

Betänkandet Hårdare regler för nya nikotinprodukter (SOU 2021:22)

TU – Medier i Sverige (TU) har getts tillfälle att yttra sig över rubricerad betänkande och får anföra följande.

Allmänna synpunkter

TU delar uppfattningen att nikotin och nikotinprodukter är och kan vara beroendeframkallande. Det är därför självklart att särskilda regler ska finnas på detta område. Det är samtidigt viktigt att inte reglera för långt och att ha regler som är oproportionerliga eller som står i konflikt med grundläggande regler om tryck- och yttrandefrihet.

Kravet på särskild måttfullhet vid marknadsföring

TU delar utredningens slutsats att det i TF och YGL saknas bestämmelser som skulle möjliggöra långtgående regleringar och förbud mot kommersiella annonser vid marknadsföring av tobaksfria nikotinprodukter.

Det kan även diskuteras om ett krav på särskild måttfullhet, om det sträcks för långt, skulle innebära att TF/YGL hindrar en sådan reglering.

TU delar utredningens synpunkt att den exakta innebörden av vad som är ”särskild måttfullhet” får lämnas till rättstillämpningen och de etiska system som finns inom marknadsföringsområdet, Reklamombudsmannen samt TUs egna rekommendationer.

Vad avser smak måste det enligt TU vara tillåtet att tala om vad produkten har för smak.

TU anser också att det är självklart att marknadsföringen av tobaksfria nikotinprodukter inte ska riktas mot barn eller unga då dessa är en skyddsvärd grupp.

Radio och TV

TU anser att utredningens slutsats om att det utan uttryckligt stöd i YGL kan införas ett förbud mot kommersiell reklam för tobaksfria nikotinprodukter i ljudradiosändningar, tv-sändningar och beställ-tv som omfattas av radio- och tv-lagen är tveksam. Liknelsen med spelmarknadsföring utan licens haltar då den avser spelverksamhet som saknar en enligt lag obligatorisk licens.

Varningstexter

TU anser att kravet på varningstext vid marknadsföring i periodiska skrifter eller andra jämförbara skrifter på vilka TF är tillämplig principiellt kan ifrågasättas. Mot bakgrund av att detta nu ändå är praxis vill TU inte ifrågasätta att motsvarande krav också ställs vid marknadsföring, där så är möjligt, i informationsamhällets tjänster.

Koppling till MFL

TU anser att kopplingen till otillbörlig marknadsföring i marknadsföringslagen är logisk, och har inget att erinra emot detta.

Stockholm 2021-09-06

TU – Medier i Sverige

Johan Taubert
VD

Jan Fager
Jurist