

## Motion till riksdagen 2005/06:N465

av **Jan Lindholm (mp)**

# Vin & Sprits marknadsföring

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anføres om Vin & Sprits aggressiva marknadsföring.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anføres om att regeringen skall ålägga Vin & Sprit att redovisa vad de gör för att regeringens alkoholpolitiska mål skall kunna uppfyllas.

## Motivering

Allt sedan det statliga monopolet i leverantörsled avskaffades har Statliga Vin & Sprit bedrivit en aggressiv marknadsföring av sina produkter, och den har varit framgångsrik. Förra året omsatte bolaget 9,3 miljarder kronor, försäljningsvolymen av sprit var 131,4 miljoner liter. Vin & Sprit har i dag 85 % av sin försäljning utanför Sverige. Absolut Vodka är ”den svenska exportsuccén”, och de så kallade framgångarna fortsätter. Första kvartalet i år ökade försäljningsvolymen med 8 %. Aldrig tidigare har så mycket Absolut Vodka lämnat Åhus hamn, och nu byggs en ny produktionsanläggning som kommer att ha kapacitet att tappa 22 miljoner flaskor per år.

Redan 1994 uppmärksammades, i en tvärpolitisk motion av c, fp, kds, s och v, den mycket aggressiva marknadsföringen av Absolut Vodka såväl i industrialiserade länder som i utvecklingsländer. Miljöpartiet de gröna var tillfälligt utanför riksdagen vid denna tidpunkt men skrev en motion två år senare. Marknadsföringen har dock fått fortgå utan ändringar och är särskilt intensiv i fattigare länder.

I dag används musik och mode i marknadsföringen. Under förra året medverkade fyra musikproducenter från Spanien, Polen, Ryssland och Tyskland i projektet Absolut Tracks. Kända skådespelare används också, t.ex. i kampanjer i USA. I Sverige riktas marknadsföringen till branschfolk, då marknadsföringen av alkoholdrycker direkt mot konsumenterna omgärdas av en rad regler.

**Fel! Okänt namn på**

Vi anser att Vin & Sprits marknadsföring rimmar mycket dåligt med regeringens alkoholpolitiska mål om att minska alkoholens skadeverkningar. I målen ingår att ingen alkohol ska förekomma i trafiken, på arbetsplatser eller under graviditet, att åstadkomma en alkoholfri uppväxt, att skjuta upp alkoholdebuten, att minska berusningsdrickandet, att åstadkomma fler alkoholfria miljöer och att undanröja den illegala alkoholhanteringen. Tidigare hade Sverige, och WHO, som mål att minska alkoholkonsumtionen med 25 % fram till år 2000. Med facit i hand vet vi att den svenska alkoholkonsumtionen i stället ökat dramatiskt. Vi vet att alkohol är en av de absolut viktigaste riskfaktorerna bakom sjukdomsördan i Sverige. Vin & Sprit betalade visserligen 452 miljoner kronor i skatt förra året, men det är inte i närheten av de ca 160 miljarder kronor som alkoholens skadeverkningar kostar årligen.

Ur det perspektivet anser vi att den aggressiva marknadsföringen av alkohol från ett helstatligt bolag är helt oacceptabel och bör upphöra. Vi anser att Vin & Sprit, som ett helägt statligt bolag, bör åläggas att redovisa offentligt vad de gör för att regeringens alkoholpolitiska mål skall kunna förverkligas.

Stockholm den 5 oktober 2005

*Jan Lindholm (mp)*