



Vissa alkohol- och tobaksfrågor

Sammanfattning

I betänkandet behandlas regeringens proposition 2002/03:87 Vissa alkohol- och tobaksfrågor och en motion som väckts med anledning av propositionen. Vidare behandlas tre motionsyrkanden i olika alkoholreklamfrågor från den allmänna motionstiden 2002.

Utskottet tillstyrker regeringens förslag i propositionen, vilka bl.a. innefattar en ändring i 4 kap. 11 § alkohollagen (1994:1738) som innebär att förbudet gällande marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter ändras till att avse drycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. Samtliga motionsyrkanden avstyrks.

Lagändringarna föreslås träda i kraft, vad gäller ovan närmare redovisade ändring, den 15 maj 2003 och i övrigt den 1 juli 2003 respektive den 30 september 2003.

I betänkandet finns en reservation.

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	1
Innehållsförteckning.....	2
Utskottets förslag till riksdagsbeslut.....	3
Redogörelse för ärendet.....	4
Ärendet och dess beredning.....	4
Propositionens huvudsakliga innehåll	4
Utskottets överväganden	5
Inköp av alkoholdrycker i vissa fall.....	5
Utskottets ställningstagande	5
Partihandel med alkoholdrycker i vissa fall.....	6
Utskottets ställningstagande	7
Alkoholreklam i tryckta skrifter	7
Utskottets ställningstagande	10
Lagförslaget i övrigt	11
Utskottets ställningstagande	11
Reservation.....	12
Bilagor:	
1. Förteckning över behandlade förslag.....	14
Propositionen.....	14
Följdmotioner.....	14
2. Regeringens lagförslag	15
Förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738)	15
Förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581).....	17

Utskottets förslag till riksdagsbeslut

1. Inköp av alkoholdrycker

Riksdagen antar 6 kap. 5 § regeringens förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738). Riksdagen avslår motion 2002/03:So46 yrkande 1.

Reservation (m) – delvis

2. Partihandel med alkoholdrycker

Riksdagen antar regeringens förslag till ändring i ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna till lagen (2001:414) om ändring i alkohollagen (1994:1738). Riksdagen avslår motion 2002/03:So46 yrkande 2.

Reservation (m) – delvis

3. Alkoholreklam

Riksdagen antar 4 kap. 11 § regeringens förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738). Riksdagen avslår motionerna 2002/03:So46 yrkande 3, 2002/03:So293, 2002/03:So455 yrkande 6 och 2002/03:So494.

Reservation (m) – delvis

4. Lagförslaget i övrigt

Riksdagen antar dels regeringens förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581), dels regeringens förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738) i den mån lagförslaget inte omfattas av vad utskottet föreslagit ovan.

Stockholm den 10 april 2003

På socialutskottets vägnar

Ingrid Burman

Följande ledamöter har deltagit i beslutet: Ingrid Burman (v), Chatrine Pålsson (kd), Kristina Zakrisson (s), Margareta Israelsson (s), Cristina Husmark Pehrsson (m), Conny Öhman (s), Catherine Persson (s), Carl-Axel Johansson (m), Marina Pettersson (s), Gabriel Romanus (fp), Kenneth Johansson (c), Christer Engelhardt (s), Anne Marie Brodén (m), Elina Linna (v), Kerstin-Maria Stalin (mp), Martin Nilsson (s) och Marita Aronson (fp).

Redogörelse för ärendet

Ärendet och dess beredning

I betänkandet behandlas regeringens proposition 2002/03:87 Vissa alkohol- och tobaksfrågor. I propositionen föreslås att riksdagen antar regeringens förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738) och lag om ändring i tobakslagen (1993:581) Regeringens förslag till beslut återges i *bilaga 1*. Regeringens lagförslag återges i *bilaga 2*. I betänkandet behandlas vidare den motion som väckts med anledning av propositionen samt tre motioner från allmänna motionstiden 2002. Förslagen i motionerna återges i *bilaga 1*.

Propositionens huvudsakliga innehåll

I propositionen föreslås ett förtydligande i alkohollagen (1994:1738) om att den som har stadigvarande tillstånd för servering skall kunna använda drycker från sitt eget lager även vid servering utanför det ordinarie serveringsstället. Vidare föreslås en ändring i samma lag av innebörd att den som har medgivits rätt att bedriva partihandel med alkoholdrycker med stöd av tidigare gällande bestämmelser på området ges möjlighet att fortsätta sin verksamhet till utgången av år 2005.

I propositionen föreslår regeringen också en ändring av 4 kap. 11 § alkohollagen (1994:1738) och redovisar i övrigt sin syn på behovet av åtgärder på alkoholreklamområdet mot bakgrund av Marknadsdomstolens dom den 5 februari 2003 i det s.k. Gourmetmålet. Bestämmelsen föreslås träda i kraft den 15 maj 2003.

Slutligen föreslås en ändring i tobakslagen (1993:581) som är föranledd av Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/37/EG av den 5 juni 2001 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillverkning, presentation och försäljning av tobaksvaror (EGT L 194, 18.7.2001, s. 26, Celex 32001L0037) – märkningsdirektivet. Ändringen syftar till att möjliggöra ingripanden mot överträdelser av förbudet i direktivet mot vilseledande produktbeskrivningar.

Utskottets överväganden

Inköp av alkoholdrycker i vissa fall

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen bör anta regeringens förslag till ändring i 6 kap. 5 § alkohollagen. Ett motionsyrkande om att rätten att få köpa spritdrycker, vin och starköl hos annan än Systembolaget AB skall utvidgas till att omfatta även andra än de med stadigvarande serveringstillstånd bör avslås.

Propositionen

Regeringen föreslår i propositionen att det genom ett förtydligande i alkohollagen (1994:1738) klargörs att det endast är den som enbart har tillstånd för servering i slutet sällskap vid ett enstaka tillfälle eller under en enstaka tidsperiod som är hänvisad till att göra inköp av de spritdrycker, vin och starköl som behövs för verksamheten hos detaljhandelsbolaget (Systembolaget Aktiebolag).

Motionen

I *motion So46 av Cristina Husmark Pehrsson m.fl. (m)* begärs tillkännagivande om inköp av alkoholdrycker i vissa fall (*yrkande 1*). Motionärerna anför att det föreslagna förtydligandet är bra men att även de som har tillfälliga serveringstillstånd vid vissa tillfällen bör få göra sina inköp från andra leverantörer än Systembolaget AB. Enligt motionärerna kan detta, under förutsättning att tillståndet prövas seriöst, knappast bli en länk för försäljning från tillverkare och partihandel till konsumenter som påverkar folkhälsan på ett negativt sätt.

Utskottets ställningstagande

Utskottet ställer sig bakom det i propositionen föreslagna förtydligandet i alkohollagen då detta nu leder till att bestämmelsen uttryckligen får den betydelse som var avsedd redan i det tidigare lagstiftningsärendet (prop. 2000/01:97, bet. 2000/01:SoU19, rskr. 2000/01:260). Utskottet tillstyrker således förslaget till lag om ändring i 6 kap. 5 § alkohollagen (1994:1738). Utskottet delar inte motionärernas uppfattning i motion So46 (m) yrkande 1 att även de som har tillstånd för servering i slutet sällskap vid ett enstaka tillfälle eller under en enstaka tidsperiod också skall få köpa spritdrycker, vin och starköl hos annan än Systembolaget AB. Motionsyrkandet avstyrks.

Partihandel med alkoholdrycker i vissa fall

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen bör anta regeringens förslag till ändring i punkt 2 i ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna till lagen (2001:414) om ändring i alkohollagen. Ett motionsyrkande om att riksdagen bör ge regeringen till känna att övergångsbestämmelserna inte kan förlängas ytterligare utöver nu aktuell förlängning bör avslås.

Propositionen

Regeringen föreslår i propositionen att ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna till lagen (2001:414) om ändring i alkohollagen (1994:1738) ändras på så sätt att den som har medgivits rätt att bedriva partihandel med alkoholdrycker med stöd av tidigare gällande bestämmelser ges möjlighet att fortsätta sin verksamhet till utgången av år 2005. Regeringen anför att genom lagen (1999:1001) om ändring i alkohollagen (1994:1738) ersattes tillstånden för partihandel med alkoholdrycker med en koppling till godkännande som upplagshavare eller registrering som varumottagare enligt lagen (1994:1564) om alkoholskatt (prop. 1998/99:134, bet. 1999/2000:SoU4, rskr. 1999/2000:42). Av ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna till ändringslagen följde att partihandelstillstånd som före den 1 januari 2000 hade meddelats annan än den som var godkänd som upplagshavare eller registrerad som varumottagare enligt lagen om alkoholskatt skulle fortsätta att gälla, dock längst till utgången av år 2001. Då det hade upplysts att det fortfarande vid utgången av år 2001 skulle komma att finnas ett inte ringa antal näringsidkare som innehade partihandelstillstånd för alkoholdrycker men som saknade godkännande eller registrering enligt lagen om alkoholskatt beslöt riksdagen på regeringens förslag att förlänga övergångstiden till utgången av år 2003 (prop. 2000/01:97, bet. 2000/01:SoU19, rskr. 2000/01:260).

Vidare anför regeringen att Statens folkhälsoinstitut har uppmärksammat regeringen på att det vid utgången av år 2003 kommer att finnas uppskattningsvis fyrtio innehavare av partihandelstillstånd som fortfarande saknar godkännande eller registrering enligt lagen om alkoholskatt. Enligt regeringen bör dessa näringsidkare skäligen kunna fortsätta sin verksamhet även efter utgången av år 2003. Övergångstiden för dem bör lämpligen förlängas till utgången av år 2005. I sammanhanget måste emellertid beaktas att det nu förflutit flera år sedan den nya ordningen för rätten till partihandel infördes. Regeringen avser därför att ge Statens folkhälsoinstitut i uppdrag att redovisa skälen till varför ifrågasvarande tillståndshavare ännu inte har kunnat erhålla godkännande eller registrering enligt lagen om alkoholskatt. I uppdraget bör också ingå att klargöra om det eventuellt kan föreligga något behov av att permanenta rätten till partihandel utan någon koppling till godkännande eller registrering enligt lagen om alkoholskatt.

Motionen

I motion So46 av Cristina Husmark Pehrsson m.fl. (m) begärs tillkännagivande om partihandel med alkoholdrycker i vissa fall (*yrkande 2*). Motionärerna pekar på att det, trots att lagen infördes 1999, fortfarande finns näringsidkare med partihandelstillstånd för alkoholdrycker som saknar godkännande eller registrering enligt lagen om alkoholskatt. Vidare har riksdagen tidigare, på begäran av regeringen, förlängt giltighetstiden för övergångsbestämmelserna från 2001 till 2003. Motionärerna anför att problemet uppenbarligen kvarstår eftersom det nu föreslås att riksdagen skall förlänga dessa bestämmelser till utgången av 2005. Detta ger inte ett intryck av en ansvarsfull alkoholpolitik. Enligt motionärerna bör övergångsbestämmelserna inte förlängas ytterligare efter 2005.

Utskottets ställningstagande

Utskottet tillstyrker förslaget till ändring i ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna till lagen (2001:414) om ändring i alkohollagen. Utskottet noterar med tillfredsställelse att regeringen avser att ge Statens folkhälsoinstitut i uppdrag att redovisa skälen för dröjsmålet med införandet av det nya regelsystemet fullt ut. Utskottet har förståelse för motionärernas synpunkter i motion So46 (m) yrkande 2. Något tillkännagivande från riksdagens sida är dock inte erforderligt. Motionsyrkandet avstyrks.

Alkoholreklam i tryckta skrifter

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen bör anta regeringens förslag till lag om ändring i 4 kap. 11 § alkohollagen som innebär att förbudet gällande marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter ändras till att avse drycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. Utskottet avstyrker ett motionsyrkande om att förslaget till ändring skall avslås. Utskottet avstyrker även motionsyrkanden från allmänna motionstiden gällande olika reklamfrågor, främst med hänvisning till att de får anses tillgodosedda med pågående arbete på området.

Propositionen

Regeringen föreslår i propositionen, mot bakgrund av utgången i det s.k. Gourmetmålet, att lagregleringen av marknadsföring av vissa alkoholdrycker i periodiska skrifter m.m. begränsas så att det anges att förbudet gäller spritdrycker samt vin som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. Regeringen bedömer att det, utöver den nu föreslagna ändringen, närmare bör utredas vilka ytterligare lagändringar som kan vidtas för att begränsa möjligheterna att införa alkoholreklam i tryckta skrifter. En särskild utredare med uppdrag

att närmare se över vilka lagändringar som kan göras bör därför tillsättas. Regeringen avser att snarast möjligt återkomma till riksdagen med förslag till ändring av lagstiftningen om förbud mot kommersiella annonser som används vid marknadsföring av alkoholdrycker i tryckta skrifter.

Regeringen anför i propositionen att alkoholreklam syftar till att främja efterfrågan på alkoholdrycker. Även om det också finns flera andra alkoholpolitiska styrmedel är möjligheten att begränsa marknadsföringen ett viktigt alkoholpolitiskt instrument. Marknadsföring har ofta stor genomslagskraft, och även om den inte får rikta sig särskilt till barn och ungdomar kan det befaras att unga är särskilt påverkbara beträffande de budskap som förs fram även i marknadsföring som riktar sig till något äldre åldersgrupper. De senaste årens ökande totalkonsumtion av alkohol i landet tillsammans med vetenskapen om att det är ungdomar mellan 18 och 25 år som dricker mest alkohol och att den genomsnittliga debutåldern sjunkit är oroande. Enligt regeringen bör därför alla tänkbara åtgärder vidtas för att motverka den utvecklingen och främja den framtida folkhälsan. Bestämmelser som begränsar möjligheterna att göra reklam för alkoholdrycker bidrar till att skydda folkhälsan. Vidare anser regeringen att mycket tunga folkhälsoskäl talar för att alkoholreklam även i framtiden skall begränsas avsevärt. Därför måste varje förändring av det i nuvarande lagstiftning stadgade reklamförbudet ske med stor försiktighet och vägas mot eventuella folkhälsoeffekter. Med hänsyn till vikten av skyddet för folkhälsan är det därför nödvändigt att sätta den lägsta volymprocent som nu bedöms möjlig som gräns. Mot bakgrund av Marknadsdomstolens dom föreslår regeringen därför att reklam i tryckt skrift endast får göras för drycker med en alkoholhalt på högst 15 volymprocent. Den föreslagna volymprocenten förekommer för övrigt som gräns också för vad som förstås med starkvin i lagen (1994:1565) om beskattning av viss privatinförsel (se 1 §), lagen (1994:1551) om frihet från skatt vid import m.m. (se 4 §) och lagen (1999:445) om exportbutiker (se 3 §) samt för det belopp som skall tas ut per liter enligt lagen (1994:1564) om alkoholskatt (se 3–5 §§).

Det är regeringens uppfattning att den föreslagna regleringen bidrar till att skydda folkhälsan. Förslaget är också proportionerligt med hänsyn till det mål som eftersträvas, dvs. i avvägningen mellan skyddet för folkhälsan och den fria rörligheten för varor och tjänster. Det har ännu inte syns några tendenser till att företelesen alkoholreklam i tryckta skrifter skulle ha ökat sedan Marknadsdomstolen meddelade sin dom i Gourmetmålet, men regeringens uppfattning är ändå att det är angeläget – mot bakgrund av vikten av skyddet för folkhälsan – att förbudet kan träda i kraft så snart som möjligt.

I propositionen anförs också att det trots den nu föreslagna lagändringen är nödvändigt att de konsekvenser domen får för de svenska reglerna analyseras ytterligare. Det bör övervägas om det är möjligt att införa mer ingripande begränsningar i rätten till marknadsföring av alkoholdrycker i kommersiella annonser i tryckta skrifter utan att för den skull komma i konflikt med EG-rätten eller den tryckfrihetsrättsliga regleringen. Utan att förekomma en utredning vill regeringen peka på att alternativ som kan undersökas är att t.ex.

införa särskilda krav på utformningen eller innehållet i annonserna eller ytterligare begränsningar i fråga om i vilka tidningar reklamen får förekomma, t.ex. om den tillåtna reklamen kan begränsas till tidningar, vilkas huvudsakliga innehåll har anknytning till mat och dryck. EG-rätten medger undantag från kravet på fri rörlighet av varor och tjänster då det är motiverat av bl.a. folkhälsoskäl. Utredaren skall i sitt arbete utgå från den vikt som måste läggas vid skyddet för folkhälsan. Regeringen anför också att det är dess avsikt att snarast möjligt återkomma i frågan.

Motionerna

I *motion So46 av Cristina Husmark Pehrsson m.fl. (m)* yrkas att riksdagen avslår regeringens förslag till lag om ändring av 4 kap. 11 § alkohollagen (1994:1738) om förbud att genom kommersiella annonser i periodiska tidskrifter marknadsföra alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol (*yrkande 3*). Motionärerna anför att missbruk av alkohol kan motverkas mer effektivt än genom den förbudsmentalitet som hittills inte visat sig vara ändamålsenlig ur folkhälsosynpunkt. Vidare anføres att regeringen inte kan visa att det finns ett samband mellan reklam i tidskrifter och de skadliga effekter som överkonsumtion av alkohol medför. Att fortsätta att lägga kraft på att införa reklamförbud för alkohol där volymprocenten blir gränssättande kommer vidare att leda till nya gränsdragningsproblem, vilket inte leder till bättre alkoholvanor eller bättre folkhälsa. I ett Europa där rörligheten och umgängeskulturen kommer att öka än mer kan, enligt motionärerna, missbruk av alkohol endast långsiktigt motverkas genom information, upplysning och attitydförändringar. Regeringens förslag i denna del bör därför avslås, och riksdagen bör uppdras åt regeringen att inleda samtal om att med frivillighet som grund reglera reklam för alkoholhaltiga drycker i tidningar och tidskrifter.

I *motion So455 av Göran Magnusson m.fl. (s, fp, kd, v, c, mp)* begärs tillkännagivande om marknadsföring av alkoholdrycker (*yrkande 6*). Motionärerna anför att marknadsföringen av alkoholdrycker om möjligt bör helt avvecklas.

I *motion So293 av Håkan Juholt (s)* begärs tillkännagivande om alkoholreklam. Motionären anför att spritreklam i tidningar, radio och TV inte kan försvaras utifrån några aspekter. Riksdagen måste åter uttala att annonsering och annan reklam för alkohol ej skall vara tillåten i svenska medier.

I *motion So494 av Carina Hägg (s)* begärs tillkännagivande om att förbudet mot alkoholreklam i tidningar och tidskrifter bör skärpas. Enligt motionären behöver sanktionssystemet mot alkoholreklam ses över och göras mer ändamålsenligt. Vidare bör lagen kompletteras med bestämmelser om lättölsreklam som innebär att kännetecken inte får förekomma som kan förväxlas och därigenom utnyttjas för att kringgå förbudet mot kommersiell alkoholanvändning.

Bakgrund m.m.

Särskilda regler för marknadsföring av alkoholhaltiga drycker till konsumenterna finns i 4 kap. 8–13 §§ alkohollagen. Reglerna omfattar endast alkoholdrycker, dvs. drycker som innehåller mer än 2,25 volymprocent alkohol. Alkoholdrycker får inte marknadsföras genom kommersiella annonser i tidningar (med undantag för folköl), radio eller TV, enligt 1 kap. 9 § tryckfrihetsförordningen (TF) och 1 kap. 12 § yttrandefrihetsgrundlagen (YGL). Vid marknadsföring på annat sätt, dvs. på annat sätt än genom kommersiell annons i tidningar, radio eller TV, ställs det i lagen upp ett krav på särskild måttfullhet. Vad som är särskild måttfullhet har definierats främst genom Konsumentverkets riktlinjer på området (KOVFS 1979:5 och 6). Alkohollagen innehåller också en särskild bestämmelse om att marknadsföring av alkoholdrycker inte får rikta sig särskilt till eller skildra barn och ungdomar (4 kap. 8 § andra stycket alkohollagen).

Socialutskottet behandlade senast våren 2002 i betänkande 2001/02:SoU6 *Alkoholpolitik*, vartill hänvisas, motionsyrkanden rörande alkoholreklam (s. 25 ff.). Utskottet anförde i sin bedömning bl.a. följande (s. 27).

Alkohollagens olika bestämmelser om marknadsföring till konsumenterna är enligt utskottets mening uttryck för att marknadsföring av alkoholdrycker skall ske med restriktivitet. Något tillkännagivande med anledning av motion So616 (s, v, kd, c, fp, mp) yrkande 5 är därför inte erforderligt.

Vad beträffar motion So629 (fp) yrkande 2 angående indirekt alkoholreklam anser utskottet att riksdagen inte bör ta något initiativ till åtgärder. Motionsyrkandet avstyrks därför.

Aktuella motioner avstyrktes. Till betänkandet fogades i denna del reservationer från dels m, dels v och mp. Riksdagen följde utskottet (prot. 2001/02:72 och 73).

Regeringen har i ett beslut den 18 mars 2003 (dir. 2003:33) tillkallat en särskild utredare för att föreslå begränsningar av marknadsföringen till konsumenterna i tryckta skrifter av alkoholdrycker. Vid utformandet av sina förslag skall utredaren utgå ifrån en hög hälsoskyddsnivå. Uppdraget skall redovisas till regeringen senast den 1 juli 2003.

Utskottets ställningstagande

Inledningsvis konstaterar utskottet att regeringen i nu aktuellt lagstiftningsärende agerat med den skyndsamhet som situationen kräver. Utskottet delar till fullo regeringens bedömning att möjligheten att begränsa marknadsföringen av alkoholdrycker är ett viktigt alkoholpolitiskt instrument. Utskottet delar även uppfattningen att den nu föreslagna regleringen bidrar till att skydda folkhälsan och att mycket tunga folkhälsoskäl talar för att alkoholreklam även i framtiden skall begränsas avsevärt. Utskottet gör samma bedömning som regeringen vad gäller skälen för den nu föreslagna bestämmelsen. Utskottet ställer sig således bakom förslaget till lag om ändring i 4 kap. 11 § alkohollagen. Följaktligen avstyrker utskottet motion So46 (m) yrkande 3.

Utskottet ser vidare positivt på att regeringen skyndsamt har tillkallat en särskild utredare för att föreslå begränsningar av marknadsföringen till konsumenter i tryckta skrifter av alkoholdrycker. Mot bakgrund av här aktuellt lagförslag och det arbete som nu initierats på området får motionerna So455 (s, fp, kd, v, c, mp) yrkande 6, So293 (s) och So494 (s) anses i huvudsak tillgodosedda.

Utskottet tillstyrker även i övrigt förslaget till lag om ändring i alkohollagen.

Lagförslaget i övrigt

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen bör anta regeringens förslag till lag om ändring i 15 § tobakslagen (1993:581).

Propositionen

Regeringen föreslår en ändring i 15 § tobakslagen (1993:581) som möjliggör ingripanden enligt det marknadsrättsliga sanktionssystemet mot förbudet i 14 b § samma lag mot vilseledande produktbeskrivningar.

Utskottets ställningstagande

Utskottet tillstyrker lagförslaget.

Reservation

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

Inköp av alkoholdrycker m.m. (punkterna 1, 2 och 3)

av Cristina Husmark Pehrsson (m), Carl-Axel Johansson (m) och Anne Marie Brodén (m).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att utskottets förslag under punkterna 1, 2 och 3 borde ha följande lydelse:

1. Riksdagen antar 6 kap. 5 § regeringens förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738) samt tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Riksdagen bifaller därmed motion 2002/03:So46 yrkande 1.
2. Riksdagen antar regeringens förslag till ändring i ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna till lagen (2001:414) om ändring i alkohollagen (1994:1738) samt tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Riksdagen bifaller därmed motion 2002/03:So46 yrkande 2
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservationen. Riksdagen bifaller därmed motion 2002/03:So46 yrkande 3 och avslår dels 4 kap. 11 § regeringens förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738), dels motionerna 2002/03:So293, 2002/03:So455 yrkande 6 och 2002/03:So494.

Ställningstagande

Vi anser, i enlighet med yrkande 1 i vår motion, att det föreslagna förtydligandet i 6 kap. 5 § alkohollagen är bra men att även de som enbart har tillfälliga serveringstillstånd för vissa tillfällen bör få göra sina inköp från andra leverantörer än Systembolaget AB. Enligt vår mening kan detta, under förutsättning att tillståndet prövas seriöst, knappast bli en länk för försäljning från tillverkare och partihandel till konsumenter som påverkar folkhälsan på ett negativt sätt.

Vi har noterat att det, trots att de nya reglerna infördes 1999, fortfarande finns näringsidkare med partihandelstillstånd för alkoholdrycker som saknar godkännande eller registrering enligt lagen (1994:1564) om alkoholskatt. Dessutom har riksdagen tidigare, på begäran av regeringen, förlängt giltighetstiden för övergångsbestämmelserna från 2001 till 2003. Som vi uppfattar det kvarstår problemet uppenbarligen eftersom det nu föreslås att riksdagen

skall förlänga dessa bestämmelser till utgången av 2005. Detta ger inte ett intryck av en ansvarsfull alkoholpolitik. Vi anser inte, i enlighet med yrkande 2 i vår motion, att övergångsbestämmelserna bör förlängas ytterligare efter 2005.

Vidare anser vi, i enlighet med yrkande 3 i vår motion, att riksdagen bör avslå regeringens förslag om förbud att genom kommersiella annonser i periodiska tidskrifter marknadsföra alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol. Detta eftersom missbruk av alkohol kan motverkas mer effektivt än genom den förbudsmentalitet som hittills inte visat sig vara ändamålsenlig från folkhälsosynpunkt. Vi anser inte heller att regeringen har kunnat visa att det finns ett samband mellan reklam i tidskrifter och de skadliga effekter som överkonsumtion av alkohol medför. Att fortsätta att lägga kraft på att införa reklamförbud för alkohol där volymprocenten blir gränssättande kommer vidare att leda till nya gränsdragningsproblem, vilket inte ger bättre alkoholvanor eller bättre folkhälsa. I ett Europa där rörligheten och umgängeskulturen kommer att öka än mer kan, enligt vår mening, missbruk av alkohol endast långsiktigt motverkas genom information, upplysning och attitydförändringar. Regeringens förslag i denna del bör därför avslås och riksdagen bör uppdra åt regeringen att inleda samtal om att med frivillighet som grund reglera reklam för alkoholhaltiga drycker i tidningar och tidskrifter som vänder sig till barn och ungdom under 18 år.

Vad vi nu anfört bör riksdagen, med bifall till motion So46 (m), som sin mening ge riksdagen till känna.

BILAGA 1

Förteckning över behandlade förslag

Propositionen

2002/03:87:

1. Regeringen föreslår att riksdagen antar regeringens förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738).
2. Regeringen föreslår att riksdagen antar regeringens förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581).

Följdmotioner

2002/03:So46 av Cristina Husmark Pehrsson m.fl. (m):

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om inköp av alkoholdrycker i vissa fall.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om partihandel med alkoholdrycker i vissa fall.
3. Riksdagen avslår regeringens förslag till lag om ändring av 4 kap. 11 § alkohollagen (1994:1738) om förbud att genom kommersiella annonser i periodiska tidskrifter marknadsföra alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol.

Motioner från allmänna motionstiden

2002/03:So293 av Håkan Juholt (s):

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

2002/03:So455 av Göran Magnusson m.fl. (s, fp, kd, v, c, mp):

6. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som i motionen anförs om marknadsföring av alkoholdrycker.

2002/03:So494 av Carina Hägg (s):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om att förbudet mot alkoholreklam i tidningar och tidskrifter skärps.

BILAGA 2

Regeringens lagförslag

Förslag till lag om ändring i alkohollagen (1994:1738)

Härigenom föreskrivs att 4 kap. 11 § och 6 kap. 5 § alkohollagen (1994:1738) samt punkt 2 i ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna till lagen (2001:414) om ändring i nämnda lag skall ha följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Vid marknadsföring av *spritdrycker, vin eller starköl* till konsumenter får inte användas kommersiella annonser i periodiska skrifter eller andra skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig och som med avseende på ordningen för utgivningen är jämförbara med periodiska skrifter. Detta gäller dock inte i fråga om skrifter som tillhandahålls endast på försäljningsställen för sådana drycker.

Den som har serveringstillstånd får köpa spritdrycker, vin och starköl som behövs för rörelsen endast av den som har rätt att bedriva partihandel med varan eller av detaljhandelsbolaget. Den som har tillstånd för servering i slutet sällskap vid ett enstaka tillfälle eller under en enstaka tidsperiod får dock göra motsvarande inköp endast hos detaljhandelsbolaget.

*Föreslagen lydelse***4 kap.**11 §¹

Vid marknadsföring av *alkoholdrycker som innehåller mer än 15 volymprocent alkohol* till konsumenter får inte användas kommersiella annonser i periodiska skrifter eller andra skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig och som med avseende på ordningen för utgivningen är jämförbara med periodiska skrifter. Detta gäller dock inte i fråga om skrifter som tillhandahålls endast på försäljningsställen för sådana drycker.

6 kap.5 §²

Den som har serveringstillstånd får köpa spritdrycker, vin och starköl som behövs för rörelsen endast av den som har rätt att bedriva partihandel med varan eller av detaljhandelsbolaget. Den som *enbart* har tillstånd för servering i slutet sällskap vid ett enstaka tillfälle eller under en enstaka tidsperiod får dock göra motsvarande inköp endast hos detaljhandelsbolaget.

¹ Senaste lydelse 1999:1001.

² Senaste lydelse 2001:414.

2. Partihandelstillstånd, som före ikraftträdandet har meddelats annan än den som avses i 4 kap. 1 § första stycket i dess nya lydelse, skall efter ikraftträdandet fortfarande gälla, dock längst till utgången av år 2003. Härvid gäller 7 kap. 1 § tredje stycket och 4 § samt 8 kap. 1 § i paragrafens lydelse före ikraftträdandet. Tullverket får ha direktåtkomst till uppgifter om sådana tillstånd i *Alkoholinspektionens* register.

2. Partihandelstillstånd, som före ikraftträdandet har meddelats annan än den som avses i 4 kap. 1 § första stycket i dess nya lydelse, skall efter ikraftträdandet fortfarande gälla, dock längst till utgången av år 2005. Härvid gäller 7 kap. 1 § tredje stycket och 4 § samt 8 kap. 1 § i paragrafens lydelse före ikraftträdandet. Tullverket får ha direktåtkomst till uppgifter om sådana tillstånd i *Statens folkhälsoinstitut*s register.

Denna lag träder i kraft den 15 maj 2003 i fråga om 4 kap. 11 § och i övrigt den 1 juli 2003.

Förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581)

Härigenom föreskrivs att 15 § tobakslagen (1993:581)¹ skall ha följande lydelse.

Nuvarande lydelse

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § eller 14 a § skall vid tillämpningen av 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenter. En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § första stycket andra och tredje meningen eller 14 a § första stycket 2 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

Föreslagen lydelse

15 §²

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14–14 b §§ skall vid tillämpningen av 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenter. En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § första stycket andra och tredje meningen eller 14 a § första stycket 2 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

Denna lag träder i kraft den 30 september 2003.

¹ Lagen omtryckt 1996:941

² Senaste lydelse 2002:811