

INTERPELLATION TILL STATSRÅD

Från Riksdagsförvaltningen
2020-02-28
Besvaras senast
2020-03-17

Till statsrådet Lena Micko (S)

2019/20:363 Konsumentverkets agerande gällande regler vid tobaksförsäljning

I december 2018 röstade riksdagen igenom en ny lagstiftning om tobaksprodukter. Riksdagen antog dock inte regeringens förslag till ny tobakslag i dess helhet utan ändrade regeringsförslaget genom att besluta att marknadsföringsreglerna i den äldre tobakslagen tillfälligt skulle överföras oförändrade till den nya tobakslagen. Riksdagen gav samtidigt regeringen i uppdrag att senast den 19 mars 2019 återkomma med ett nytt lagförslag om marknadsföring av tobaksvaror på internet. Ett tungt vägande skäl till riksdagens beslut var att regeringens förslag ansågs innebära att handel på internet med tobaksvaror skulle försvåras och att de föreslagna reglerna i praktiken skulle innebära en diskriminering av webbutiker i förhållande till fysiska försäljningsställen.

Efter att den nya tobakslagen trädde i kraft har Konsumentverket i flera avseenden agerat på ett sätt som i praktiken tydligt är ägnat att genomdriva marknadsföringsregler som motsvarar det regeringsförslag som riksdagen underkände. Konsumentverket tog bland annat fram ett förslag till allmänna råd som i allt väsentligt speglade det underkända förslaget vad gäller marknadsföring av tobaksprodukter online. Efter samstämmig kritik från remissinstanserna återkallade Konsumentverket förslaget till allmänna råd, för att senare ge ut nya allmänna råd där Konsumentverket ger uttryck för uppfattningen att kommersiella meddelanden inte ska vara tillåtna i webbutiker – trots att kommersiella meddelanden tillåts i fysiska butiker. Därutöver har Konsumentverket även i andra sammanhang gett uttryck för och agerat för att driva igenom en tolkning av regelverket som motsvarar de marknadsföringsregler som riksdagen redan 2018 underkände.

Det skapar en osäkerhet för marknadsaktörerna när Konsumentverket försöker driva igenom en tolkning av tobakslagen som inte överensstämmer med riksdagens beslut om att webbhandeln inte ska diskrimineras jämfört med fysiska butiker. Därtill innebär riksdagens beslut att det ankommer på regeringen att hantera frågan om tillåten marknadsföring av tobaksvaror på internet. Den tillfälliga lagstiftningen om marknadsföring av tobaksprodukter är just tillfällig i avvaktan på utfallet av den utredning som regeringen har tillsatt för att se över reglerna om marknadsföring av tobaksprodukter.

Det aktuella exemplet är ännu ett i raden där statliga myndigheter ägnar sig åt

opinionsbildning och ibland ren myndighetsaktivism. Vi har sett alltför många exempel på detta på senare år.

Mot denna bakgrund vill jag ställa följande frågor till statsrådet Lena Micko:

1. Avser statsrådet att ta initiativ till att säkerställa att Konsumentverkets råd överensstämmer med gällande lagar?
2. Hur ser statsrådet rent allmänt på om statliga myndigheter ägnar sig åt opinionsbildning?

.....

Jan Ericson (M)

Överlämnas enligt uppdrag

Anna Aspegren