

Stockholm 30 augusti 2024

Till Socialdepartementet

s.remissvar@regeringskansliet.se

Kopia: s.hc.delning@regeringskansliet.se

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

SVL är en branschorganisation som representerar svenska dryckesföretag med både egen produktion och importverksamhet av vin och spritdrycker. Vi arbetar aktivt med frågor om alkoholpolitik, relationerna till Systembolaget samt frågor knutna till en sund dryckeskultur och hur våra produkter konsumeras. Vi har ett 50-tal medlemmar som säljer sina produkter till Systembolaget samt till företag med serveringstillstånd, främst hotell och restauranger.

Med anledning av remissen S2024/00726 avseende En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas (SOU 2024:23) vill Sprit & Vinleverantörsföreningen ("SVL") lämna följande svar.

SVL:s remissvar omfattar endast de delar som rör marknadsföring av alkohol, provsmakning och förändringar i reglerna kring serveringstillstånd. SVL tillstyrker även remissyttrande från Alkoholgranskningsmannen (AGM).

Sammanfattning av SVL:s remissvar

- SVL avstyrker förslaget om att göra regleringen om informationstexter medieneutral.
- SVL har inget att erinra mot förslaget att ta bort vissa informationstexter.
- SVL avstyrker förslaget om att förbjuda vissa förmedlingstjänster som länkning till Systembolaget m.fl. webbplats. Förslaget omfattar åtgärder som redan idag är reglerade i alkohollagen. Förslaget är heller inte ändamålsenligt utan är motiverat av andra skäl än att skydda folkhälsan. Förslaget är oproportionerligt och kommer medföra uppenbarliga svårigheter beträffande den reella möjligheten till påföljd.
- SVL tillstyrker förslaget om att regeringen eller den myndigheten som regeringen bestämmer ska få meddela föreskrifter om provsmakning.
- SVL tillstyrker förändringarna kopplade till reglerna om serveringstillstånd men vill även anföra att dessa inte är tillräckliga.

Inledande kommentar

SVL och dess medlemmar står bakom en måttfull konsumtion av alkohol som med fördel sker i sociala sammanhang. Därför ser SVL mycket positivt på den konsumtionsutveckling som skett de senaste 20 åren med drastiskt minskande alkoholkonsumtion i allmänhet och bland ungdomar i synnerhet. Enligt Centralförbundet för Alkohol och Narkotikaupplysning (CAN) har totalkonsumtionen av alkohol minskat med närmare 20 % sedan 2004 bland befolkningen i stort^{1 2}

1 <https://www.can.se/app/uploads/2023/10/can-rapport-221-alkoholkonsumtionen-i-sverige-2001-2022.pdf>

2 <https://www.can.se/app/uploads/2024/03/alkoholkonsumtionen-2023-preliminara-uppgifter.pdf>

och motsvarande siffra för ungdomar i gymnasiets år 2 är 61 %³. Under denna tidsperiod har även berusningsdrickandet minskat drastiskt.

Konsumtionsutvecklingen ska ses mot ljuset av att antalet serveringstillstånd har ökat under samma tidsperiod⁴ och investeringarna i alkoholreklam har ökat från 120 miljoner kronor till 1500 miljoner kronor⁵. SVL menar på att det är av stor vikt att dessa fakta tas i beaktande vid utformande av politiska förslag som syftar till att försvåra för företag att exempelvis marknadsföra sina produkter. Något som vi vill hävda utredningen har misslyckats med.

Nedan redogörs mer i detalj kring SVL:s ställningstagande i respektive fråga.

Avsnitt 5.2.1 Koppling mellan mat och alkoholservering

Utredningen föreslår lättnader i alkohollagen genom att en skrivning om att gästerna ska kunna erbjudas flera olika rätter ska ersätta nuvarande skrivning som kräver ett varierat utbud av maträtter. Därutöver föreslår utredningen att tidpunkten då matutbudet får begränsas till ett fåtal enklare rätter tidigareläggs till kl.22.00 jämfört med dagens 23.00. Regeringen eller den myndighet regeringen bestämmer ska få meddela föreskrifter om kraven i bestämmelsen och om undantag från kraven.

SVL tillstyrker förslaget då det innebär positiva lättnader för företag med serveringstillstånd. Myndighetsföreskrifter kan dessutom bidra till en mer enhetlig tillämpning av lagen mellan Sveriges kommuner. SVL önskar däremot anföra att de föreslagna förändringarna inte är tillräckliga och lever dessutom inte upp till de förväntningar som statueras i riksdagens tillkännagivande (bet. 2021/ 22:SoU10, punkt 5 reservation 7, rskr. 2021/22:150).

Avsnitt 5.2.5 Provsmaakning

SVL tillstyrker förslaget att myndighet får meddela föreskrifter om provsmakning. Tillämpningen av reglerna skiljer sig idag väldigt mycket mellan kommunerna och SVL ser därför att föreskrifter skulle skapa enhetlighet. Som utredningen konstaterar har SVL tagit fram egna riktlinjer för provsmakning av vin- och spritdrycker. SVL avser att dela dessa med den myndighet som regeringen utser som ansvariga för att meddela föreskrifter om provsmakning.

Avsnitt 5.4 Informationstexter om alkoholens skadeverkningar vid marknadsföring

Alkohollagen (2010:1622) kap 7. mom 5. stipulerar att vid marknadsföring av alkoholdrycker eller alkoholdrycksliknande preparat till konsumenter genom kommersiella annonser i periodiska skrifter eller andra skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig ska annonserna på ett tydligt sätt återge en text som informerar om alkoholens skadeverkningar (informationstext).

Alkoholförordningen (2010:1636) stipulerar i sin tur vilka informationstexter som annonsören får välja mellan. Utredningen föreslår nu att kravet på informationstext ska vara medieneutralt och således inte begränsas till enbart kommersiella annonser i periodiska skrifter. Utredningen föreslår även tre av de mer allmänt hållna informationstexterna ska tas bort.

3 <https://www.can.se/app/uploads/2023/12/can-rapport-223-cans-nationella-skolundersokning-2023.pdf>

4 <https://regeringen.se/contentassets/abad1a4b1d494066bd81e2cb3dddbbe08/dir.-2024-21.pdf>

5 Data från Sifo reklamätningar

Skälet till att göra kravet medieneutralt är enligt utredningen att marknadsföringen ger en odelat positiv bild till alkohol samt att "nätet" inkl. sociala medier inte omfattas av nuvarande reglering och att barn och unga därför är särskilt exponerade. Det finns redan idag krav i alkohollagen som syftar till att säkra barn och unga från alkoholreklam på nätet. Kravet om att 70% av mottagarna ska vara minst 25 år just i sociala medier innebär ett faktiskt och effektivt hinder mot att yngre personer nås av kommunikationen. Därtill ska det noteras att bland annat kravet på särskild måttfullhet och den s.k. bildregeln medför att osaklig kommunikation är otillåten. Det kan därför ifrågasättas om det verkligen förmedlas en sådan positiv bild av alkohol som utredningen hävdar och som i förlängningen motiverar att kravet på informationstexter skulle vara medieneutralt.

Kommersiella annonser i periodiska skrifter omfattas idag av effektlandsprincipen. Digital reklam å andra sidan omfattas av lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster (e-handelslagen), vilket innebär att digital reklam omfattas av ursprungslandsprincipen (5 § e-handelslagen). Ett krav på informationstexter i digital reklam skulle alltså enbart omfatta svenska företag och skulle i praktiken innebära att utländska företag som marknadsför sig digitalt mot svenska konsumenter inte skulle behöva förhålla sig till informationstexterna. Det skulle innebära en konkurrensnackdel för svenska företag som vill marknadsföra sina produkter, oavsett om det är gentemot den svenska marknaden eller mot konsumenter i annat EU-land. Därtill föreligger en stor risk att utländska producenter och leverantörer i än större utsträckning avstår från att frivilligt anpassa sig till svenska regler och i stället övergår till inhemska betydligt mer liberala regler. I slutändan skulle detta leda till ett försämrat folkhälsoskydd för svenska konsumenter. Detta berörs inte i utredningens resonemang överhuvudtaget.

Slutligen vill SVL lyfta att utredningen saknar resonemang kring definitionerna av en kommersiell annons i digitala kanaler. Enligt nu gällande praxis omfattas exempelvis både kommersiella webbplatser, e-handelsbutiker och nyhetsbrev (som konsumenten frivilligt väljer att prenumerera på) av begreppet. Förslaget om att kravet på informationstexter ska vara medieneutralt medför således att 20% av innehållet som visas för besökaren på vissa av sidorna på Systembolagets webbplats ska bestå av informationstext. Likaså ska 20% av ett nyhetsbrev som sänts till konsument efter uttrycklig beställning/samtycke vara informationstext. Inte heller redogörs för ändamålsenlighet eller proportionalitet. Utredningen har heller inte beaktat, eller redogjort för, hur kravet ska kunna tillmötesgåas rent tekniskt.

Precis som AGM anför i sitt remissyttrande så föreligger således påtagliga brister i det underlag som utredningen baserar sitt förslag på. SVL avstyrker därför förslaget då det är såväl oproportionerligt, icke ändamålsenligt och dessutom skulle det snedvrیدا konkurrensen för svenska företag som önskar marknadsföra sina produkter. Dessutom finns andra regler i alkohollagen som garanterar en hög etisk nivå i marknadsföringen av alkoholhaltiga drycker och som dessutom skyddar barn och unga för exponering av densamma.

SVL har inget att erinra mot förslaget att ta bort vissa informationstexter.

Avsnitt 5.5 Förmedlings- och försäljningstjänster av alkoholdrycker

Utredningen föreslår ett förbud mot att i kommersiella syften främja detaljhandel och distanshandel av alkoholhaltiga drycker. Överträdelse ska kunna leda till böter eller i fängelse i högst två år, eller om brottet är grovt, till fängelse i högst fyra år.

I realiteten innebär förslaget att det blir förbjudet för leverantörer att vidarelänka konsumenter från exempelvis sina egna hemsidor till Systembolagets hemsida där konsumenten kan köpa den specifika produkten. I och med att överträdelse kan leda till långa fängelsestraff är förslaget i praktiken en kriminalisering av sådan vidarelänkning som beskrivs i slutbetänkandet. Förslaget är i SVL:s mening allt för långtgående, oproportionerligt och riskerar att leda till rättsosäkerhet för marknadens aktörer. SVL avstyrker därför från förslaget och hänvisar, utöver nedan redogörelse, till remissyttrande från Alkoholgranskningsmannen.

Utredningen liknar förslaget med det främjandeförbud som idag finns inom spelområdet (s.228). Enligt 3 kap. 7 § spellagen (2018:1138) är det inte tillåtet att i yrkesmässig verksamhet eller annars i förvärvssyfte främja deltagande i *otillåtet spel* eller *spel som tillhandahålls utan nödvändig licens enligt lagen*. Främjandeförbudet inom spellagen förbjuder alltså aktörer från att främja deltagande i spel som idag är förbjudet. Utredningen å andra sidan föreslår ett förbud mot främjande av detaljhandel (Systembolaget) och distanshandel av alkoholhaltiga drycker. Skillnaden är alltså att främjandeförbudet i spellagen förbjuder främjande av *olagligt spel*, det utredningen föreslår på alkoholområdet är att förbjuda främjande av *laglig (Systembolaget och distanshandel) försäljning av alkohol*.

I Sverige finns endast en detaljhandelskanal av alkoholhaltiga drycker, Systembolaget. Systembolagets detaljhandelsmonopol syftar till att begränsa tillgängligheten av alkohol och därigenom bidra till stärkt folkhälsa. Detta är en ordning som SVL och våra medlemmar står bakom och värnar. Vad gäller att begränsa länkning till Systembolaget så kan också konstateras att länkning är en central, för att inte säga essentiell, del av grundfunktionen hos internet. Ett förbud som omfattar all slags länkning till Systembolaget, som är den enda detaljhandeln av alkohol i Sverige, är mycket långtgående och innebär en påtaglig inskränkning i den grundlagsskyddade yttrandefriheten.

Marknadsföring av alkohol är idag hårt reglerat i syfte att stärka folkhälsan. Ytterligare regleringar av marknadsföringsreglerna bör således göras i syfte att stärka folkhälsoskyddet. Givet detta så brister utredningen i att förklara i vilken utsträckning länkning till Systembolaget påverkar folkhälsan. De vinstintressen som utredningen anger som skäl omfattas av de hårda regleringar av marknadsföring som finns i svensk alkohollag, inte minst av kravet om särskild måttfullhet, och det är alltså redan idag förbjudet att uppmana till merkonsumtion eller att vidta åtgärder med motsvarande innebörd.

Med vänlig hälsning,

Joel Furvik
Opinionsbildande projektledare
Sprit & Vinleverantörsföreningen - SVL
joel.furvik@svl.se