



Folkhälsomyndigheten

Handläggare
Anna Jansson
010-205 28 39

Diarienummer
4860/2014 1.1.3

Ert diarienummer
2013/693

Datum
2014-09-12

Sida
[1(2)]

konsumentverket@konsumentverket.se

Folkhälsomyndighetens remissyttrande över Konsumentverkets reviderade allmänna råd för marknadsföring av alkoholdryck till konsumenter

Folkhälsomyndigheten har beretts tillfälle att inkomma med synpunkter angående rubricerade remiss och har följande att anföra:

I enlighet med SOU 2013:50 *En väg till ökad tillsyn: marknadsföring av och e-handel med alkohol och tobak* är en ökad samverkan mellan myndigheternas arbete med allmänna råd ett viktigt steg för att nå en större samstämmighet.

Folkhälsomyndigheten tillstyrker förslaget generellt, men har några synpunkter samt förslag till ytterligare förtydliganden.

Övergripande:

Det skulle möjligtvis kunna framgå på ett tydligare sätt vad som är allmänna råd beslutade av Konsumentverket respektive vad som är återgiven lag. Exempelvis kan de allmänna råden kursiveras eller liknande.

Meningen på sid 1 "Syftet med råden är att precisera innebörden av kravet på särskild måttfullhet i alkohollagen och att främja en enhetlig tillämpning av reglerna för marknadsföring av alkoholdryck." Överväg att lägga till "och lättdryck" sist i meningen.

Avsnitt 2: Regler för all marknadsföring av alkoholdryck

2.1 – 2.2

Det tydliggörs att särskild måttfullhet ska gälla även förpackningar och etiketter på förpackningar. Vi tillstyrker detta förtydligande. Marknadsföring via förpackningen är en viktig del av producenters marknadsaktiviteter¹ och alkohol verkar inte vara något undantag.^{2,3}

2.6

Överväg att införa exemplet ”skola/arbete” istället för bara ”arbete” i uppräknningen av situationer där det inte bör förekomma alkohol.

2.9

Marknadsföring som innehåller värdeomdömen: Folkhälsomyndigheten välkomnar att bestämmelsen skärps men anser att utformningen behöver bli tydligare.

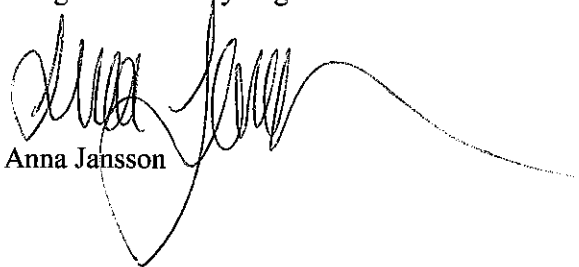
Avsnitt 4: Marknadsföring på Internet

4.1

Folkhälsomyndigheten tillstyrker lydelsen ”Med marknadsföring på internet avses även marknadsföring på sociala medier.

Beslut om detta yttrande har fattats av avdelningschefen Anna Bessö. I den slutliga handläggningen har sakkunnig Pi Högberg samt biträdande chefsjurist Bo Granath deltagit. Enhetschef Anna Jansson har varit föredragande.

Enligt Folkhälsomyndighetens beslut



Anna Jansson

¹ Moodie C, Stead M, Bauld L, et al. Plain tobacco packaging: a systematic review. [Internet]. London: Public Health Research Consortium; 2012 [2014-08-06] Tillgänglig:

<http://eppi.ioe.ac.uk/cms/LinkClick.aspx?fileticket=j54fXGDr5Ps%3d&tabid=3327>

² Mueller S, Szolnoki G. The relative influence of packaging, labelling, branding and sensory attributes on liking and purchase intent: Consumers differ in their responsiveness. Food Quality and Preference. 2010; 21(7):774-83.

³ Gates P, Copeland J, Stevenson RJ, Dillon P. The influence of product packaging on young people's palatability rating for RTDs and other alcoholic beverages. Alcohol and Alcoholism. 2007; 42(2):138-42.