

Socialutskottets yttrande

1982/83:4 y

om annonsförbud m. m. för tobaksvaror

Till näringsutskottet

Sedan år 1979 finns särskild lagstiftning, varigenom man med hänsyn till de hälsorisker som är förbundna med bruk av alkohol och tobak begränsat marknadsföringsåtgärderna för alkoholdrycker resp. tobaksvaror.

Näringsutskottet har berett socialutskottet tillfälle att yttra sig över motion 1981/82:2100 av Margareta Winberg m. fl. (s) vari framförs ett yrkande som syftar till att man skall ytterligare begränsa marknadsföringsåtgärderna för tobaksvaror dels genom att – i överensstämmelse med vad som redan gäller beträffande vissa alkoholdrycker – förbjuda kommersiella annonser för tobaksvaror, dels genom att ingripa mot utomhus-, butiks- och förpackningsreklamen för tobaksvaror.

Utskottet

Lagen (1978:763) med vissa bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker och lagen (1978:764) med vissa bestämmelser om marknadsföring av tobaksvaror trädde i kraft den 1 juli 1979. De båda lagarna har som grundregel att särskild måttfullhet skall iakttagas vid marknadsföringen av alkoholdrycker – dvs. spritdrycker, vin, starköl och öl – och tobaksvaror. Detta krav motiveras med hänvisning till de hälsorisker som är förbundna med bruk av alkohol och tobak. Reklamåtgärder och andra marknadsföringsåtgärder får inte vara påträngande eller uppsökande och får inte uppmåna till bruk av varorna.

Vid marknadsföring av spritdryck, vin eller starköl får vidare ej användas kommersiell annons i periodisk skrift eller annan skrift på vilken tryckfrihetsförordningen är tillämplig och som med avseende på ordningen för dess utgivning är jämförbar med periodisk skrift. Detta förbud mot tidningsannonsering gäller dock ej i fråga om skrift som tillhandahålls endast på försäljningsställe för spritdryck, vin eller starköl.

Tidningsannonser för tobaksvaror är tillåtna. Däri skall dock återges sådan varningstext och innehållsdeklaration som enligt lagen (1975:1154) om varningstext och innehållsdeklaration på tobaksvaror skall finnas på varuförpackningarna.

De två lagarna anknyter till marknadsföringslagen (1975:1418). Tillämpningen skall alltså handhas av konsumentombudsmannen (KO) och marknadsdomstolen. Handlingar som strider mot de nyss berörda föreskrifterna skall vid tillämpning av marknadsföringslagen anses vara otillbörliga mot konsumenterna.

Konsumentverket har i maj 1979 utfärdat riktlinjer för marknadsföring av spritdrycker, vin, starköl och öl klass II och för marknadsföring av tobaksvaror (*Konsumentverkets författningssamling 1979:5-7*). Riktlinjerna avser tillämpning av de två i föregående avsnitt redovisade lagarna. De omfattar inte reklam som anger endast säljställes namn, adress eller öppettider m. m.

I anslutning till lagarnas föreskrift om särskild måttfullhet vid marknadsföring av de berörda produkterna anges i riktlinjerna att övertalande eller särskilt aktiv marknadsföring inte får förekomma. Kravet på måttfullhet gäller all marknadsföring i val av reklammedel (reklambara), reklamens innehåll och utformning samt särskilda marknadsföringsmetoder (säljfrämjande åtgärder). Kravet gäller således bl. a. presentation av pris samt utformning av bild och text på förpackning.

Utöver grundregeln om måttfullhet anger riktlinjerna vissa restriktioner i fråga om marknadsföringens innehåll och utformning och i fråga om lokaler för reklamåtgärder.

Reklam för spritdrycker, vin eller starköl liksom för tobaksvaror får inte omfatta annan framställning i bild än särskilt måttfull återgivning av varan, enstaka förpackningar samt varumärke eller därmed jämförligt kännetecken. Bilden får i övriga delar inte innehålla mer än en färgnyans och skall vara neutral. Tidningsannonsering för sprit, vin och starköl är som ovan nämnts förbjuden. Annons för öl klass II eller tobaksvaror får enligt riktlinjerna inte förekomma i veckotidning eller annan publikation som riktar sig främst till ungdom under 20 år och inte heller på idrottssida i dagspress eller i idrotts- eller sporttidning. Annons i periodisk skrift eller annan jämförbar skrift får inte överstiga en yta av sammanlagt en halv sida i dagspress av normalt morgontidningsformat eller en hel sida i dagspress av normalt kvällstidningsformat eller en hel sida i populärpress och andra publikationer. De båda lagarnas bestämmelser om annonsering gäller inte annons i sådan facktidsskrift som vänder sig huvudsakligen till näringsidkare i deras egenskap av tillverkare eller distributörer av de berörda varorna.

När det gäller övriga reklambara föreskriver riktlinjerna att vid marknadsföring inte får användas bl. a. utomhusreklam, exempelvis reklam på eller vid allmän plats, i eller på allmänt trafikmedel, i vänthall eller liknande, vid allmän idrottsplats eller annan allmän arena, inbegripet reklam vid sportevenemang som är öppet för allmänheten.

Om butiksreklam anges i huvudsak i riktlinjerna att i lokal där alkoholdrycker och tobaksvaror saluhålls eller i direkt anslutning till sådan lokal (t. ex. skyltfönster) får reklam finnas, under förutsättning att den inte strider mot reglerna i riktlinjerna.

Den år 1977 tillkallade *tobakskommittén* (S 1977:03) – vilken haft i uppdrag att utarbeta ett program för arbetet med att nedbringa tobakskonsumtionen och motverka dess skadeverkningar – avgav år 1981 sitt

slutbetänkande (SOU 1981:18), Minskat tobaksbruk, med förslag till ett långsiktigt och allsidigt åtgärdsprogram mot tobaksbruket. Åtgärdsprogrammet indelas i (1) åtgärder som syftar till att förebygga tobaksdebut, (2) åtgärder som syftar till att förändra tobaksvanor, (3) åtgärder som skall förstärka och stödja nyssnämnda åtgärder samt (4) forskning, utveckling och utvärdering för att göra åtgärdsprogrammet mot tobaksbruket så effektivt som möjligt. Det centrala samhällsansvaret för åtgärdsprogrammet föreslås ligga på socialstyrelsen, som är central förvaltningsmyndighet för ärenden rörande hälso- och sjukvård. Skolöverstyrelsen, universitets- och högskoleämberget, arbetarskyddsstyrelsen och konsumentverket föreslås svara för vissa delar av åtgärdsprogrammet.

Åtgärdsprogrammet omfattar till stor del informationsinsatser. Tobakskommittén föreslog vidare en lag med vissa bestämmelser om rökning i offentlig lokal m. m. Härjämte föreslog tobakskommittén vissa åtgärder mot marknadsföringen av tobaksvaror.

Tidningsannonsering för tobaksvaror skulle enligt förslaget förbjudas. Detta skulle ske genom ändring av lagen med vissa bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker så att den även omfattar tobaksvaror, varvid lagen med vissa bestämmelser om marknadsföring av tobaksvaror skulle upphävas. Vidare skulle lagreglerna för utomhus-, butiks- och förpackningsreklam ges en mera strikt innebörd än f. n. Bl. a. skulle särskilt stränga krav för butiksreklam gälla i sådana butiker som inrättats främst för att sälja andra varor än tobaksvaror, t. ex. livsmedelsbutiker, herr- och damekiperingar och bensinstationer. Även detta skulle åstadkommas genom att tobaksvaror fördes in under samma regler som gäller för marknadsföring av alkoholdrycker.

I *motion 1981/82:2100* av Margareta Winberg m. fl. (s) begärs att regeringen snarast framlägger förslag om ändring i lagen med vissa bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker så att även marknadsföringen av tobaksvaror inkluderas. I motiveringen (i *motion 1981/82:2099*) till yrkandet framhåller motionärerna bl. a. att motiven för en skärpning av tobaksreklamen är många och att det förslag till ändring i lagen med vissa bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker som tobakskommittén presenterat är utmärkt.

Sedan motionen väcktes har beredningen inom regeringskansliet av tobakskommitténs slutbetänkande och ett tidigare delbetänkande av kommittén slutförts genom tre beslut som regeringen fattat den 30 juni i år.

Den dåvarande regeringen ansåg det angeläget att snabbt få till stånd fler rökfria miljöer men avvisade tobakskommitténs förslag om en tvingande lagstiftning. Regeringen uppdrog samtidigt åt arbetarskyddsstyrelsen och socialstyrelsen att i samråd utfärda rekommendationer om begränsning av tobaksrökningen i lokaler av gemensamhetskaraktär. För informationsåtgärder i anslutning till detta uppdrag fick socialstyrelsen disponera 500 000 kr.

Socialstyrelsen fick vidare i uppdrag att verka för att frågor som rör tobakens skadeverkningar ägnas ökad uppmärksamhet i utbildningen av läkare och annan vårdpersonal.

Utskottet har nyligen i sitt av riksdagen (rskr 1982/83:44) godkända betänkande SoU 1982/83:8 behandlat dels i motion 1981/82:2099 framställda yrkanden om att regeringen snarast skall framlägga ett förslag till ett samlat åtgärdsprogram för minskat tobaksbruk samt tobakskommitténs förslag till lag med vissa bestämmelser om tobaksrökning i offentlig lokal, dels ett i en annan motion framfört yrkande om antagande av nämnda lagförslag.

Utskottet anförde i betänkandet bl. a. att de insatser mot tobaksbruket som mot bakgrund av regeringens ovannämnda beslut är att vänta samt informations- och andra insatser av sjukvårdshuvudmännen, skolan m. fl., som utskottet förutskickat, delvis tillgodoser önskemålen om ett åtgärdsprogram mot tobaksbruket. Utskottet påpekade dock i betänkandet att problemen emellertid inte är lösta därmed. Det är, betonade utskottet, bl. a. nödvändigt att följa upp de olika åtgärderna för att få underlag för en fortsatt systematisk satsning mot tobakskonsumtionen. För detta behövs enligt utskottet att regeringen även i fortsättningen tar ett samlat ansvar för utvecklingen. På förslag av utskottet beslutade riksdagen att som sin mening ge regeringen till känna vad utskottet anfört beträffande ett åtgärdsprogram mot tobaksbruket.

Gällande lagstiftning om marknadsföring av alkoholdrycker och tobaksvaror har varit i kraft i drygt tre år. I det ansvar för utvecklingen beträffande tobaksbruket som riksdagen lagt på regeringen får vidare enligt utskottets mening anses ingå att bevaka i vad mån tillämpningen av lagstiftningen om marknadsföring av tobaksvaror m. m. påkallar en skärpt lagreglering. Något ytterligare initiativ från riksdagens sida torde därför enligt utskottets mening f. n. inte vara erforderligt. I överensstämmelse med vad näringsutskottet tidigare anfört i betänkande NU 1980/81:7 vill socialutskottet dessutom framhålla att det också ankommer på berörda myndigheter att följa utvecklingen av marknadsföringen och, om de finner det erforderligt, ta initiativ till ytterligare åtgärder.

Stockholm den 14 december 1982

På socialutskottets vägnar
INGEMAR ELIASSON

Närvarande: Ingemar Eliasson (fp), Evert Svensson (s), Göte Jonsson (m), Kjell Nilsson (s), Blenda Littmarck (m), Stig Alftin (s), Lilly Bergander (s), Ann-Cathrine Haglund (m), Ulla Tillander (c), Maria Lagergren (s), Anita Persson (s), Inga Lantz (vpk), Göran Ericsson (m), Gunnar Ström (s) och Rosa Östh (c).