

Motion till riksdagen 2009/10:So240

av **Ulrika Karlsson i Uppsala (m)**

Tobakskontroll

Förslag till riksdagsbeslut

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

Motivering

Riksmötet 2005/06 antog en lag om tobakskontroll. Lagen innehöll bland annat ett förbud för tobaksföretag att sponsra ”evenemang eller verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt, om sponsringen kan antas medföra att avsättningen av tobaksvaror främjas” (14 b §).

Av propositionens författningskommentar framgår: ”Verksamhet som omfattas av bestämmelsen kan exempelvis vara driften av idrottsanläggningar, ungdomsgårdar, museer och teatrar.” Kommentaren säger också: ”Om ett företag som förknippas med en eller flera tobaksvaror bekostar ett evenemang eller en verksamhet får det anses medföra att avsättningen av tobaksvaror främjas.”

Författningskommentarens formuleringar lämnar inget utrymme för tolkningar. Sponsringsförbudet för tobaksföretag är absolut.

Det svenska börsföretaget Swedish Match har sedan länge ägnat sig åt olika former av sponsringsaktiviteter. Detta har hela tiden skett utan att bolagets varumärken har exponerats eller att andra marknadsföringsaktiviteter samordnats med sponsringen. Syftet med sponsringsaktiviteterna har istället varit att vårda relationer med främst leverantörer, återförsäljare och anställda. Det har också varit ett sätt att ta ett samhällsansvar. Bland inslagen i verksamheten kan nämnas bidragen till bärgningen av regalskeppet Kronan, driften av Tobaksmuseet på Skansen, Emigranternas Hus i Göteborg, Stiftelsen Solstickan, Swedish Match Cup i Marstrand och Båstadtennisen.

Fel! Okänt namn på

I flera motioner påpekades de orimliga konsekvenserna av sponsringsförbudet. Bland annat hotades Tobaksmuseet på Skansen av nedläggning. Motionärerna menade att förbudet enbart skulle gälla sponsring där tobaksvarumärken exponeras. De borgerliga partierna reserverade sig också i socialutskottet till förmån för motionerna.

Konsumentombudsmannen granskade senare Swedish Matchs sponsring av Tobaksmuseet.

Ur KO:s pressmeddelande: "Eftersom tobaksvaror visas ur ett historiskt och kulturellt perspektiv har KO inget att invända mot sponsringen." KO:s beslut är bra, men knappast förenligt med lagen och dess förarbeten. Det bör framgå redan i lagen vad som egentligen gäller.

Vi anser därför att första stycket i 14 b § bör få följande lydelse: "Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror får inte sponsra ett evenemang eller en verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt, om sponsringen innebär att ett eller flera tobaksvarumärken exponeras."

I socialutskottets betänkande 2007/08:SoU11 står det endast att utskottet inte anser att riksdagen ska ta initiativ till åtgärder som denna motion lyfter fram. Det är inte argument nog för att bortse från de fördelar skrivningen möjliggör beträffande bidrag från tobaksföretag till idrott och kultur. Vinnare är idrotts- och kulturutövare samt "konsumenter" av idrott och kultur. Förlorare finns det inga.

Stockholm den 28 september 2009

Ulrika Karlsson i Uppsala (m)