

Handläggare
Hagström Ingela
Jonnerud Sophie
Berg Anton

Datum
2018-02-28

Diarienummer
KSN-2018-0473

Kommunstyrelsen

Yttrande över slutbetänkandet Alkoholreklam i sociala medier m.m. (SOU 2017:113)

Förslag till beslut

Kommunstyrelsen föreslås besluta

att avge remissyttrande till Socialdepartementet enligt ärendets **bilaga 1**.

Ärendet

Socialdepartementet har bjudit in Uppsala kommun att lämna synpunkter i rubricerat ärende senast den 30 april 2018.

Slutbetänkandet är Utredningen om vissa alkohol- och marknadsföringsfrågors andra betänkande. Utredningen har tidigare överlämnat delbetänkandet *Reglering av alkoglass m.fl. produkter* (SOU 2017:59). Uppsala kommun var inte inbjuden att lämna synpunkter på delbetänkandet.

Utredningen fick i uppdrag av regeringen att lämna förslag om hur framför allt barn och unga på ett bättre sätt än i dag kan skyddas från marknadsföring av alkohol via digitala medier. Utredningen fick även i uppdrag att analysera tillämpningen av alkohollagen i vissa delar. I slutbetänkandet lämnar utredningen förslag på ändringar i marknadsföringslagen (2008:486), alkohollagen (2010:1622) och alkoholförordningen (2010:1636).

En sammanfattning av slutbetänkandet återges i ärendets **bilaga 2**.

Slutbetänkandet går att läsa i sin helhet på: http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2018/01/SOU-2017_113_Till-webb1.pdf

Beredning

Ärendet har beretts av kommunledningskontoret i samråd med socialförvaltningen och miljöförvaltningen.

Föredragning

I slutbetänkandet presenterar utredningen om vissa alkohol- och marknadsföringsfrågor sina slutsatser och förslag till lagändringar. De förslag som lämnas berör i huvudsak reglering av marknadsföring av alkohol i digitala medier, tillverkning utanför skatteupplag, reglerna för cateringstillstånd och att avskaffa Skatteverkets skyldighet att underrätta Folkhälsomyndigheten om misstänkt brott mot alkohollagen.

Utredningen föreslår att kommersiella annonser på sociala medier inte får användas vid marknadsföring av alkohol med mera. Överträdelse av detta förbud ska kunna sanktioneras med en marknadsstörningsavgift.

Gällande tillverkning utanför skatteupplag föreslår utredningen att godkända upplagshavare endast får tillverka alkoholdrycker med mera inom så kallade skatteupplag. Tillverkningslokalerna ska vara ändamålsenliga. Tillverkningen av alkoholdrycker får inte påbörjas innan verksamheten anmälts till Folkhälsomyndigheten.

Utredningen föreslår vidare att reglerna kring så kallade cateringstillstånd ändras så att servering tillåts utomhus i ett tydligt avgränsat utrymme i anslutning till serveringslokalen. I förslaget till yttrande delar kommunen utredningens bedömning att förslagen rörande tillståndsfrågor inte kommer att medföra några ökade kostnader eller ökad administration för kommunen.

Beredningsgruppen konstaterar att förslagen som berör kommunen är väl underbyggda och går i linje med den politik som Uppsala kommun har inom Folkhälso- och ANDT-området. Att reglera marknadsföring av reklam i digitala medier bedöms vara en sådan förebyggande insats som beskrivs i kommunens drogpolitiska program med syftet att minska ungas exponering för och konsumtion av alkohol.

Ekonomiska konsekvenser

Inte aktuellt i ärendet.

Kommunledningskontoret

Joachim Danielsson
Stadsdirektör

Christoffer Nilsson
Chef kommunledningskontoret

Handläggare
Hagström Ingela
Jonnerød Sophie
Berg Anton

Datum
2018-02-28

Diarienummer
KSN-2018-0473

Regeringskansliet
Socialdepartementet (S2018/00262/FS)

s.registrator@regeringskansliet.se
s.fs@regeringskansliet.se

Yttrande över slutbetänkandet SOU 2017:113 Alkoholreklam i sociala medier m.m.

Uppsala kommun lämnar följande yttrande över betänkandet Alkoholreklam i sociala medier m.m. (SOU 2017:113).

Uppsala kommun ser positivt på de förslag som utredningen lägger fram. I likhet med utredningen anser kommunen att det är av största vikt att skydda barn och unga från alkoholreklam i sociala medier. Kommunen välkomnar därför förslaget om att reglera marknadsföring av reklam i digitala medier. En sådan förebyggande insats går i linje med kommunens drogpolitiska program med syftet att minska ungas konsumtion av alkohol.

Även förslagen om reglering av tillverkning utanför skatteupplag anser kommunen har en potentiell positiv effekt i förhållande till barn och unga. Detta eftersom syftet är att minska risken för avledning av alkohol, vilket måste anses positivt i förhållande till att hålla nere ungas konsumtion av alkohol.

Kommunen gör precis som utredningen bedömningen att förslagen inte kommer att innebära ökade kostnader för kommunen.

Kommunstyrelsen

Marlene Burwick
Ordförande

Ingela Persson
Sekreterare

Handläggare
Hagström Ingela
Jonnerud Sophie
Berg Anton

Datum
2018-03-07

Diarienummer
KSN-2018-0473

Bilaga 2
Kommunstyrelsen

Sammanfattning av slutbetänkandet Alkoholreklam i sociala medier m.m. (SOU 2017:113)

Utgångspunkter

Utredningens uppdrag i den del som behandlas i slutbetänkandet har varit att lämna förslag, inklusive författningsförslag, om hur framför allt barn och unga på ett bättre sätt än i dag kan skyddas från marknadsföring av alkohol via digitala medier. Utredningen har också haft i uppdrag att analysera tillämpningen av alkohollagen i vissa delar och vid behov lämna förslag om hur lagstiftningen bör förtydligas i dessa delar. Syftet med detta är att skapa förutsättningar för förutsebar, effektiv och konsekvent tillämpning.

Reglering av marknadsföring av alkohol i digitala medier

Utredningen föreslår att kommersiella annonser på sociala medier inte får användas vid marknadsföring av alkoholdrycker och alkoholhaltiga preparat som ur konsumtionssynpunkt är att jämföras med alkoholdrycker eller annars kan antas användas som berusningsmedel till konsumenter. Utredningen föreslår vidare att överträdelser av detta förbud ska kunna sanktioneras med marknadsstörningsavgift.

Tillverkning utanför skatteupplag

Utredningen föreslår att godkända upplagshavare endast ska få tillverka sprit, spritdrycker, vin, folköl, starköl och andra jästa alkoholdrycker inom skatteupplag. Vidare föreslås att skattebefriade förbrukares tillverkning ska ske i ändamålsenliga lokaler. Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer ges möjlighet att meddela föreskrifter om hur sådana lokaler ska vara utformade. Syftet med förslagen är främst att minska risken för avledning av sprit och alkoholdrycker genom att se till att det inte finns någon tillverkning som är oreglerad i fråga om lokalernas säkerhet.

För att underlätta Folkhälsomyndighetens registerföring enligt 13 kap. alkohollagen föreslår utredningen att det ska införas en bestämmelse om att tillverkning av sprit, spritdrycker, vin, folköl, starköl och andra jästa alkoholdrycker inte får påbörjas innan verksamheten har anmälts till Folkhälsomyndigheten. Vidare föreslås att regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer ska få meddela föreskrifter i fråga om en sådan anmälan.

Folkölsfrågor

Utredningen har gjort en översyn av det nuvarande anmälningssystemet för folkölsförsäljning och kommit till slutsatsen att det inte föreligger tillräckliga skäl för att föreslå att detta ska ersättas av ett tillståndssystem. Den nuvarande ordningen med anmälan av folkölsförsäljning ska alltså bestå.

Utredningen föreslår att det ska införas ett lagkrav för ingivande av egenkontrollprogram, i likhet med vad som redan gäller i fråga om tobak och elektroniska cigaretter.

Lokal och visst avgränsat utrymme

Utredningen föreslår att bestämmelsen om s.k. cateringstillstånd ska ändras så att det framgår att servering är tillåten utomhus, i ett tydligt avgränsat utrymme i anslutning till serveringslokalen. Ändringen görs för att tydliggöra vilka regler som gäller och på så sätt underlätta för såväl näringsidkare som kommuner.

Underrättelse om misstänkt brott mot alkohollagen

Utredningen föreslår att bestämmelsen i 9 kap. 16 § alkohollagen om Skatteverkets underrättelseskyldighet gentemot Folkhälsomyndigheten om misstänkt brott mot alkohollagen ska utgå. Mot bakgrund av att underrättelseskyldigheten har använts i begränsad omfattning och inte lett till några åtgärder och då det även finns andra bestämmelser i alkohollagen som förefaller kunna uppfylla dess syfte, bedömer utredningen att det inte längre finns något behov av att behålla denna bestämmelse.

Ikraftträdande och konsekvenser

Utredningen föreslår att lagändringarna ska träda i kraft den 1 september 2019.

Utredningen bedömer att de förslag som har lagts fram i fråga om marknadsföring får en positiv samhällsekonomisk effekt i den mån de bidrar till att minska den totala alkoholkonsumtionen eller i vart fall till att hindra att den ökar, framför allt när det gäller barn och unga. Övriga förslag kan i vissa delar bidra till en tydligare reglering, vilket också bör ha en positiv samhällsekonomisk effekt bl.a. genom att det underlättar förutsebarheten för såväl näringsidkare som tillsynsmyndigheter. Förslagen bedöms medföra vissa kostnader för Folkhälsomyndigheten. Folkhälsomyndighetens kostnader för bl.a. utarbetandet av anmälningsblanketter samt informationsinsatser bedöms kunna finansieras inom givna resurser inom utgiftsområdet.

Förslagen kommer också att påverka företag. Förslaget i marknadsföringsdelen innebär att företag inte kommer att kunna använda sig av kommersiella annonser för alkohol i sociala medier. Det förefaller oklart hur stora konsekvenser det kan komma att bli. Det är troligt att mindre företag kommer att påverkas mer än större av den föreslagna begränsningen då dessa normalt inte har samma ekonomiska muskler och därför i större utsträckning kan vara hänvisade till att använda sig av t.ex. sociala medier. Utredningen bedömer dock att de begränsningar som föreslås inte är oproportionerligt stora med hänsyn till folkhälsan.

Det förväntas inte någon påverkan på de större tillverkarna vare sig i fråga om att godkända upplagshavare endast får tillverka inom skatteupplag eller avseende de föreslagna reglerna om skattebefriade förbrukares tillverkning. För mindre aktörer kan det inte handla om mer än en ytterst begränsad påverkan.

Förslaget om att tillverkning inte får påbörjas före det att verksamheten har anmälts till Folkhälsomyndigheten samt bemyndigande att meddela föreskrifter i fråga om en sådan anmälan kan antas påverka samtliga företag som tillverkar alkoholdrycker i form av ökad administration och kostnader.

Att anmälningssystemet i fråga om folkölsförsäljning behålls kan inte antas påverka företagen negativt vare sig administrativt eller ekonomiskt. Förslaget om införande av lagkrav i fråga om ingivande av egenkontrollprogram kan inte heller anses innebära någon större belastning vare sig i administration eller ökande kostnader för företagen.

Förtydligandet av den s.k. cateringbestämmelsen bör snarast ha en positiv effekt på företagen.

Det finns evidens för att marknadsföring av alkohol påverkar ungas konsumtion, vilket kan bidra till ökade alkoholskador. Den föreslagna regleringen i marknadsföringsdelen bör därmed kunna påverka barn och unga positivt. Även förslagen om reglering av tillverkning utanför skatteupplag har en potentiell positiv effekt i förhållande till barn och unga då syftet är att minska risken för avledning av alkohol, vilket måste anses positivt i förhållande till att hålla nere ungas konsumtion av alkohol.

Utredningen bedömer att anmälningsskyldighet enligt såväl anmälningsdirektivet (EU 2015/1535) som enligt tjänstedirektivet (2006/123/EG) kan bli aktuell.