

## Motion till riksdagen 2011/12:So469

av **Elin Lundgren (S)**

# Alkoholreklam

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att regeringen i EU bör driva frågan att varje medlemsland ska få avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att se över möjligheten att förbjuda alkoholreklam i Sverige.

## Motivering

Fram till 2003 var det inte tillåtet med alkoholreklam i Sverige. Förbudet var ett viktigt alkoholpolitiskt verktyg. Dock infördes i maj 2003 nya regler och det svenska totalförbudet mot alkoholreklam ersattes av nya regler som säger att det inte är tillåtet att införa reklam för alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. I och med denna förändring påbörjades en liberalisering av alkoholreklamreglerna och trots att nya regler infördes den 1 januari 2005 för att begränsa marknadsföringen av alkohol till konsumenter, är reglerna fortfarande mycket generösa.

Vi möter reklam för alkohol så gott som överallt. Självklart visar alkoholreklamen, eller reklamen för lättöl med syftet att stärka ett varumärke som också ger ut varor som klassas som alkoholdrycker, upp en bild av alkohol som någonting positivt.

Ingenting i alkoholreklamen låter ana att sju miljoner barn i EU lever i omständigheter där alkohol missbrukas eller att över 195 000 EU-medborgare varje år dör på grund av alkohol.

Vi kan inte blunda för alkoholens enorma skadeverkningar. Alkoholen är inte en handelsvara vilken som helst.

**Fel! Okänt namn på**

Förekommande argument i debatten om alkoholreklam har varit att den inte ökar drickandet utan enbart syftar till att höja ett varumärkes marknadsandel. Ny forskning visar dock att reklamen ökar ungas drickande och bidrar till att fler börjar dricka.

Forskningen om hur ungdomar påverkas av alkoholreklam visar att ungdomars alkoholdebut påverkas och att alkoholreklam får de ungdomar som redan dricker att öka sin konsumtion. Studierna visar att det finns ett direkt samband mellan hur mycket reklam ungdomarna utsätts för och hur mycket de ökar sin konsumtion. Studien är gjord på uppdrag av EU:s forum för alkohol och hälsa.

Forskningen bekräftas i WHO:s nyligen antagna europeiska strategi för att minska alkoholskador. De europeiska medlemsstaterna uppmuntras att utveckla lagstiftning och skyddsmekanismer för att motverka alkoholreklamens skadeeffekter. Bland annat rekommenderas ett totalförbud mot alkoholreklam.

Enligt en Sifo-undersökning från 2010 tycker 8 av 10 svenskar att förbudet mot alkoholreklam i tv är bra och 78 % av Sveriges befolkning tycker att det är fel att svensk lagstiftning kringgås genom tv-sändningar av alkoholreklam från utlandet.

Regeringen bör i EU driva frågan att varje medlemsland självt ska få avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan. Möjligheten att förbjuda alkoholreklam i Sverige ska ses över.

Stockholm den 4 oktober 2011

*Elin Lundgren (S)*