



Svar på remiss S2024/00726 angående En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas (SOU 2024:23)

Sveriges producenter av alkoholdrycker (SPAA) är en branschförening för alla som tillverkar alkoholdrycker i Sverige. Föreningen verkar för att skapa alkoholpolitiska och marknadsmässiga villkor som tillvaratar såväl branschens kommersiella intressen som den sociala hänsyn som följer av hantering av alkoholhaltiga drycker. SPAA utgör en delbranschförening inom Livsmedelsföretagen och är medlem i Spirits Europe, den europeiska branschorganisationen för alkoholproducenter.

SPAA tackar för möjligheten att inkomma med synpunkter på utredningens betänkande.

Sveriges producenter av alkoholdrycker (SPAA) anser att det är viktigt att de fakta som presenterats beaktas noggrant vid utformningen av politiska förslag som kan försvåra för företag att marknadsföra sina produkter. Vi menar att utredningen i detta avseende inte har lyckats tillräckligt väl.

Marknadsföring av alkohol är redan idag mycket strängt reglerad. De vinstintressen som utredningen lyfter fram omfattas redan av de strikta marknadsföringsregler som finns i svensk alkohollag, inte minst kravet på särskild måttfullhet och förbud att rikta sig till minderåriga.

Avsnitt 5.2.5 Provsamakning

SPAA stödjer förslaget att en myndighet ska få utfärda föreskrifter om provsmakning. Idag råder stora skillnader i hur reglerna tillämpas mellan olika kommuner, och vi anser därför att föreskrifter skulle kunna bidra till en mer enhetlig praxis.

Avsnitt 5.4 Informationstexter om alkoholens skadeverkningar vid marknadsföring

Enligt Alkohollagen (2010:1622) kapitel 7, §5, måste kommersiella annonser för alkoholdrycker i tryckta medier inkludera en tydlig informationstext om alkoholens skadeverkningar.

Alkoholförordningen (2010:1636) specificerar vilka informationstexter som kan användas.

Utredningen föreslår nu att kravet på informationstexter ska vara medieneutralt och därmed även gälla digital marknadsföring. Dessutom föreslås att tre av de mer generella informationstexterna tas bort.

Det bör betonas att det på detta område redan finns effektiva begränsningar. Det finns gränser för 25 år både på hemsidor och reklam i digitala kanaler och en begränsning som inte medger reklam för alkohol över 15% om inte de flesta av läsarna/besökarna är över 25 år.



Idag omfattas kommersiella annonser i tryckta medier av effektlandsprincipen, medan digital reklam faller under e-handelslagen (2002:562), som tillämpar ursprungslandsprincipen. Ett krav på informationstexter i digital reklam skulle därför bara gälla svenska företag, medan utländska aktörer som riktar sig mot svenska konsumenter inte skulle behöva följa dessa regler. Detta skulle skapa en konkurrensnackdel för svenska företag som marknadsför sina produkter, både inom Sverige och i andra EU-länder.

SPAA vill även lyfta fram att utredningen saknar ett resonemang kring vad som definierar en kommersiell annons i digitala kanaler. I dagsläget omfattas till exempel både kommersiella webbplatser, e-handelsbutiker och nyhetsbrev (som konsumenten själv har valt att prenumerera på) av detta begrepp. Utredningen har heller inte beaktat ändamålsenligheten eller proportionaliteten av detta krav, eller hur det skulle kunna genomföras tekniskt.

Precis som Alkoholgranskningsmannen och SVL påpekar i sitt remissyttrande finns det därför betydande brister i underlaget för utredningens förslag. SPAA avstyrker förslaget då det är oproportionerligt, ineffektivt och dessutom skulle snedvrída konkurrensen för svenska företag som vill marknadsföra sina produkter utomlands.

Avsnitt 5.5 Förmedlings- och försäljningstjänster av alkoholdrycker

Utredningen föreslår ett förbud mot att i kommersiellt syfte främja detaljhandel och distanshandel av alkoholhaltiga drycker. SPAA anser att förslaget är alltför långtgående, oproportionerligt och riskerar att leda till rättsosäkerhet för marknadsaktörer. SPAA avstyrker därför förslaget och hänvisar i övrigt till Alkoholgranskningsmannens remissyttrande och SVLs argumentation om jämförelsen med spelbranschen.

Stockholm 28 augusti

Sara Sundquist
Generalsekreterare