäller frågan om åldersgränser vid försäljning delar utskottet regeringens bedömning att Systembolaget gör ett viktigt och framgångsrikt arbete för att förhindra försäljning av alkoholdrycker till minderåriga, både genom noggranna ålderskontroller och genom informationskampanjer. Utskottet påminner vidare om att det av den nya alkohollagen (prop. 2009/10:125, bet. 2010/11:SoU4, rskr. 2010/11:36) sedan den 1 januari 2011 klart framgår att försäljning av folköl inte får påbörjas förrän anmälan till kommunen skett. Med hänsyn till de i strategin föreslagna mycket ambitiösa insatserna anser utskottet att riksdagen inte behöver ta initiativ till en nationell handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar. Motionerna [...] avstyrks.

Ett motionsyrkande om Systembolagets arbete med sociala, etiska och miljömessiga frågor behandlades av utskottet senast i det av riksdagen godkända betänkandet 2012/13:SoU1 (rskr. 2012/13:115). Utskottet uttalade följande (s. 130, res. V):

Av Systembolagets senaste ansvarsredovisning (2011) framgår att bolaget beaktar det som tas upp i motion [...]. Något tillkännagivande är inte nödvändigt. Motionen avstyrks.

Några av de nu aktuella motionsyrkandena behandlades av utskottet i det av riksdagen godkända betänkandet 2012/13:SoU16 Alkoholfrågor (prot. 2012/13:88).

I fråga om ett motionsyrkande om att Sverige ska vara pådrivande i arbetet med förslag till en ny alkoholstrategi i EU noterade utskottet att ett prioriterat mål i regeringens åtgärdsprogram för ANDT-politiken 2012 är att verka för att EU:s och WHO:s strategier för alkohol genomförs. Därtill hade utskottet fått veta att regeringen under 2012 tagit ett antal initiativ för att påskynda arbetet med en ny alkoholstrategi. Utskottet välkomnade arbetet och ansåg inte att riksdagen borde ta något initiativ med anledning av motionen, som avstyrktes (s. 15, res. MP)

För motionsyrkanden om hur frågan om kommersiell förmedling av alkohol bör hanteras hänvisade utskottet till att frågorna omfattades av direktiven till den pågående Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. (S2012:4) och uttalade att utredningens arbete inte borde föregripas. Motionerna avstyrktes (s. 15, 2 res. S, MP+V).

Konstitutionsutskottets yttrande

Konstitutionsutskottet begränsar sitt yttrande 2013/14:KU5y Alkoholfrågor till aspekter inom sitt beredningsområde. När det gäller frågan om förbud mot alkoholreklam nämner konstitutionsutskottet följande:

Utskottet konstaterar att svenska grundlagar under vissa särskilda förutsättningar tillåter begränsningar i friheten att yttra sig i näringsverksamhet och förbud mot bl.a. alkoholreklam i kommersiella annonser. Vad gäller äganderätten tillåter Europakonventionen vissa begränsningar av möjligheten att använda varukännetecken. Av unionsrätten följer att vissa begränsningar av den fria rörligheten för varor och tjänster är tillåtna samt att behörigheten att vidta åtgärder för att skydda folkhälsan i första hand ligger på medlemsstaterna. Gemensamt för både Europakonventionen och unionsrätten är dock att de ovannämnda begränsningarna måste vara proportionerliga. Det förbud mot alla former av alkoholreklam som begärs i motionsyrkandena kan således strida mot bl.a. Europakonventionen och unionsrätten. Därtill noterar utskottet att förslag från utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. alljämt bereds inom Regeringskansliet. Konstitutionsutskottet är mot denna bakgrund i dagsläget inte berett att tillstyrka motionsyrkandena och föreslår att socialutskottet avstyrker motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 5 och 2013/14:So480 (S) yrkandet i denna del.

I fråga om en svensk EU-linje när det gäller förbud mot alkoholreklam uttalar konstitutionsutskottet följande (1 avvikande mening V):

Som framgått ovan tillåter unionsrättens regler om fri rörlighet proportionerliga inskränkningar, även i vissa fall förbud, av marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter med hänvisning till skyddet av folkhälsan. Av EU-domstolens praxis framgår att frågan om huruvida dessa inskränkningar är proportionerliga ska avgöras av nationella domstolar. Av unionsrätten följer även att behörigheten att vidta åtgärder för att skydda folkhälsan ligger på medlemsstaterna i första hand. Det framstår således enligt utskottet som att varje medlemsstat, inom ramen för unionsrättsligt proportionerliga åtgärder, själv kan avgöra om och i vilken mån den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan. Redan i dag stadgar svensk lag om förbud, som är förenliga med unionsrätten, mot marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter genom kommersiella annonser i radio- och tv-sändningar och beställ-tv, mot produktplacering i tv och beställ-tv av alkoholdrycker samt mot sponsring i radio, tv och beställ-tv av någon vars huvudsakliga verksamhet är att tillverka eller sälja alkoholdrycker. Svensk rätt innehåller även olika inskränkningar av marknadsföring av alkoholdrycker i skrifter. Därtill noterar utskottet att regeringen under det senaste svenska EU-ordförandeskapet prioriterade begränsningar av alkoholmarknadsföringen. Konstitutionsutskottet är mot denna bakgrund i dagsläget inte berett att tillstyrka motionsyrkandena och föreslår att socialutskottet avstyrker motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 6, 2013/14:So480 (S) yrkandet i denna del och 2013/14:So522 (C).

Slutligen uttalar konstitutionsutskottet följande när det gäller frågan om varningstexter på alkoholvaror:

Inledningsvis noterar utskottet att offentlighetsrättsliga krav på varningstexter på alkoholdryckers förpackningar om de hälsorisker som är förbundna med bruk av dessa drycker tidigare har bedömts kunna utgöra

ett unionsrättsligt handelshinder. Utskottet har dock inhämtat att bl.a. Sverige i diskussionerna mellan kommissionen och medlemsstaterna om en alkoholhandlingsplan har aktualiserat frågan om unionsregler för bl.a. hälsoinformation. I sammanhanget konstaterar utskottet att vissa andra medlemsstater redan innan sommaren 2004 hade uttalat intresse för att införa krav på varningstexter. Konstitutionsutskottet är i dagsläget inte berett att tillstyrka motionsyrkandet och föreslår att socialutskottet avstyrker motionen 2013/14:So662 (KD).

Socialutskottets ställningstagande

Målet för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken, förkortad ANDT-politiken, är ett samhälle fritt från narkotika och dopning med minskade medicinska och sociala skador orsakade av alkohol och med ett minskat tobaksbruk. Den samlade strategin för ANDT-politiken anger mål, inriktning och prioriteringar för samhällets insatser under åren 2011–2015. I regeringens årliga åtgärdsprogram konkretiseras statliga uppdrag och satsningar för att nå målen i ANDT-strategin.

Utskottet vill inledningsvis påminna om den nya Folkhälsomyndigheten som enligt utskottet kommer att förbättra förutsättningarna för ett mer effektivt kunskapsbaserat arbete inom folkhälsoområdet. Utskottet noterar vidare i detta sammanhang uppdraget till Statskontoret att analysera i vilken utsträckning de statliga insatserna bidrar till att uppfylla strategins övergripande mål och om ANDT-politiken är ändamålsenlig för att uppnå strategins mål. Därtill kan nämnas Folkhälsomyndighetens uppdrag att ansvara för en samlad uppföljning av ANDT-strategin och för det samordnade uppföljningssystemet för politiken på området. Båda dessa uppdrag ska slutredovisas under 2015.

Också inom ramen för det nordiska samarbetet i Nordiska rådet pågår ett arbete med alkohol- och tobaksfrågor ur ett folkhälsoperspektiv. Utgångspunkten har varit ett utskottsinitiativ från välfärdsutskottet i Nordiska rådet. Här rekommenderas bl.a. en ny strategi för alkohol- och tobakspolitiken i Norden. Den ska utgå från åtgärder som rekommenderas av forskare som de mest effektiva för att minska alkoholrelaterade problem. Frågan behandlades senast i Nordiska rådet under hösten 2013.

Det är inte acceptabelt att barn föds med skador på grund av moderns alkoholbruk. Ett prioriterat mål i regeringens åtgärdsprogram för ANDT-politiken är att färre barn ska födas med skador orsakade av bl.a. alkohol. Utskottet noterar att det inom ett Socialstyrelsens uppdrag på området pågår åtgärder för att utveckla det alkoholförebyggande arbetet bland blivande föräldrar. Med hänvisning till det pågående arbetet avstyrks motion 2013/14:So525 (KD).

Ett antal motioner tar upp frågor som omfattas av direktiven för Utredningen om e-handel och hemleverans av alkoholdrycker till konsument (dir. 2014:1). Uppdraget ska redovisas den 15 juli 2014. Utredningens

arbete bör inte föregripas. Motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 4, 2013/14:So523 (C), 2013/14:So577 (FP) yrkandena 1 och 2, 2013/14:So657 (S) yrkande 39 och 2013/14:So663 (KD) avstyrks.

Utskottet kan konstatera att Systembolaget fortsatt arbetar med stöd av den uppförandekod med tillhörande uppföljningssystem som infördes 2012. Riksdagen bör inte ta något initiativ. Utskottet delar inte bedömningen i frågan om ändrade öppettider för Systembolaget. Motionerna 2013/14:So347 (MP, V) yrkandena 1–6 och 2013/14:So372 (M) avstyrks.

När det gäller frågan om ett förbud mot all slags alkoholreklam gör socialutskottet inte någon annan bedömning än konstitutionsutskottet. När det gäller motionsyrkandet om att införa hårdare reklamregler för alkoholdrycker noterar utskottet att Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. (2013:50) bereds. Riksdagen bör inte ta något initiativ. Motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 5, 2013/14:So480 (S) i denna del och 2013/14:So657 (S) yrkande 37 avstyrks.

När det gäller motionsyrkandena om att regeringen inom EU ska driva frågan att varje medlemsstat själv ska få avgöra om den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan gör utskottet inte någon annan bedömning än konstitutionsutskottet och avstyrker motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 6, 2013/14:So480 (S) i denna del och 2013/14:So522 (C).

Inte heller i frågan om varningstexter på alkoholvaror gör socialutskottet någon annan bedömning än konstitutionsutskottet. Motion 2013/14:So662 (KD) avstyrks.

I fråga om regeringens arbete med en alkoholstrategi inom EU kan utskottet konstatera att ett prioriterat mål i regeringens åtgärdsprogram för ANDT-politiken är att aktivt verka för att EU:s och WHO:s strategier för alkohol och hälsa genomförs. Utskottet har därutöver fått veta att sedan 2012 har regeringen tillsammans med ett antal andra medlemsländer tagit flera initiativ för att säkerställa ett fortsatt arbete på alkoholområdet och en ny övergripande strategi. Sedan kommissionen under förhandlingarna 2013 presenterade ett förslag om en handlingsplan i stället för en strategi har regeringen, tillsammans med andra medlemsstaters regeringar, arbetat konstruktivt för att göra handlingsplanen så bra som möjligt i väntan på en ny strategi. Enligt uppgift från kommissionen kan ett förslag till handlingsplan vara att vänta under hösten 2014. Utskottet välkomnar detta arbete och anser att riksdagen inte bör ta något initiativ med anledning av motionerna 2013/14:Sk268 (FP) yrkande 1 och 2013/14:So501 (S). Motionerna avstyrks.

I alkohollagen (2010:1622) finns bestämmelser om möjliga sanktioner mot innehavare av serveringstillstånd. Något riksdagsinitiativ med anledning av motion 2013/14:So512 (M) behövs därför inte. Motionen avstyrks.

Att minska alkoholbruket bland ungdomar är av största vikt. Visserligen kan en minskning i ungdomars alkoholkonsumtion noteras men det handlar om en minskning från en hög nivå. Utskottet ser positivt på ANDT-strategin och noterar att den bl.a. innehåller det långsiktiga målet att

antalet barn och unga som debuterar tidigt med alkohol ska successivt minska. Utskottet anser att det behövs en ambitionshöjning när det gäller arbetet för att minska alkoholbruket bland ungdomar. Insatserna måste koordineras. En handlingsplan skulle kunna vara ett steg i rätt riktning för att samla de frågor som rör just ungdomar och alkoholbruk. I en sådan plan bör det konkretiseras hur det lokala, regionala och nationella preventiva arbetet ska samverka. Handlingsplanen skulle kunna omfatta många olika frågor, t.ex. begränsningar av tillgänglighet, tillsyn av servering, ändringar i lagstiftning, polisarbete mot langning och olovlig försäljning samt informations- och attitydfrågor. Vidare kan det finnas behov av att se över ungdomars möjligheter till fritidssysselsättning och aktiviteter i drogfria miljöer. Utskottet anser att regeringen bör utarbeta en nationell handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar och därefter åiterrapportera på lämpligt sätt till riksdagen. Vad utskottet nu anfört bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna. Därmed tillstyrker utskottet motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 7 och 2013/14:So657 (S) yrkande 41.

Alkoholfrågor – förenklad behandling

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden som tar upp samma eller i huvudsak samma frågor som riksdagen har behandlat tidigare under valperioden.

Jämför särskilt yttrande 2 (S).

Utskottets ställningstagande

De motionsyrkanden som finns i bilaga 3 tar upp samma eller i huvudsak samma frågor som utskottet har behandlat tidigare under valperioden i betänkandena 2010/11:SoU4 En ny alkohollag och 2012/13:SoU16 Alkoholfrågor.

Riksdagen avslag motionsyrkandena i enlighet med utskottets förslag. Utskottet ser inte någon anledning att nu göra någon annan bedömning och avstyrker motionsyrkandena.

Reservationer

Utskottets förslag till riksdagsbeslut och ställningstaganden har föranlett följande reservationer. I rubriken anges vilken punkt i utskottets förslag till riksdagsbeslut som behandlas i avsnittet.

1. Nollvision för skador på ofödda, punkt 1 (SD)

av Per Ramhorn (SD).

Förslag till riksdagsbeslut

Jag anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 1 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Därmed bifaller riksdagen motion 2013/14:So525 av Mikael Oscarsson (KD).

Ställningstagande

Skador på ofödda barn som orsakas av alkohol kan aldrig accepteras. Föräldrar med ett riskbruk eller missbruk måste få ändamålsenligt stöd eller vård och det är också viktigt att information sprids om hur ett framgångsrikt arbete kan byggas upp. För att uppnå detta måste Socialstyrelsen, Folkhälsomyndigheten, Statens institutionsstyrelse samt kommuner och landsting samarbeta. Den kunskap som finns, och gällande rättspraxis, måste få spridning bland såväl socialtjänst som mödravård och andra berörda instanser. Regeringen bör återkomma med förslag till en nollvision när det gäller skador på ofödda som orsakas av alkohol.

Vad jag nu anfört bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna.

2. Kommersiell förmedling av alkohol, punkt 2 (S, MP, V)

av Lena Hallengren (S), Christer Engelhardt (S), Lennart Axelsson (S), Catharina Bråkenhielm (S), Eva Olofsson (V), Meeri Wasberg (S), Magnus Ehrencrona (MP) och Gunilla Svantorp (S).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 2 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Därmed bifaller riksdagen motionerna 2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 4, 2013/14:So523 av Per Lodenius (C),

2013/14:So577 av Christer Winbäck och Anita Brodén (båda FP) yrkandena 1 och 2,
2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 39 och
2013/14:So663 av Lars-Axel Nordell (KD).

Ställningstagande

Sedan den borgerliga regeringen under 2008 drev igenom att privatpersoner ska kunna föra in alkoholdrycker i Sverige pågår en successiv utveckling mot ökad tillgänglighet. Det finns en rad privata företag som via exempelvis hemsidor tar emot beställningar och kör hem alkohol till privatpersoner. Dessa företag är i praktiken inte bara transportörer, som det var tänkt i lagen, utan bedriver en förtäckt detaljhandel som undergräver detaljhandelsmonopolet. Finland och Norge har förtydligat sin lagstiftning för att skydda sina detaljhandelsmonopol. Vi är medvetna om den pågående utredningen (dir. 2014:1) och anser att det bör införas ett förbud mot kommersiell förmedling av alkoholdrycker. Regeringen bör snarast återkomma till riksdagen med förslag om detta

Vad vi nu anfört bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna.

3. Systembolagets verksamhet, punkt 3 (MP, V)

av Eva Olofsson (V) och Magnus Ehrencrona (MP).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 3 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Därmed bifaller riksdagen motion

2013/14:So347 av Jan Lindholm och Amineh Kakabaveh (MP, V) yrkandena 1–6 och avslår motion

2013/14:So372 av Olof Lavesson (M).

Ställningstagande

Vi anser att det inte finns någon motsättning mellan att värna det alkoholpolitiska målet och att arbeta för sociala och etiska mål för de som framställer produkterna. Regeringen kan genom ägardirektiv och riksdagen genom lagstiftning ställa krav på statliga bolag, och vi anser att det är viktigt att riksdagen är tydlig när det gäller metod för att nå målen. Vi anser att Systembolaget bör åläggas att ta ett större ansvar för arbetsrätt och sociala rättigheter hos leverantörer och producenter och att det av Systembolagets ägardirektiv också ska framgå dels att Systembolaget ska ställa krav på att mänskliga rättigheter inte får ifrågasättas i leverantörskedjan, dels att Systembolaget ska få i uppdrag att utveckla begreppet ”andra affärsmissiga hänsyn” i sina inköpsvillkor. Därtill anser vi att regeringen ska

låta utreda i vilken utsträckning krav kan riktas mot leverantörer till Systembolaget i fråga om att säkerställa mänskliga rättigheter för vinarbetare. Slutligen anser vi att Systembolagets uppdrag även ska vara att verka för att utbudet av Fairtrade-märkning eller annan likvärdig etisk och miljömässig märkning ökar i butikssortimentet. Regeringen bör se över innehållet i avtalet med Systembolaget i de delar vi nu pekat på.

Vad vi nu anfört bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna.

4. Alkoholreklam, förbud och inskränkningar, punkt 4 (S)

av Lena Hallengren (S), Christer Engelhardt (S), Lennart Axelsson (S), Catharina Bråkenhielm (S), Meeri Wasberg (S) och Gunilla Svan-
torp (S).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 4 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Därmed bifaller riksdagen motion

2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 37 och
avslår motionerna

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 5 och
2013/14:So480 av Elin Lundgren (S) i denna del.

Ställningstagande

Vi anser att marknadsföringen av alkohol ska begränsas och föreslår att regeringen prövar nya vägar för att se över möjligheterna till detta. Vi menar att Sverige redan i dag kan införa hårdare reklamregler utan att det strider mot EU-rätten. Den franska lagen om alkoholreklam (Loi Evin) visar att EU-rätten tillåter långtgående reklam begränsningar. Regeringen bör återkomma med ett förslag med strängare regler för marknadsföring av alkohol.

Vad vi nu anfört bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna.

5. Alkoholreklam, förbud och inskränkningar, punkt 4 (MP, V)

av Eva Olofsson (V) och Magnus Ehrencrona (MP).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 4 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Därmed bifaller riksdagen motionerna

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 5 och

2013/14:So480 av Elin Lundgren (S) i denna del och avslår motion

2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 37.

Ställningstagande

Sedan 2003 är det tillåtet med reklam för alkoholdrycker i vissa fall. I betänkandet från Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. (SOU 2013:50) nämns att marknadsföringen av alkoholdrycker har ”ökat närmast lavinartat” de senaste åren. I WHO:s alkoholstrategi framhålls att alkoholreklamens effekt på konsumenter, speciellt ungdomar, inte ska underskattas och de europeiska medlemsstaterna uppmuntras i strategin att utveckla lagstiftning och skyddsmekanismer för att motverka alkoholreklamens skadeeffekter. Bland annat rekommenderas ett totalförbud mot alkoholreklam.

Vi noterar att konstitutionsutskottet i sitt yttrande föreslår att socialutskottet avstyrker motionerna om ett totalförbud mot alkoholreklam. I motsats till konstitutionsutskottet anser vi att regeringen bör låta utreda frågan och återkomma till riksdagen med ett förslag.

Vad vi nu anfört bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna.

6. Svensk EU-linje om förbud mot alkoholreklam, punkt 5 (MP, V)

av Eva Olofsson (V) och Magnus Ehrencrona (MP).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 5 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Därmed bifaller riksdagen motionerna 2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 6, 2013/14:So480 av Elin Lundgren (S) i denna del och 2013/14:So522 av Per Lodenius (C).

Ställningstagande

I likhet med vad som sägs i den avvikande meningen i konstitutionsutskottets yttrande anser vi att det inte räcker med att varje medlemsstat, inom ramen för unionsrättsligt proportionella åtgärder, själv kan avgöra om och i vilken mån den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan. Vi delar uppfattningen att det stora problemet i sammanhanget är att alkoholdrycker inom EU framför allt betraktas som handelsvaror och att folkhälsoperspektivet osynliggörs. Det krävs alltså att de enskilda medlemsstaterna och deras bedömningar i fråga om nödvändiga åtgärder för att skydda folkhälsan ges företräde framför andra unionsintressen som exem-

pelvis handelsaspekter. Därför menar vi att det är av vikt att varje medlemsstat själv ska få avgöra om den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan.

Vad vi nu anfört bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna.

7. Handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar, punkt 9 (M, FP, C, KD)

av Anders W Jonsson (C), Saila Quicklund (M), Margareta B Kjellin (M), Isabella Jernbeck (M), Anders Andersson (KD), Metin Ataseven (M), Emma Carlsson Löfdahl (FP) och Helén Andersson (C).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 9 borde ha följande lydelse:

Riksdagen avslår motionerna

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V) yrkande 7 och

2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S) yrkande 41.

Ställningstagande

Vi delar motionärernas inställning att det är utomordentligt viktigt att minska alkoholbruket bland ungdomar och noterar inledningsvis att 2013 års undersökning av skolevers drogvanor (CAN rapport 139) visade på en fortsatt minskning av såväl andelen alkoholkonsumenter som den totala alkoholkonsumtionen. När det gäller den totala alkoholkonsumtionen uppmättes för pojkar i årskurs 9 den lägsta nivån sett till hela den studerade tidsperioden (1977–2013) och för flickorna den lägsta sedan 1986. Bland gymnasieeleverna uppmättes de lägsta nivåerna sedan 2004. Ett prioriterat mål i regeringens åtgärdsprogram för ANDT-politiken är en ökad användning av befintliga och verksamma metoder för att skjuta upp alkoholdebuten och minska den skadliga alkoholkonsumtionen. Vi noterar och ser positivt på att åtgärder vidtas för att minska langningen av alkohol till minderåriga och för att upprätthålla åldersgränserna och påminner om att riksdagen nyligen har ställt sig bakom bestämmelser som ger kommunerna möjlighet att genomföra kontrollköp av bl.a. folköl. (prop. 2013/14:56, bet. 2013/14:SoU16, rskr. 2013/14:164). Därtill pågår arbete med information till främst föräldrar men också till andra vuxna, till syskon och till äldre ungdomar. Vi vill även understryka betydelsen av att genom olika insatser ytterligare stärka föräldrarna i det förebyggande arbetet och noterar den nationella strategin för ett utvecklat föräldrastöd. Föräldrar är en viktig målgrupp för insatser för att bl.a. minska ungdomars alkoholkonsumtion. Forskning visar att föräldrar genom sin roll som gränssättare och vuxna förebilder har stora möjligheter att påverka sina barns alkoholdebut och framtida konsumtionsmönster (skr. 2013/14:87 s. 34). Slutligen kan näm-

nas utredningsförslaget om att utvidga möjligheten till en sanktion med marknadsföringsavgift när det gäller överträdelse av alkoholagens förbud mot att rikta marknadsföring särskilt till barn och ungdomar som inte har fyllt 25 år. Mot bakgrund av det arbete som pågår anser vi att riksdagen inte bör ta något initiativ med anledning av motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 7 och 2013/14:So657 (S) yrkande 41. Motionerna avstyrks.

Särskilda yttranden

1. Sveriges inriktning på EU-arbetet, punkt 7 (S)

Lena Hallengren (S), Christer Engelhardt (S), Lennart Axelsson (S), Catharina Bråkenhielm (S), Meeri Wasberg (S) och Gunilla Svantorp (S) anför:

Vi ser mycket positivt på att EU under 2006 antog en strategi för att minska de alkoholrelaterade skadorna i samhället. Strategin löpte ut 2012. Vi anser att det är olyckligt att kommissionen under 2013 föreslog att strategin ska ersättas av en handlingsplan eftersom det innebär en nedprioritering av frågan.

Varje land i EU ska ha rätt att själv besluta om alkoholpolitiken, men drickandets skadliga följder drabbar människor i alla EU-länder. Samhället betalar ett högt pris för alkoholkonsumtionen och dess konsekvenser. Alkoholkonsumtion är en av de huvudsakliga orsakerna (över 7 procent) till ohälsa och död i förtid i Europa.

Europaparlamentets utskott för miljö, folkhälsa och livsmedelssäkerhet (Envi) antog den 10 mars 2014 en resolution med en uppmaning till kommissionen att omedelbart sätta igång arbetet med en ny alkoholstrategi för EU. Resolutionen är inte lagligt bindande men likväl en stark signal till kommissionen att påbörja arbetet med en uppdaterad strategi för EU:s alkoholpolitik. Vi hävdar att det även fortsättningsvis behövs en alkoholstrategi inom EU och förbehåller oss rätten att återkomma i frågan.

2. Alkoholfrågor – förenklad behandling, punkt 10 (S)

Lena Hallengren (S), Christer Engelhardt (S), Lennart Axelsson (S), Catharina Bråkenhielm (S), Meeri Wasberg (S) och Gunilla Svantorp (S) anför:

Utskottet har genom förenklad motionshantering avstyrkt de motionsförslag som finns i bilaga 2. Då det gäller motionsförslagen hänvisar vi till tidigare ställningstaganden i motsvarande frågor i betänkande 2010/11: SoU4 En ny alkohollag och 2012/13:SoU16 Alkoholfrågor. Vi vidhåller de synpunkter som framförts i det sammanhanget men avstår från att på nytt ge uttryck för avvikande uppfattningar i en reservation.

BILAGA 1

Förteckning över behandlade förslag

Motioner från allmänna motionstiden hösten 2013

2013/14:Sk268 av Christer Winbäck och Anita Brodén (båda FP):

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att i EU uppmärksamma folkhälsoaspekten i alkoholfrågan.

2013/14:Ju412 av Morgan Johansson m.fl. (S):

90. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att ge polisen bättre möjligheter att bekämpa langning samt att skärpa straffet för langning.

2013/14:So206 av Eva Olofsson m.fl. (V):

4. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att det bör införas ett förbud mot kommersiell förmedling av alcoholdrycker
5. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att alla former av alkoholreklam bör förbjudas i Sverige.
6. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att regeringen inom EU bör driva frågan om att varje medlemsstat ska få avgöra om den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan.
7. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om en handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar.

2013/14:So244 av Boriana Åberg (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om sänkt ålder för att handla på Systembolaget.

2013/14:So347 av Jan Lindholm och Amineh Kakabaveh (MP, V):

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att det inte finns någon motsättning mellan att värna det alkoholpolitiska målet och att arbeta för sociala och etiska mål för de som producerar produkterna.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att Systembolaget bör ta ett större ansvar för arbetsrätt och andra sociala rättigheter.

3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att inom de gränser som EU sätter för Systembolagets verksamhet ska mänskliga rättigheter för de som producerar vinerna värnas.
4. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att utreda i vilken utsträckning krav kan riktas mot de importörer som har rätt att leverera till Systembolaget att säkerställa mänskliga rättigheter för vinarbetarna.
5. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att Systembolaget ska verka för att utbudet av produkter med Fairtrade-märkning eller annan etisk och miljömässig märkning ökar i butikssortimentet.
6. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att Systembolaget genom ägardirektiv bör få i uppdrag att utveckla begreppet ”andra affärsmässiga hänsyn” i sina inköpsvillkor så som i motionen anges.

2013/14:So371 av Olof Lavesson (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att överväga en förändring av 8 kap. 19 § alkohollagen.

2013/14:So372 av Olof Lavesson (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att se över möjligheterna för Systembolaget AB att hålla öppet även söndagar och helgdagar.

2013/14:So377 av Lena Asplund (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att regeringen bör överväga att sänka åldersgränsen på Systembolaget.

2013/14:So383 av Patrick Reslow (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten att se över åldersgränsen för inköp på Systembolaget.

2013/14:So421 av Bino Drummond (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att se över möjligheten att ta bort normala öppettider för lokaler med serveringstillstånd för alkohol.

2013/14:So480 av Elin Lundgren (S):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om alkoholreklamförbud.

2013/14:So501 av Elin Lundgren (S):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om en revidering av EU:s alkoholstrategi.

2013/14:So512 av Edip Noyan (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten att överväga en översyn av alkohollagen.

2013/14:So522 av Per Lodenius (C):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att regeringen i EU ska driva frågan att varje medlemsland självt ska få avgöra om alkoholreklam ska förbjudas.

2013/14:So523 av Per Lodenius (C):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att överväga möjligheterna att införa ett förbud mot kommersiell förmedling av alkoholdrycker.

2013/14:So525 av Mikael Oscarsson (KD):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om spridningsarbete och utbildning i insatser för att förverkliga en nollvision när det gäller skador på ofödda orsakade av alkohol- och narkotikabruk.

2013/14:So577 av Christer Winbäck och Anita Brodén (båda FP):

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om förbud mot kommersiell förmedling av alkoholdrycker vid sidan av detaljhandelsmonopolet.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen att lagförslaget ska beakta erfarenheterna av motsvarande lagstiftning i Norge och Finland.

2013/14:So580 av Edward Riedl (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten att se över åldersgränsen för att få handla alkohol på Systembolaget.

2013/14:So593 av Kajsa Lunderquist (M):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten att överväga en översyn av åldergränsen på Systembolaget.

2013/14:So657 av Lena Hallengren m.fl. (S):

37. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om alkoholreklam.
38. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om licensplikt för folkölsförsäljning.
39. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att förtydliga lagstiftningen kring privatinförsel av alkohol för annans räkning.
41. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om en nationell handlingsplan för minskat alkoholbruk bland ungdomar.

2013/14:So662 av Tuve Skånberg (KD):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att utreda en lag om att införa varningstexter på starköl, vin och sprit.

2013/14:So663 av Lars-Axel Nordell (KD):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att vidta åtgärder i syfte att upprätthålla Systembolagets detaljhandelsmonopol.

BILAGA 2

Konstitutionsutskottets yttrande 2013/14:KU5y

Alkoholfrågor

Till socialutskottet

Socialutskottet beslutade den 14 november 2013 att ge konstitutionsutskottet tillfälle att senast torsdagen den 30 januari 2014 yttra sig över vissa motioner om alkoholfrågor från den allmänna motionstiden 2013. Motionerna handlar om reklamförbud och en svensk EU-linje i ämnet samt varningstexter på alkoholvaror. Konstitutionsutskottet begränsar sitt yttrande till aspekter inom utskottets beredningsområde.

Konstitutionsutskottet föreslår att socialutskottet avstyrker samtliga motioner. I yttrandet finns en avvikande mening (V).

Utskottets överväganden

Förbud mot alkoholreklam

Motionerna

I kommittémotion 2013/14:So206 begär Eva Olofsson m.fl. (V) att alla former av alkoholreklam förbjuds i Sverige (yrkande 5). I motionen hänvisas till uttalanden från utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. bl.a. vad avser utredningens kartläggning av marknadsföring av såväl alkohol- som tobaksprodukter. Motionärerna konstaterar att alkoholindustrin hittills har lyckats kringgå svensk lagstiftning genom att annonsera i tv-kanaler som är sända från Storbritannien. Vidare konstaterar de att utredningen endast har lämnat förslag för att öka kontrollen och översynen av marknadsföringen av alkohol och tobak men inga förslag på hur den kan stoppas. Ett identiskt yrkande lämnas i motion 2013/14:So480 (yrkandet i denna del) av Elin Lundgren (S).

Gällande rätt m.m.

I de svenska grundlagarna finns bestämmelser om yttrandefrihet dels i regeringsformen (RF), dels i tryckfrihetsförordningen (TF), dels i yttrandefrihetsgrundlagen (YGL). I 2 kap. 1 § RF föreskrivs bl.a. att var och en gentemot det allmänna är tillförsäkrad yttrandefrihet: frihet att i tal, skrift eller bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor. Dock följer av 2 kap. 20 § första stycket punkt 1 RF att denna yttrandefrihet, i den utsträckning som medges i 21–24 §§, får begränsas genom lag. Således gäller enligt 2 kap. 21 § RF att begränsningar enligt 20 § endast får göras för att tillgodose ändamål som är godtagbara i ett demokratiskt samhälle. Begränsningen får vidare aldrig gå utöver vad som är nödvändigt med hänsyn till det ändamål som har föranlett den och inte heller sträcka sig så långt att den utgör ett hot mot den fria åsiktsbildningen såsom en av folkstyrelsens grundvalar. Av 2 kap. 23 § första stycket RF anges att friheten att yttra sig i näringsverksamhet får begränsas. Av förarbetena (prop. 1975/76:209) framgår att skälet till den sistnämnda begränsningen låg i intresset att reglera eller begränsa kommersiell reklam (s. 109 f.). Eftersom sådan reklam till stor del förekommer i tryckta skrifter eller i andra medier och därmed omfattas av TF och YGL, torde betydelsen av 2 kap. 23 § RF vara förhållandevis begränsad, vilket även framgick av förarbetena (s. 108 f.).

I 1 kap. 9 § TF finns undantag från TF:s exklusiva tillämpningsområde. Av bestämmelsens första punkt framgår att vad som i lag är stadgat om förbud mot kommersiella annonser ska gälla oavsett vad som sägs i TF om annonsen används vid marknadsföring av alkoholhaltiga drycker eller tobaksvaror. Detsamma gäller för kommersiella annonser i radio och andra

tekniska upptagningar som regleras av YGL. Således framgår av 1 kap. 12 § första stycket YGL att vad som sägs i 1 kap. 9 § TF om att föreskrifter i lag får meddelas i fråga om bl.a. vissa kommersiella annonser utan hinder av grundlagen också ska gälla i fråga om radioprogram och tekniska upptagningar. I 1 kap. 12 § andra stycket YGL anges att bestämmelserna i denna grundlag inte hindrar att det i lag meddelas föreskrifter om förbud i övrigt mot kommersiell reklam i radioprogram eller om villkor för sådan reklam. Detsamma gäller föreskrifter om förbud mot och villkor för annan annonsering och sändning av program, som helt eller delvis bekostas av någon annan än den som bedriver programverksamheten.

Enligt 2 kap. 15 § första stycket regeringsformen (RF) är vars och ens egendom tryggad genom att ingen kan tvingas avstå sin egendom till det allmänna eller till någon enskild genom expropriation eller något annat sådant förfogande eller tåla att det allmänna inskränker användningen av mark eller byggnad utom när det krävs för att tillgodose angelägna allmänna intressen. RF:s bestämmelse om skyddet för äganderätten omfattar både fast och lös egendom, bl.a. sådana immateriella tillgångar som innehavet av ensamrätten till ett varukännetecken representerar. Begränsningen i rätten att använda ett varukännetecken anses inte utgöra ett sådant tvångsövertagande av förmögenhetsrätt som avses i den ovannämnda bestämmelsen i regeringsformen utan har jämförts med en rådighetsinskränkning av det slag som faller utanför bestämmelsens tillämpningsområde (jfr även uttalanden i förarbetena till bestämmelsen i prop. 1993/94:117 s. 15 och 49).

Möjligheterna att fritt använda den immateriella rättighet som ensamrätten till ett varukännetecken representerar omfattas däremot av egendoms-skyddet i artikel 1 i första tilläggsprotokollet till Europakonventionen. Ingen fysisk eller juridisk person får berövas sin egendom, annat än i det allmännas intresse och under de förutsättningar som anges i lag och i folk-rättens allmänna grundsatser. Med egendom avses också immateriella rättigheter. Även ekonomiska intressen som följer av utövandet av en näringsverksamhet eller annan ekonomisk verksamhet skyddas av bestämmelsen. Bestämmelsen inskränker dock inte en stats rätt att genomföra sådan lagstiftning som staten finner nödvändig för att bl.a. reglera nyttjandet av viss egendom i överensstämmelse med det allmännas intresse. Av Europadomstolens praxis följer att den s.k. proportionalitetsprincipen ska användas vid avvägningen mellan olika skyddsvärda intressen. Vid reklam för alkoholdrycker är det ena intresset det allmännas intresse av att minska alkoholkonsumtionen i landet av hälsopolitiska skäl. Det andra intresset är näringsidkarnas egendomsskydd. Även partiella förbud mot viss reklam innebär begränsningar av möjligheterna att kommersiellt använda varumärken. Begränsningar av möjligheten att använda varukännetecken har tidigare ansetts utgöra en sådan tillåten inskränkning i äganderätten som anges i tilläggsprotokollets artikel 1, andra stycket (se prop. 2001/02:64 s.

34 f. och 2004/05:118 s. 27 f.). Även regleringen av t.ex. tobaksreklamen och framför allt förbudet mot sådan reklam i tryck (se prop. 1993/94:98) innebar en viss sådan inskränkning.

Vid införandet av inskränkningar i marknadsföringen av alkoholdrycker (prop. 2003/04:161 s. 52 f.) ansågs inskränkningarna vara förenliga med bestämmelserna om skyddet för yttrandefriheten samt bestämmelserna om egendomsskyddet i RF, Europakonventionen, varumärkesrätten och bestämmelserna i EG-fördraget om fri rörlighet för varor och tjänster. Vad gäller det sistnämnda angavs i propositionen att det i första hand är medlemsstaterna som är behöriga att vidta åtgärder för att skydda folkhälsan och att bestämmelser som begränsar möjligheterna att göra reklam för alkoholdrycker i syfte att motverka alkoholmissbruk är en åtgärd som bidrar till att skydda folkhälsan. Vidare angavs att sådana bestämmelser enligt EG-domstolens fasta praxis var förenliga med gemenskapsrätten så länge åtgärderna kunde anses proportionella (s. 54).

Marknadsföring av alkoholdrycker är inte ett harmoniserat område inom EU, men det finns gemensamma allmänna regler som gäller oberoende av varutyp, t.ex. för vilseledande och jämförande reklam (direktiv 2006/114/EG). För marknadsföring i samband med bl.a. e-handel finns vissa bestämmelser i det s.k. e-handelsdirektivet (2000/31/EG). EU-regler finns även kring förbud mot påståenden om bl.a. hälso- och närings effekter för alkoholdrycker på förpackningar eller i marknadsföringen av livsmedel (förordning (EG) nr 1924/2006). När det gäller marknadsföring på den audiovisuella marknaden finns en viss unionsrättslig minimireglering i det s.k. AV-direktivet (2010/13/EU) som i svensk rätt genomförts i radio- och tv-lagen (2010:696), men i övrigt står det enskilda medlemsstater fritt att själva reglera alkoholreklamen. För alkoholreklamen innebar direktivet att sådan reklam inte får riktas till eller skildra minderåriga, ge intryck av att alkoholkonsumtion leder till social eller sexuell framgång eller ge ett negativt intryck av nykterhet. AV-direktivet bygger på ursprungslandsprincipen (även betecknad sändarlandsprincipen), dvs. att det är den medlemsstat varifrån sändningen sker, som ska säkerställa att leverantören följer nationella lagar för tv-reklam. Det är dock tillåtet för ett mottagarland att ha strängare regler, utom i de fall där AV-direktivet har en precis lydelse om vad som är tillåten tillämpning av nationell rätt som annars på ett omotiverat sätt skulle hindra det fria flödet av tv-program i Europa som är direktivets syfte. Sverige har utnyttjat möjligheten till strängare regler. I 1 kap. 3 § andra stycket radio- och tv-lagen föreskrivs sålunda bl.a. att bestämmelserna om straff, särskild avgift och vite i 16 kap. ska gälla även för den som står under en annan EES-stats jurisdiktion enligt AV-direktivet.

I Sverige råder, utöver förbud enligt 7 kap. 3 § alkohollagen (2010:1622) mot marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter genom kommersiella annonser i radio- och tv-sändningar och beställ-tv, även förbud enligt 6 kap. 2 §, 7 kap. 2 § samt 15 kap. 9 § radio- och tv-lagen mot produktplacering i tv och beställ-tv av alkoholdrycker samt

sponsring i radio, tv och beställ-tv av någon vars huvudsakliga verksamhet är att tillverka eller sälja alkoholdrycker. Enligt 1 kap. 3 § radio- och tv-lagen gäller dock lagens bestämmelser endast för programföretag som är etablerade i Sverige.

Av 16 kap. 15 § radio- och tv-lagen följer att om en mot Sverige helt eller huvudsakligen riktad tv-sändning från ett programföretag (nedan företaget) etablerat i en annan EES-stat strider mot förbudet mot produktplacering av alkoholdrycker eller sponsring av någon vars huvudsakliga verksamhet är att tillverka alkoholdrycker, får en behörig myndighet i Sverige kontakta en behörig myndighet i den andra EES-staten för att uppmana företaget att följa bestämmelsen. Detsamma gäller om en sådan tv-sändning strider mot alkoholreklamförbudet i 7 kap. 3 § alkohollagen. Om uppmaningen inte följs får myndigheten ålägga företaget att betala en särskild avgift eller föra talan om marknadsstömningsavgift enligt reglerna i marknadsföringslagen (2008:486). Några förutsättningar är att företaget ska ha etablerat sig i det andra landet i syfte att kringgå den svenska lagstiftningen och att kommissionen har fastställt att de svenska åtgärderna är förenliga med unionsrätten.

Vad gäller periodiska skrifter eller andra skrifter på vilka TF är tillämplig, och som med avseende på ordningen för utgivningen är jämförbara med periodiska skrifter (nedan skrifter), så får kommersiella annonser enligt 7 kap. 4 § alkohollagen inte användas vid marknadsföring av alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. Detta förbud gäller dock inte i fråga om skrifter som tillhandahålls endast på försäljningsstället för sådana drycker. Av 7 kap. 5 och 7 §§ i samma lag följer begränsningar av annonserna i skrifter, t.ex. får de inte vara större än 2 100 spaltmillimeter och får inte framställa en hög alkoholhalt som en positiv egenskap. En sådan annons får inte strida mot god sed genom det sammanhang där den förekommer, använda sig av metoder som är opassande med tanke på konsumenten eller innehålla osanna eller vilseledande uppgifter om alkohol, alkoholkonsumtion, alkoholens verkningar eller andra egenskaper. Annonserna ska även på ett tydligt sätt återge en text som informerar om alkoholens skadeverkningar.

Enligt 7 kap. 1 § alkohollagen gäller att särskild måttfullhet ska iakttas vid marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter. Reklam får inte vara påträngande, uppsökande eller uppmana till bruk av alkohol. Den får inte heller rikta sig särskilt till eller skildra barn eller ungdomar som inte har fyllt 25 år.

Anmälan av vissa programföretag med säte utanför Sverige

Våren 2011 anmälde en nykterhetsorganisation ett trettiotal programföretag för att, enligt organisationen, ha bestämt företagets säte till Storbritanniens huvudstad i syfte att kringgå det svenska regelverket. Med anledning av anmälan kontaktade i april 2012 Myndigheten för radio och tv (nedan myn-

digheten) sin brittiska motsvarighet (Ofcom) för att få den brittiska myndighetens syn på jurisdiktionsfrågan. I en skrivelse från maj samma år angav Ofcom som sin uppfattning att programföretagen var etablerade i Storbritannien och att det inte framkommit omständigheter som gav anledning att ifrågasätta den brittiska jurisdiktionen. Myndigheten beslutade den 26 november 2012 att inleda ett samarbetsförfarande enligt 16 kap. 15 § radio- och tv-lagen med Ofcom. Samma datum skickade myndigheten en formell begäran där myndigheten anhöll om att Ofcom i sin tur skulle begära att de aktuella programföretagen skulle iaktta det svenska förbudet mot alkoholreklam i svensk tv. Ofcom har därefter skrivit till de aktuella programbolagen och begärt att de ska följa de svenska reglerna om förbud mot alkoholannonsering i tv. Programföretagen har låtit meddela att de inte avser tillmötesgå Ofcoms begäran.

Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m.

Utredningen (SOU 2013:50 s. 159 f.) föreslår bl.a. att förbudet mot användandet av kommersiella annonser vid marknadsföring av alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol ska utvidgas till att gälla även vid annonsering i tidningar som ges ut på internet samt att kravet på informationstexter ska utvidgas till att gälla för kommersiella annonser för alkoholdrycker i tidningar som ges ut på internet. Bakgrunden till utredningens förslag till ändringar i 7 kap. 4 och 7 §§ alkohollagen ligger i att många traditionellt sett tryckta tidningar numera även ges ut på internet och att annonseringen för alkoholdrycker i dessa s.k. nättidningar har ökat avsevärt under senare år. Eftersom dessa nättidningar vanligtvis innehåller ett urval av material som har funnits eller ska publiceras i papperstidningen, men inte sällan även material som endast läggs ut på webbplatsen, bl.a. video- och ljudinspelningar, omfattas dessa inte av den s.k. bilageregeln i 1 kap. 7 § TF. Detta innebär att det i dag är tillåtet att annonsera för starkare alkoholdrycker i tidningarnas nätupplagor men förbjudet i pappersupplagorna. Enligt utredningens mening framstår en lagteknisk uppdelning mellan pappers- och nättidningar i detta avseende som både förlegad och omotiverad, och det saknas numera bärande skäl för att låta särbehandlingen av tryckta tidningar vara kvar när det gäller alkoholreklam (s. 161). När det gäller kravet på informationstexter i kommersiella annonser finner utredningen inte några principiella skäl som kan motivera varför detta inte bör gälla även vid annan annonsering än i tryckta medier (s. 163). I sammanhanget bör även nämnas att utredningen inledningsvis konstaterade att en helt teknikneutral reglering i detta avseende skulle innebära ett totalförbud mot marknadsföring av drycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. Oavsett bärligheten av de skäl som kunde anföras till stöd för en sådan lösning fann utredningen att detta skulle gå utöver de begräns-

ningar som ges i utredningsdirektiven, nämligen att utredningen inte fick inskränka nuvarande möjligheter att marknadsföra alkoholdrycker (s. 160). Utredningens betänkande bereds inom Regeringskansliet.

Utskottets ställningstagande

Utskottet konstaterar att svenska grundlagar under vissa särskilda förutsättningar tillåter begränsningar i friheten att yttra sig i näringsverksamhet och förbud mot bl.a. alkoholreklam i kommersiella annonser. Vad gäller äganderätten tillåter Europakonventionen vissa begränsningar av möjligheten att använda varukännetecken. Av unionsrätten följer att vissa begränsningar av den fria rörligheten för varor och tjänster är tillåtna samt att behörigheten att vidta åtgärder för att skydda folkhälsan i första hand ligger på medlemsstaterna. Gemensamt för både Europakonventionen och unionsrätten är dock att de ovannämnda begränsningarna måste vara proportionerliga. Det förbud mot alla former av alkoholreklam som begärs i motionsyrkandena kan således strida mot bl.a. Europakonventionen och unionsrätten. Därtill noterar utskottet att förslag från utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. alltjämt bereds inom Regeringskansliet. Konstitutionsutskottet är mot denna bakgrund i dagsläget inte berett att tillstyrka motionsyrkandena och föreslår att socialutskottet avstyrker motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 5 och 2013/14:So480 (S) yrkandet i denna del.

Svensk EU-linje om förbud mot alkoholreklam

Motionerna

I kommittémotion 2013/14:So206 begär Eva Olofsson m.fl. (V) att regeringen inom EU driver frågan att varje medlemsland självt ska få avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan (yrkande 6). Motionärerna hänvisar bl.a. till att Världshälsoorganisationen (WHO) i sin europeiska strategi för att minska alkoholskador uppmuntrar de europeiska medlemsstaterna att utveckla lagstiftning och skyddsmekanismer för att motverka alkoholreklamens skadeeffekter. Identiska yrkanden lämnas i motionerna 2013/14:So480 (yrkandet i denna del) av Elin Lundgren (S) och 2013/14:So522 av Per Lodenius (C).

Propositionen om ANDT-strategin

I propositionen (prop. 2010/11:47) redogjorde regeringen för en samlad strategi för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken (ANDT-politiken). Syftet var att ange mål och inriktning för hur samhällets insatser ska genomföras, samordnas och följas upp under åren 2011–2015 samt att inhämta riksdagens godkännande av dessa mål. Av propositionen framgår att ett enskilt land har svårt att isolerat vidta nödvändiga åtgärder för att

begränsa den gränsöverskridande marknadsföringen av alkoholdrycker (s. 34). Mot den bakgrunden var begränsningar av alkoholmarknadsföringen en prioriterad fråga under det svenska EU-ordförandeskapet 2009. Unionens hälsoministrar antog på Sveriges initiativ rådsslutsatser om alkohol och hälsa där kommissionen uppmanades att överväga ytterligare steg för att skydda barn och unga från marknadsföring av alkohol. Vidare framgår av propositionen att regeringen avsåg att särskilt bevaka resultaten när kommissionen skulle överlämna sin rapport om genomförandet av unionens alkoholstrategi 2012. I propositionen angavs att EU-samarbetet omfattar många olika politikområden när det gäller frågor som rör alkohol, narkotika, dopning och tobak och att Sverige skulle verka för att upprätthålla respekten för antagna strategier och konventioner (s. 57). Det innebar att Sverige också på nationell nivå skulle leva upp till de åtaganden som har gjorts genom olika internationella överenskommelser och fördrag. Vidare framgår av propositionen att ett europeiskt och globalt informationssystem för uppföljning av de olika politiska besluten inom ANDT-området utvecklas inom EU och Världshälsoorganisationen (WHO). På alkoholområdet hade EU och WHO kommit fram till ett gemensamt förslag om att använda ett mindre antal enhetliga nyckelindikatorer för datainsamling och återrapportering till både EU och WHO.

Praxis från domstolar

I den s.k. Gourmetdomen (MD 2003:5) som avgjordes slutligt av Marknadsdomstolen stod två frågeställningar i fokus. Frågan i målet var dels om det var förenligt med reglerna om fri rörlighet att i allmänhet inskränka möjligheten att marknadsföra alkoholdrycker till konsumenter, dels om det svenska förbudet mot tidningsannonser var förenligt med unionsrätten. Målet hänsköts av första instansen (Stockholms tingsrätt) till dåvarande EG-domstolen (numera och nedan EU-domstolen) för förhandsbesked. I sin dom (mål C-405/98) slog EU-domstolen fast att det, med hänvisning till skyddet av folkhälsan, är förenligt med reglerna om fri rörlighet att inskränka eller i vissa fall förbjuda marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter. En sådan inskränkning skulle dock enligt unionsrättslig praxis vara proportionerlig. Om det således var möjligt att skydda folkhälsan mot alkoholens skadeverkningar genom åtgärder som i mindre utsträckning påverkade handeln inom gemenskapen skulle inskränkningen ses som oproportionerlig och därmed i strid med unionsrätten. EU-domstolen slog också fast att denna proportionalitetsbedömning skulle göras av nationella domstolar. Efter att ha erhållit förhandsavgörandet prövade först tingsrätten och sedan Marknadsdomstolen förbudet mot tidningsannonser. Mot bakgrund av att det förekom redaktionella texter som handlade om alkohol, att det fanns flera andra möjligheter att göra alkoholreklam samt att staten hade andra mer effektiva styrmedel till sin hjälp ansåg Marknadsdomstolen i likhet med tingsrätten att totalförbudet mot tid-

ningsannonser vid en sammantagen bedömning var oproportionerligt i unionsrättslig mening. Mot bakgrund av domen föreslog regeringen ändringar i alkohollagen (prop. 2002/03:87).

EU-domstolen har i andra avgöranden konstaterat att bestämmelser som begränsar möjligheterna att göra reklam för alkoholhaltiga drycker i syfte att motverka alkoholmissbruk bidrar till att skydda folkhälsan (se dom i målen C-1/90, C-176/90 samt C-262/02). Domstolen har konstaterat att det är medlemsstaternas sak att besluta hur långtgående skyddet för folkhälsan ska vara och hur det ska säkerställas. De får emellertid bara göra detta inom de gränser som fastställs genom fördraget och de måste särskilt iaktta proportionalitetsprincipen, som förutsätter att de antagna åtgärderna är ägnade att säkerställa förverkligandet av det syfte som eftersträvas med dem och inte går utöver vad som är nödvändigt för att uppnå detta syfte.

Tidigare riksdagsbehandling

Ett liknande motionsyrkande behandlades i riksdagen hösten 2010 efter beredning i socialutskottet. I motionen 2010/11:So424 av Mikael Oscarsson (KD) begärdes ett tillkännagivande om att Sverige i EU ska driva frågan om att varje medlemsland självt får avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan. Socialutskottet erinrade om att marknadsföringen av alkoholdrycker och dess effekter på ungas alkoholkonsumtion och skador hade varit en prioriterad fråga inom folkhälsoområdet under det svenska ordförandeskapet i EU och att Sverige tagit initiativ till rådsslutsatser som bl.a. lyfter fram vikten av att minska marknadsföring av alkoholdrycker riktad till unga. Utskottet ansåg att det var väsentligt att Sverige också i fortsättningen för en politik som, utan att strida mot EUrätten, är restriktiv till marknadsföring av alkohol och avstyrkte motionen (bet. 2010/11:SoU4 s. 40). Riksdagen beslutade i enlighet med utskottets förslag. Därutöver har liknande motionsyrkanden behandlats förenklat under våren 2013 där socialutskottet hänvisade till att riksdagen tidigare under mandatperioden hade avslagit motionsyrkanden på utskottets förslag (se bet. 2012/13:SoU16 s. 16 och 28).

Utskottets ställningstagande

Som framgått ovan tillåter unionsrättens regler om fri rörlighet proportionerliga inskränkningar, även i vissa fall förbud, av marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter med hänvisning till skyddet av folkhälsan. Av EU-domstolens praxis framgår att frågan om huruvida dessa inskränkningar är proportionerliga ska avgöras av nationella domstolar. Av unionsrätten följer även att behörigheten att vidta åtgärder för att skydda folkhälsan ligger på medlemsstaterna i första hand. Det framstår således enligt utskottet som att varje medlemsstat, inom ramen för unionsrättsligt proportionerliga åtgärder, själv kan avgöra om och i vilken mån den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan. Redan i dag stadgar

svensk lag om förbud, som är förenliga med unionsrätten, mot marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter genom kommersiella annonser i radio- och tv-sändningar och beställ-tv, mot produktplacering i tv och beställ-tv av alkoholdrycker samt mot sponsring i radio, tv och beställ-tv av någon vars huvudsakliga verksamhet är att tillverka eller sälja alkoholdrycker. Svensk rätt innehåller även olika inskränkningar av marknadsföring av alkoholdrycker i skrifter. Därtill noterar utskottet att regeringen under det senaste svenska EU-ordförandeskapet prioriterade begränsningar av alkoholmarknadsföringen. Konstitutionsutskottet är mot denna bakgrund i dagsläget inte berett att tillstyrka motionsyrkandena och föreslår att socialutskottet avstyrker motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 6, 2013/14:So480 (S) yrkandet i denna del och 2013/14:So522 (C).

Varningstexter på alkoholvaror

Motionen

Tuve Skånberg (KD) efterfrågar i motion 2013/14:So662 att regeringen utreder en lag om att införa varningstexter på starköl, vin och sprit. I motionen anges bl.a. att WHO placerar alkoholen på femte plats bland enskilda orsaker till för tidig död och sjukdom. Motionären vill fästa regeringens uppmärksamhet på följande inkonsekvens: Om etylalkohol i dag skulle ha introducerats som en beståndsdel i livsmedel skulle ämnet ha klassificerats som ett gift och därmed ha underkastats de restriktioner lagstiftningen föreskriver för giftiga ämnen. I linje med riksdagens intention att minska alkoholkonsumtionen och därmed skadorna anser motionären att regeringen bör införa bestämmelser om att starköl, vin och sprit ska märkas med varningstexter, på samma sätt som för närvarande görs på cigarettpaket. Motionären pekar även på den omständighet att andra länder, t.ex. USA, redan har infört sådana krav och att svensktillverkad sprit som exporteras märks med varningstext på flaskorna men att samma flaskor som säljs i Sverige saknar varningstext.

Gällande ordning m.m.

Vid lagärendet om införandet av 4 kap. 11 c § gamla alkohollagen (1994:1738), dvs. nuvarande 7 kap. 7 § alkohollagen (2010:1622) bedömde regeringen att det då inte var möjligt att ur ett EG-rättsligt perspektiv införa krav på texter som upplyser om de hälsorisker som är förbundna med bruk av alkoholdrycker på flaskor eller andra förpackningar. Detta eftersom ett sådant krav vore en handelshindrande åtgärd med längre gående konsekvenser för den fria rörligheten av varor än endast reklamrestriktioner har (prop. 2003/04:161 s. 52). Vidare framgick av propositionen att vissa andra medlemsstater dock hade uttalat intresse för att införa krav på texter även på förpackningarna till alkoholdrycker

och att regeringen således noga följer den fortsatta utvecklingen i dessa medlemsstater och av unionsrätten i denna del och kunde med anledning härav finna anledning att återkomma till riksdagen i frågan.

Information från Socialdepartementet

Enligt uppgift från Socialdepartementet har frågan om såväl hälsovarningar som nutritionsmärkning av alkoholdrycker berörts i en kommitté (med representanter från samtliga medlemsstater) som kommissionen utsett att följa genomförandet av unionens alkoholstrategi. Sverige har i kommittén framfört att det vore önskvärt om kommissionen kunde undersöka möjligheten att införa information om hälsoeffekter och/eller ingrediensinformation på alkoholdryckers flaskor och burkar. Detta skulle underlätta för de medlemsstater som önskar införa nationella regler med krav på sådan information utan att dessa skulle utgöra ett handelshinder. Under 2014 förs diskussioner mellan kommissionen och medlemsstaterna om en alkoholhandlingsplan för de närmaste åren. Ett av de förslag som framförts av Sverige och flera andra medlemsstater är att analysera effekter och möjligheter att införa gemensamma minimiregler för hälsoinformation och nutritionsmärkning. Redan i dag har några medlemsstater och alkoholproducenter på frivillig basis infört hälsoinformation om hälsorisker, t.ex. riskerna att konsumera alkohol under graviditeten. I Sverige säljs alkoholdrycker med frivilliga hälsovarningar om alkohol under graviditeten och vissa lokala producenter har varningar om alkohol i trafiken.

Tidigare riksdagsbehandling

Senast ett liknande motionsyrkande behandlades i riksdagen var hösten 2010 efter beredning i socialutskottet. I motion 2010/11:So545 av Jan Lindholm m.fl. (MP) begärdes i yrkande 10 ett tillkännagivande om varningstexter på alkoholförpackningar. Socialutskottet hänvisade bl.a. till den inskränkning av marknadsföring av alkoholdrycker i 7 kap. 5 § alkohollagen som vid antagandet av den nya alkohollagen blev generellt tillämplig oavsett val av medium. Socialutskottet avstyrkte motionsyrkandet (bet. 2010/11:SoU4 s. 40) och riksdagen beslutade i enlighet med utskottets förslag.

När socialutskottet under våren 2006 behandlade ett flertal motioner med yrkanden om varningstexter på alkoholförpackningar såg utskottet positivt på ett införande av varningstexter och hade därför förståelse för de synpunkter som framfördes i motionerna. Socialutskottet ansåg dock att frågan om huruvida krav på varningstexter kunde utgöra handelshinder enligt EG-rätten borde klarläggas innan frågan avgjordes. Något initiativ borde därför inte tas med anledning av motionerna som avstyrktes av utskottet (bet 2005/06:SoU12 s. 52). Riksdagen beslutade i enlighet med utskottets förslag.

Utskottets ställningstagande

Inledningsvis noterar utskottet att offentlighetsrättsliga krav på varningstexter på alkoholdryckers förpackningar om de hälsorisker som är förbundna med bruk av dessa drycker tidigare har bedömts kunna utgöra ett unionsrättsligt handelshinder. Utskottet har dock inhämtat att bl.a. Sverige i diskussionerna mellan kommissionen och medlemsstaterna om en alkoholhandlingsplan har aktualiserat frågan om unionsregler för bl.a. hälsoinformation. I sammanhanget konstaterar utskottet att vissa andra medlemsstater redan innan sommaren 2004 hade uttalat intresse för att införa krav på varningstexter. Konstitutionsutskottet är i dagsläget inte berett att tillstyrka motionsyrkandet och föreslår att socialutskottet avstyrker motionen 2013/14:So662 (KD).

Stockholm den 30 januari 2014

På konstitutionsutskottets vägnar

Peter Eriksson

Följande ledamöter har deltagit i beslutet: Peter Eriksson (MP), Andreas Norlén (M), Helene Petersson i Stockaryd (S), Lars Elinderson (M), Billy Gustafsson (S), Karl Sigfrid (M), Phia Andersson (S), Hans Hoff (S), Per-Ingvar Johnsson (C), Hans Ekström (S), Kajsa Lunderquist (M), Tuve Skånberg (KD), Jonas Åkerlund (SD), Mia Sydow Mölleby (V), Cecilia Brinck (M), Lena Sommestad (S) och Stefan Käll (FP).

Avvikande mening

Avvikande mening (V)

Mia Sydow Mölleby (V) anför:

Även om utskottet konstaterar att varje medlemsstat, inom ramen för unionsrättsligt proportionerliga åtgärder, själv kan avgöra om och i vilken mån den vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan anser jag att detta inte räcker. Det stora problemet i sammanhanget är att alkoholdrycker inom EU framför allt betraktas som en handelsvara och att folkhälsoperspektivet osynliggörs. Det kan finnas situationer där t.ex. ett totalförbud mot tidningsannonser bedöms som oproportionerligt i unionsrättslig mening, såsom fallet var med den s.k. Gourmetdomen. Det krävs således att de enskilda medlemsstaterna och deras bedömningar i fråga om nödvändiga åtgärder för att skydda folkhälsan från bl.a. alkoholrelaterade skadeverkningar ges företräde gentemot övriga unionsintressen, t.ex. handelsaspekter. Jag anser därför att det är av vikt att regeringen inom EU driver frågan att varje medlemsland självt ska få avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan. Mot bakgrund av detta föreslår jag att socialutskottet tillstyrker motionerna 2013/14:So206 (V) yrkande 6, 2013/14:So480 (S) yrkandet i denna del och 2013/14:So522 (C).

BILAGA 3

Motionsyrkanden som avstyrks av utskottet i förslagspunkt 10

Motion	Motionärer	Yrkanden
10. Alkoholfrågor – förenklad behandling		
2013/14:Ju412	Morgan Johansson m.fl. (S)	90
2013/14:So244	Boriana Åberg (M)	
2013/14:So371	Olof Lavesson (M)	
2013/14:So377	Lena Asplund (M)	
2013/14:So383	Patrick Reslow (M)	
2013/14:So421	Bino Drummond (M)	
2013/14:So580	Edward Riedl (M)	
2013/14:So593	Kajsa Lunderquist (M)	
2013/14:So657	Lena Hallengren m.fl. (S)	