



Socialdepartementet
s.remissvar@regeringskansliet.se
s.hc.delning@regeringskansliet.se

Stockholm 29/8 2024

Remissvar från Sveriges Bryggerier avseende betänkandet (SOU 2024:23) En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas

Om oss

Sveriges Bryggerier är en av Sveriges äldsta branschorganisationer och har representerat den svenska bryggerinäringen sedan 1885. Våra medlemmar producerar öl, cider, läsk, vatten och andra bryggeriprodukter. Tillsammans verkar vi för en innovativ och växande bransch som bidrar till arbetstillfällen, smakupplevelser och en sund dryckeskultur.

Sammanfattning

Sveriges Bryggerier inkommer här med synpunkter på betänkandet ”En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas” (SOU 2024:23) Sveriges Bryggerier yttrar sig endast i de delar som rör marknadsföring av alkohol samt om provsmakning.

Sveriges Bryggerier ansluter sig till det utförliga remissyttrande som inkommit från Alkoholgranskningsmannen (AGM), som är bryggeribranschens granskningsman avseende marknadsföring. Sammanfattningsvis:

- Sveriges Bryggerier avstyrker förslaget om att göra regleringen om informationstexter medieneutral.
- Sveriges Bryggerier har inget att erinra mot förslaget att ta bort vissa informationstexter.
- Sveriges Bryggerier 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 uppenbart oproportionerligt och det är ogenomtänkt beträffande den reella möjligheten att säkerställa efterlevnad.

- Sveriges Bryggerier tillstyrker förslaget om att regeringen eller den myndigheten som regeringen bestämmer ska få meddela föreskrifter om provsmakning.
- Sveriges Bryggerier tillstyrker förslaget om att lättnader gällande matkravet för företag med serveringstillstånd.

Kommentar:

Krav på informationstexter i alla kanaler:

Den svenska bryggerinäringen är hårt reglerad, både vad gäller produktion och försäljning. Det är något som näringen förhåller sig till, men som i vissa delar skapar konkurrensnackdelar i förhållande till den internationella marknaden. Svenska bryggerier producerar i Sverige, men säger på en alltmer växande internationell marknad. Inte minst den inre marknaden i Europa innebär att alla Europas bryggerier har intresse av att kommunicera till samma konsumenter. En allt större andel av marknadsföringen idag sker via sociala medier och andra digitala plattformar. Alltså rör sig våra svenska bryggerier i samma kanaler som utländska, inte minst de stora internationella aktörerna. Att införa strikta svenska marknadsföringsregler för svenska producenter i digitala kanaler, som inte stannar inom landets gränser utan når vidare målgrupper, är därmed ytterst konkurrensförsvagande för svenska bryggerier.

Förslaget om att införa reglerna om informationstexter i alla marknadsföringskanaler förs fram med argumentet att det skulle skydda den svenska folkhälsan. Man kan dock ifrågasätta huruvida regler i kanaler, som inte nödvändigtvis har en i huvudsaklig svensk publik, skulle vara ett effektivt verktyg för att skydda svenska folkhälsan. Dessa regler skulle på grund av sändarlandsprincipen dessutom enbart omfatta just svenska producenter, men inte internationella aktörer i samma kanaler.

Sveriges Bryggerier vill också peka på det faktum att trots att det skett en betydande ökning av alkoholreklam från 2000 och fram till idag, så har totalkonsumtionen av alkoholdrycker hos personer över 15 år stadigt minskat efter 2004. Tidsperioden 2004 till 2023 ökar investeringarna mycket kraftigt (från 120 Mkr till ca 1500 Mkr) medan totalkonsumtionen sjunker med ca 15% (siffror från SIFO-reklammätningar respektive Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN)). Med det som

utgångspunkt måste behovet och nödvändigheten av ytterligare regleringar och inskränkningar av alkoholreklam kraftigt ifrågasättas.

Sveriges Bryggerier vill även lyfta fram att den svenska bryggerinäringen redan idag håller en hög etisk nivå i all sin marknadskommunikation. Tillsammans med branschföreningen SVL driver vi sedan över 20 år ett egenåtgärdsprogram som innefattar en etisk kod ("Rekommendationerna för ansvarsfull marknadsföring av alkoholdrycker") samt en tillsynsman (AGM), vars syfte är att utbilda, informera och följa upp marknadsföring som bryter mot Rekommendationerna. Tack vara dessa insatser har den svenska alkoholnäringen idag både kunskap och engagemang, vilket stärker förmågan att följa det i vissa delar snåriga regelverket för alkoholreklam. Sveriges Bryggerier menar att det är reglerna om måttfullhet och att inte rikta sig till barn eller unga som är de viktigaste delarna i strävan efter en ansvarsfull marknadsföring.

Provsmakning

Sveriges Bryggerier har medlemmar i alla delar av landet och flera kommuner. Vi har sedan länge konstaterat det finns en stor variation i kommunernas hantering av provsmakningstillstånd. Här menar vi att det vore önskvärt med en större harmonisering och en tydlig linje mot ett serveringstillstånd. Utformningen av provsmakningstillstånd bör ta hänsyn till dryckens karaktär. Det krävs en viss mängd dryck i glaset för att få hela sinnesupplevelsen med aromer och dofter, kolsyra och munkänsla, samt att smakerna ska sköljas runt i munnen. Dryckens färg och skumkrona ska också kunna bedömas och samtalas kring. Sveriges Bryggerier tog redan 2018 fram ett förslag till riktlinjer, vilket har överlämnats till utredningen.

Koppling mellan mat och alkoholservering

Utredningen föreslår lättnader i alkohollagen genom att ersätta nuvarande skrivning som kräver *ett flertal olika* rätter till *varierat* utbud av maträtter, för att få ett alkoholserveringstillstånd. Dessutom 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.

Sveriges Bryggerier 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.

För Sveriges Bryggerier,
Erika Danckwardt-Lillieström, Kommunikation & Samhällskontakt