

Lagrådsremiss

Tobakskontroll – genomförande av WHO:s ramkonvention om tobakskontroll m.m.

Regeringen överlämnar denna remiss till Lagrådet.

Stockholm den 10 februari 2005

Morgan Johansson

Björn Reuterstrand
(Socialdepartementet)

Lagrådsremissens huvudsakliga innehåll

I lagrådsremissen lämnar regeringen förslag till vissa ändringar i tobakslagen (1993:581). Förslagen i lagrådsremissen avser att nationellt genomföra tre internationella dokument. För det första WHO:s ramkonvention om tobakskontroll, för det andra Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG av den 26 maj 2003 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror och för det tredje ministerrådets rekommendation 2003/54/EG av den 2 december 2002 om förebyggande av rökning och om initiativ för en effektiv tobakskontroll.

Förslagen innebär att det på varje försäljningsställe för tobaksvaror skall finnas en tydlig och klart synbar skylt med information om förbudet mot att sälja eller lämna ut sådana varor till den som inte har fyllt 18 år. Tobaksvaror som säljs till konsumenter skall tillhandahållas på ett sådant sätt att det går att kontrollera mottagarens ålder. Detta gäller även när försäljningen sker genom automat, via postorder eller liknande. Tobaksvaror som säljs till konsumenter får inte tillhandahållas i form av lösa cigaretter eller i förpackningar om färre än 19 cigaretter. Därutöver föreslås att tobakslagens nuvarande regler om förbud mot kommersiella annonser i tryckta skrifter och i radio- och TV-program utvidgas till att omfatta även andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) är tillämplig. Dessutom utformas även reglerna om marknadsföring av andra varor med användning av varukännetecken för tobaksvaror, s.k. indirekt tobaksreklam, på motsvarande sätt. All marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter förbjuds, med undantag av grundlagsskyddad rätt till marknadsföring i tryckta skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen (TF) är tillämplig eller i överföringar eller tekniska upptagningar, som omfattas av YGL, med undantag av

marknadsföreling som endast består i att tillhandhålla tobaksvaror för försäljning samt med undantag av måttfulla kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen för tobaksvaror.

Anordningar för utomhusreklam som är i bruk vid lagens ikraftträdande får användas till utgången av 2005.

Vidare föreslås att tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror inte får sponsra ett evenemang eller en verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt, om sponsringen kan antas medföra att avsättningen av tobaksvaror främjas.

I lagrådsremissen föreslås också att tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror skall, till Statens folkhälsoinstitut, lämna uppgifter om de kostnader som de har haft för reklam, marknadsföreling och sponsring för sådana varor. Regeringen föreslås få meddela föreskrifter om uppgiftsskyldighetens omfattning.

Regeringen föreslår också i denna lagrådsremiss att tobakslagens inledande paragraf skall utvidgas till att även omfatta exponering för tobaksrök.

Kommunerna föreslås få ansvaret för den omedelbara tillsynen över marknadsförelingen av tobaksvaror vid försäljningsställena. Konsumentombudsmannens ansvar föreslås bli förtydligat. Konsumentverket föreslås även fortsättningsvis vara central tillsynsmyndighet för marknadsföreling av tobaksvaror på försäljningsställen. Länsstyrelsernas ansvar för att stödja kommunerna och främja samarbete föreslås bli förtydligat i tobakslagen. I lagrådsremissen föreslås även att en näringsidkare som tillhandahåller tobaksvaror för försäljning till konsumenter skall utöva särskild tillsyn (egentillsyn) över försäljningen och ansvara för att det skall finnas ett för verksamheten lämpligt program. Bestämmelserna i 11 § tobakslagen om förbud mot att i näringsverksamhet inom landet tillhandahålla konsumenter tobaksvaror som saknar varningstexter eller innehållsdeklaration eller om text eller deklaration är uppenbart oriktig straffsanktioneras. Den som uppsåtligen bryter mot förbudet döms till olovlig tobaksföreljning till böter eller fängelse i högst sex månader.

Slutligen gör regeringen bedömningen att Statens folkhälsoinstitut bör få i uppdrag att samla in de uppgifter som skall ingå i den nationella rapporteringen enligt konventionen, och ge regeringen det underlag som behövs.

Lagändringarna föreslås träda i kraft den 1 juli 2005.

Innehållsförteckning

1	Beslut.....	5
2	Förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581)	6
3	Ärendet och dess beredning.....	13
4	Bakgrund	13
4.1	WHO:s ramkonvention om tobakskontroll.....	13
4.2	EG: s rättsakter.....	14
4.2.1	Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG.....	15
4.2.2	Rådets rekommendation av den 2 december 2002 om förebyggande av rökning och initiativ för en effektivare tobakskontroll (2003/54/EG)	17
5	Förstärkt tobakskontroll.....	17
5.1	WHO:s ramkonvention för tobakskontroll och Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG bör tolkas på likartat sätt	17
5.2	Skydd för minderåriga	18
5.3	EG-direktiv 2003/33/EG i förhållande till tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen ..	21
5.4	EG-direktiv 2003/33/EG i förhållande till regerings- formen och Europeiska konventionen (d. 4 nov. 1950) om skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna (Europakonventionen)	24
5.5	Reklam och annan marknadsföring	27
5.6	Sponsring	36
5.7	Uppgifter om kostnader för reklam.....	39
5.8	Ansvar	40
5.9	Skydd mot exponering för tobaksrök.....	42
5.10	Tillsyn m.m.	44
5.11	Rapportering m.m.	47
5.12	Beskattning	48
5.13	Vissa övriga frågor.....	49
6	Ekonomiska och andra konsekvenser.....	52
7	Författningskommentar	55
7.1	Förslaget till lag om ändring i tobakslagen (1993:581)	55
Bilaga 1	Världshälsoorganisationens ramkonvention om tobakskontroll	64
Bilaga 2	Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG.....	87
Bilaga 3	Sammanfattning av betänkandet Tobakskontroll i ett internationellt perspektiv. Betänkande av utredningen om genomförande av WHO:s ramkonvention om tobaks- kontroll m.m. SOU 2004:88	93
Bilaga 4	Betänkandets (Tobakskontroll i internationellt perspektiv) författningsförslag (SOU 2004:88).....	95

Bilaga 5	Remisslista, betänkandet Tobakskontroll i internationellt perspektiv (SOU 2004:88).....	102
Bilaga 6	Rådets rekommendation 2003/54/EG av den 2 december 2002	104
Bilaga 7	Sammanfattning av Konsumentverkets PM 2003:02 Stopp för utomhusreklam för tobak. Rapportering av ett regeringsuppdrag	110

1 Beslut

Regeringen har beslutat att inhämta Lagrådets yttrande över förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581).

2 Förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581)

Härigenom föreskrivs i fråga om tobakslagen (1993:581)¹

dels att nuvarande 12 a, 14 b och 19 a §§ skall betecknas 12 c, 9 a och 19 b §§.

dels att de nya 9 a och 12 c §§ skall ha följande lydelse,

dels att 1, 12, 14, 14 a, 15, 19 och 27 §§ samt rubriken före 14 § skall ha följande lydelse,

dels att det i lagen skall införas fem nya bestämmelser, 12 a, 12 b, 14 b, 18 b och 19 a §§ samt närmast före 12, 12 b, nya 12 c, 14, 14 a, 14 b, 15 och 18 b §§ nya rubriker av följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

1 §²

På grund av de hälsorisker och olägenheter som är förbundna med bruk av tobak meddelas i denna lag bestämmelser om

På grund av de hälsorisker och olägenheter som är förbundna med bruk av tobak *och exponering för tobaksrök* meddelas i denna lag bestämmelser om

- begränsning av rökning i vissa lokaler och utrymmen samt på vissa områden utomhus,
- rökfri arbetsmiljö,
- varningstexter och innehållsdeklaration på förpackningar till tobaksvaror,
- begränsningar av handeln med och rätten till införsel av tobaksvaror,
- marknadsföring av tobaksvaror och användning av vissa varukännetecken i marknadsföring av andra varor eller tjänster samt
- produktkontroll m.m. av tobaksvaror.

9 a ³§

Texter, namn, varumärken och figurativa eller andra märken som ger intryck av att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra får inte användas på förpackningar till tobaksvaror.

¹ Lagen omtryckt 1996:941.

² Senaste lydelse 2002:811.

³ Senaste lydelse av förutvarande 14 b § 2002:586.

Åldersgräns

12 §

Tobaksvaror får inte säljas eller på annat sätt lämnas ut i näringsverksamhet till den som inte har fyllt 18 år. Den som lämnar ut tobaksvaror skall förvissa sig om att mottagaren har uppnått nämnda ålder.

På varje försäljningsställe för tobaksvaror skall det finnas en tydlig och klart synbar skylt med information om förbudet mot att sälja eller lämna ut sådana varor till den som inte har fyllt 18 år.

Om det finns särskild anledning att anta att en tobaksvara är avsedd att lämnas över till någon som inte har fyllt 18 år får varan inte lämnas ut.

12 a §

Tobaksvaror som säljs till konsumenter skall tillhandahållas på ett sådant sätt att det går att kontrollera mottagarens ålder. Detta gäller även när försäljningen sker genom automat, via postorder eller liknande.

Styckeförsäljning

12 b §

Tobaksvaror som säljs till konsumenter får inte tillhandahållas i form av lösa cigaretter eller i förpackningar om färre än 19 cigaretter.

Anmälan och egentillsyn

12 c §⁴

En näringsidkare som tillhandahåller tobaksvaror för försäljning till konsumenter skall anmäla försäljningen hos den kommun där försäljningen sker. Anmälan skall göras senast när försäljningen påbörjas.

Näringsidkaren skall utöva särskild tillsyn (egentillsyn) över försäljningen och ansvara för att det finns ett för verksamheten lämpligt egentillsynsprogram.

⁴ Senaste lydelse av förutvarande 12 a § 2002:281.

*Reklam och annan
marknadsföring*

14 §

En näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter får inte använda kommersiella annonser i periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig. *Inte heller får vid sådan marknadsföring användas kommersiella annonser i ljudradio- eller TV-program.*

Detta gäller även sådana TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844).

Vid marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter på något annat sätt än som avses i första stycket skall en näringsidkare iaktta särskild måttfullhet. I synnerhet gäller att reklam eller annan marknadsföring inte får vara påträngande, uppsökande eller uppmånat till bruk av tobak.

En näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter får inte använda kommersiella annonser i

1. periodiska skrifter eller andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,

2. ljudradio- eller TV-program eller TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844), eller

3. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.

Även annan marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter än som avses i första stycket är förbjuden. Detta gäller dock inte

1) i tryckta skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig eller i överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig,

2) marknadsföring som endast består i att tillhandahålla tobaksvaror för försäljning, eller

3) kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen som inte är påträngande, uppsökande eller uppmånat till bruk av tobak.

Kommersiella meddelanden enligt andra stycket 3 skall i den omfattning det är möjligt placeras så att de inte är synliga från utsidan av försäljningsstället.

Varukännetecken

14 a §⁵

En näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till

En näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till

⁵ Senaste lydelse 2002:811.

konsumenter får inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara, om marknadsföringen sker

1. *i kommersiella annonser i periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig, eller*

2. *i kommersiella annonser i ljudradio- eller TV-program eller i TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844).*

Om en näringsidkare använder ett sådant varukännetecken som avses i första stycket vid marknadsföring till konsumenter på något annat sätt än som där sägs, skall näringsidkaren iakttä den måttfullhet som är betingad av att kännetecknet också kan förknippas med tobaksvaran.

Bestämmelserna i första och andra styckena tillämpas inte

1. i fråga om ett varukännetecken som i endast begränsad omfattning förekommer vid marknadsföring av tobaksvaror,

2. i fråga om ett varukännetecken som framträder i en form som tydligt skiljer sig från utseendet på tobaksvarans kännetecken, eller

3. i andra fall om det är oskäligt.

konsumenter får inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara, om marknadsföringen sker *i kommersiella annonser i*

1. *periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,*

2. *ljudradio- eller TV-program eller i TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844), eller*

3. *andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.*

Sponsring

14 b §

Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror får inte sponsra ett evenemang eller en verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt, om sponsringen kan antas medföra att avsättningen av tobaksvaror främjas.

Bestämmelser om förbud mot sponsring av program i radio och TV finns i radio- och TV-lagen (1996:844).

Sanktioner enligt marknadsföringslagen

15 §⁶

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14–14 b §§ skall vid tillämpningen av 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenter. En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § första stycket *andra och tredje meningen* eller 14 a § första stycket 2 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 9 a § eller 14–14 b §§ skall vid tillämpningen av 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenter. En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § första stycket 2 *eller 3* eller 14 a § första stycket 2 *eller 3* kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

Uppgifter om kostnader för marknadsföring

18 b §

Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror skall till Statens folkhälsoinstitut lämna uppgifter om de kostnader som de har haft för reklam, annan marknadsföring och sponsring för sådana varor.

Regeringen får meddela föreskrifter om uppgiftsskyldighetens omfattning.

19 §⁷

Den centrala tillsynen över att denna lag och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller

a) lokaler och andra utrymmen som avses i 2 § och som är upplåtna enbart för personal, och

b) lokaler och andra utrymmen på vilka 8 § skall tillämpas, *samt*

b) lokaler och andra utrymmen på vilka 8 § skall tillämpas,

⁶ Senaste lydelse 2003:167.

⁷ Senaste lydelse 2002:281.

2. Statens folkhälsoinstitut när det gäller

a) miljöer som avses i 2 § och som inte är upplåtna enbart för personal,

b) lokaler som avses i 4 §,

c) varningstexter m.m. enligt 9–11 §§,

d) handel enligt 12 § och anmälan enligt 12 a §, och

e) produktkontroll m.m. enligt 16–18 §§.

c) varningstexter m.m. enligt 9, 10 och 11 §§,

d) handel enligt 12–12 b §§ och anmälan och egentillsyn enligt 12 c §, och

e) produktkontroll m.m. enligt 16–18 §§, och

f) uppgifter om kostnader för marknadsföring enligt 18 b §, samt

3. Konsumentombudsmannen när det gäller marknadsföring enligt 9 a § eller 14–14 b §§.

Den omedelbara tillsynen utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller lokaler och andra utrymmen för vilka verket har den centrala tillsynen, och

2. den eller de nämnder som kommunfullmäktige bestämmer när det gäller dels de miljöer och lokaler för vilka Statens folkhälsoinstitut har den centrala tillsynen, dels handel enligt 12 § och anmälan enligt 12 a §.

Länsstyrelsen utövar inom länet tillsyn enligt andra stycket 2.

För tillsyn över efterlevnaden av bestämmelserna för marknadsföring finns särskilda regler i marknadsföringslagen (1995:450).

Vid Konsumentombudsmannens tillsyn tillämpas bestämmelserna i marknadsföringslagen (1995:450).

19 a §

Den omedelbara tillsynen över att denna lag och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller lokaler och andra utrymmen för vilka verket har den centrala tillsynen, och

2. den eller de nämnder som kommunfullmäktige bestämmer när det gäller

a) de miljöer och lokaler för

vilka Statens folkhälsoinstitut har den centrala tillsynen,

b) bestämmelserna om handel m.m. enligt 12–12 c §§, och

c) bestämmelserna om marknadsföring m.m. i 14 och 14 a §§ när det gäller marknadsföringsåtgärder på eller i anslutning till försäljningsställen.

Länsstyrelsen utövar inom länet tillsyn enligt första stycket 2. Länsstyrelsen skall

1. följa kommunernas verksamhet och biträda kommunerna med information och råd, och

2. främja samarbete mellan olika tillsynsmyndigheter och mellan tillsynsmyndigheter och andra.

27 §⁸

Den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot 12 § döms för olovlig tobaksförsäljning till böter eller fängelse i högst sex månader.

Den som uppsåtligen bryter mot 11 § eller den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot 12 § första eller tredje stycket döms för olovlig tobaksförsäljning till böter eller fängelse i högst sex månader.

Är gärningen att anse som ringa döms inte till ansvar.

Den som har överträtt ett vitesföreläggande eller ett vitesförbud skall inte dömas till ansvar enligt denna lag för gärning som omfattas av föreläggandet eller förbudet.

1. Denna lag träder i kraft den 1 juli 2005.

2. Anordningar för utomhusreklam vid försäljningsställen som är i bruk vid lagens ikraftträdande får användas till utgången av 2005.

3 Ärendet och dess beredning

Regeringen beslutade den 18 december 2003 att tillkalla en särskild utredare med uppgift att ge förslag till nationellt genomförande av Världshälsoorganisationens (WHO) ramkonvention om tobakskontroll, av Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG av den 26 maj 2003 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror och av ministerrådets rekommendation 2003/54/EG av den 2 december 2002 om förebyggande av rökning och om initiativ för en effektivare tobakskontroll. I uppdraget ingick också att närmare överväga de förslag som har lämnats av Konsumentverket i rapporten Stopp för utomhusreklam för tobak – Rapportering av ett regeringsuppdrag (Konsumentverket PM 2003:02). WHO:s ramkonvention om tobakskontroll finns i *bilaga 1* till denna lagrådsremiss. Direktivet 2003/33/EG finns i *bilaga 2* till denna lagrådsremiss. Den 2 september 2004 överlämnade den särskilda utredaren sitt betänkande Tobakskontroll i ett internationellt perspektiv (SOU 2004:88). En sammanfattning av betänkandet finns i *bilaga 3*. Lagförslaget från betänkandet finns i *bilaga 4*. Betänkandet har remissbehandlats och en sammanställning av inkomna remissyttranden finns tillgänglig i Socialdepartementet (dnr S2004/6038/FH). I *bilaga 5* finns remisslistan för betänkande Tobakskontroll i internationellt perspektiv (SOU 2004:88). I *bilaga 6* finns rådsrekommendation 2003/54/EG. En sammanfattning av Konsumentverkets rapport finns i *bilaga 7*.

Denna lagrådsremiss bygger på en överenskommelse mellan den socialdemokratiska regeringen, Vänsterpartiet och Miljöpartiet.

4 Bakgrund

4.1 WHO:s ramkonvention om tobakskontroll

WHO:s ramkonvention om tobakskontroll antogs våren 2003 och var resultatet av flera års omfattande förhandlingar. Den 30 juni 2004 hade 168 av WHO:s medlemsstater undertecknat konventionen.

Det är en global konvention och den första i sitt slag på folkhälsoområdet. Att WHO:s första konvention kom att gälla just tobak är ett uttryck för oron inför de allvarliga hälsoeffekter som tobaksbruket för med sig världen över och som nu breder ut sig inte minst i utvecklingsländer. Internationellt samarbete och ett generellt regelverk har ansetts nödvändigt bl.a. för att motverka tobaksindustrins ansträngningar att värva nya rökare, ofta kvinnor och ungdomar, i länder med begränsade möjligheter att själva hindra den ofta aggressiva marknadsföringen.

I förhandlingarna deltog stater som var medlemmar av WHO, dvs. närmare 200 stater. Det säger sig självt att dessa stater hade mycket olikartade utgångspunkter och ambitioner beträffande den framtida konventionens innehåll. Det gällde såväl den sociala och ekonomiska situationen som den rättsliga regleringen. Problemen var inte desamma och det var svårt att ange generella lösningar och klä dem i rättsliga

termer. Härtill kommer att den rättsliga begreppsbildningen skiljer sig mycket mellan olika länder. Man måste förvissa sig om att konventionsbestämmelserna uppfattades på samma sätt på alla språk och att innebörden var förståelig och relevant i alla deltagande länder.

Som ett resultat av detta är konventionens bestämmelser genomgående ganska allmänt hållna och ger också ett utrymme för staterna att utforma åtgärderna på ett sätt som passar deras sociala och rättsliga situation. Vissa bestämmelser kan uppfattas olika och det är ovisst vilken betydelse som i så fall skulle kunna anses vara den rätta. Det är möjligt att inte alla stater uppfattar sådana bestämmelser på samma sätt (t.ex. WHO-konventionens artikel om skadestandsfrågor). I sådant fall får tolkningen tills vidare utgå från varje lands rättsliga begreppsbildning. Skulle problem mot förmodan uppstå får de lösas senare då man kan bedöma vari åsiktsskillnaderna i så fall består.

För länder som Sverige, där tobakens skadeverkningar redan uppmärksammas och där det redan finns lagstiftning på de flesta områden, innebär konventionen bara små förändringar på det nationella planet. Arbetet med att utveckla ramkonventionen avses emellertid fortsätta med bl.a. utarbetande av kompletterande protokoll där mera detaljerade bestämmelser kan komma att beslutas för vissa områden. Sådana protokoll kan komma att medföra behov av ytterligare lagstiftningsåtgärder om Sverige önskar ansluta sig till dem.

EU-länderna uppträdde gemensamt i WHO-förhandlingen, detta för att innehållet i konventionen berör såväl EG-rätten som nationell lagstiftning. Inför varje förhandlingsomgång förbereddes gemensamma ståndpunkter i de frågor som skulle komma upp. Ordförandelandet och EU-kommissionen framförde sedan dessa ståndpunkter och hävdade EU:s intressen i förhandlingen.

Såväl EG som EU:s medlemsstater är parter i konventionen. Detta påverkar dock inte röstantalet vid partskonferensen, dvs. den organisation som upprättas mellan parterna till konventionen.

Under respektive förslags- respektive bedömningsavsnitt redovisas konventionen översiktligt varvid tonvikten läggs vid sådana artiklar som berör nationella förhållanden och som har betydelse för svensk lagstiftning. För närmare uppgifter hänvisas till konventionstexten (*bilaga 1*).

Konventionen är disponerad i en ingress samt tio delar med olika typer av bestämmelser. De konkreta förpliktelserna som bl.a. berör den nationella lagstiftningen återfinns företrädesvis i WHO-konventionens del III och IV.

4.2 EG: s rättsakter

De två EG-rättsakter för vilka utredningen hade att lämna förslag till nationellt genomförande gäller båda marknadsföring av tobaksvaror. Rådsrekommendationen tar även upp vissa andra frågor. Utformningen av dessa rättsakter skall ses i ljuset av det tidigare EG-direktivet om tobaksreklam (98/43/EG) av den 6 juli 1998, vilket ogiltigförklarades av EG-domstolen (mål C-376/98 och C-74/77). Domstolens dom har haft avgörande betydelse för det nya direktivets utformning.

4.2.1 Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG

Direktiv 2003/33/EG har till syfte att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för tobaksvaror och främjande av dessa varor i tidningar och andra tryckta publikationer, i radiosändningar, i informationssamhällets tjänster och genom sponsring till förmån för tobaksvaror, inklusive gratisutdelning. I direktivets ingress framhålls att WHO:s ramkonvention om tobakskontroll är på väg att förhandlas fram och att bindande internationella regler i denna konvention kompletterar reglerna i direktivet.

Enligt direktivet avses med beteckningen reklam varje form av kommersiella meddelanden vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja en tobaksvara. Med sponsring avses enligt direktivet varje form av offentligt eller privat bidrag till ett evenemang, en verksamhet eller en person med syftet eller den direkta eller indirekta verkan att främja en tobaksvara. Denna definition ligger nära den som används i konventionen. Utanför direktivets räckvidd faller s.k. indirekt reklam.

Avsikten med direktivet är att säkerställa fri rörlighet för berörda medier och därmed förknippade tjänster samt att undanröja hinder för den inre marknadens sätt att fungera. Direktivet innebär i första hand förbud mot reklam av tobaksvaror i tidningar och andra tryckta publikationer. För att säkerställa rörligheten för medierna på den inre marknaden måste tobaksreklamen på denna marknad begränsas till veckotidningar och tidskrifter som inte är avsedda för allmänheten. Undantaget skall därför gälla publikationer avsedda enbart för yrkesverksamma inom tobaksindustrin och publikationer som trycks och ges ut i tredje land och som inte i första hand är avsedda för gemenskapens marknad (artikel 3.1). Informationssamhällets tjänster liksom radio-tjänster bedöms vara särskilt attraktiva och tillgängliga för unga konsumenter. Tobaksreklamen i dessa bedöms i sig vara gränsöverskridande och bör därför regleras på gemenskapsnivå. I direktivet finns således föreskrifter om förbud mot tobaksreklam i dessa medier och om att radio-program inte får sponsras av vissa företag i tobaksnäringen (artikel 3.2, 4.1 och 4.2).

Medlemsstaternas lagstiftning när det gäller sponsring till förmån för tobaksvaror bedöms i vissa fall också problematisk. Bestämmelserna om sådan sponsring med gränsöverskridande verkan anses leda till en betydande risk för snedvridning av konkurrensen. För att undanröja snedvridningen skall medlemsstaterna förbjuda sponsring för verksamhet eller evenemang som har gränsöverskridande verkan (artikel 5.1). Vidare skall gratisutdelning av tobaksvaror i samband med sådana evenemang också förbjudas (artikel 5.2). Sponsring av evenemang eller verksamhet till förmån för tobaksvaror utan gränsöverskridande verkan faller dock utanför direktivets räckvidd.

Medlemsstaterna förutsätts enligt ingressen till direktivet vidta åtgärder för att säkerställa kontrollen av genomförandet av de bestämmelser som antas med stöd av direktivet i enlighet med nationell lagstiftning och viss gemenskapsrätt på området. Medlemsstaterna skall bl.a. fastställa regler om påföljder för överträdelse av de nationella bestämmelserna. Dessa påföljder måste vara effektiva, proportionella och avskräckande (artikel 7). I direktivets ingress (p. 18) anges att de grundläggande rättig-

heterna respekteras och att de principer som erkänns särskilt i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna iakttas. Direktivet anges särskilt avse att säkerställa respekten för den grundläggande rätten till yttrandefrihet. Vidare förutsätts (p. 12) att staterna, med förbehåll för EG-fördraget, behåller behörigheten att reglera frågor som faller utanför direktivets räckvidd. Det gäller exempelvis indirekt reklam och sponsring av evenemang eller verksamheter utan gränsöverskridande verkan. Senast den 31 juli 2005 skall den reglering som är nödvändig ha trätt i kraft (artikel 10.1).

Det upphävda direktivet om tobaksreklam 98/43/EG

Den 6 juli 1998 antogs det tidigare EG-direktivet om tobaksreklam (98/43/EG), Europaparlamentets och rådets direktiv 98/43/EG om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror.

Det direktivet var betydligt mera långtgående än det nu aktuella direktivet och innebar ett förbud mot varje form av reklam eller sponsring för att främja en tobaksvara (artikel 3.1) Med detta avsågs varje form av och medel för reklam, förutom TV-reklam som omfattades av rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television (TV-direktivet).

Vid genomförandet av direktivet i svensk rätt gav det upphävda direktivet upphov till diskussioner om direktivets förenlighet med de svenska grundlagarna (se Lagrådets yttrande i regeringens proposition Indirekt tobaksreklam (prop. 1999/2000:111 s. 66 ff.). Lagrådet uttalade att direktivets reklambegrepp gick längre än begreppet kommersiell annons. Enligt 1 kap. 9 § tryckfrihetsförordningen (TF) p. 1 gäller – utan hinder av TF – vad som i lag är stadgat om förbud mot kommersiell annons i den mån annonsen används vid marknadsföring av alkoholhaltiga drycker eller tobaksvaror. Motsvarande undantag för förbud mot sådan marknadsföring i andra framställningar än tryckta skrifter finns i 1 kap. 12 § första stycket yttrandefrihetsgrundlagen (YGL). Lagrådet anförde att direktivet inte gick att genomföra utan att TF och YGL ändrades eller att de i dessa grundlagar skyddade medierna lämnades utanför den föreslagna regleringen såvitt gällde sådana framställningar som inte omfattades av undantagen från grundlagsskyddet. Med anledning av lagrådets kritik, föreslog regeringen att det skulle klargöras i bestämmelserna om marknadsföring att dessa inte skulle tillämpas i den utsträckning detta skulle strida mot bestämmelserna om tryckfrihet och yttrandefrihet i TF och YGL. Den 3 maj 2000 överlämnade regeringen propositionen Indirekt tobaksreklam m.m. till riksdagen. I propositionen föreslogs ändringar i tobakslagen (1993:581) i syfte att genomföra ovan nämnda direktiv.

Förbundsrepubliken Tyskland väckte talan om ogiltigförklaring av direktivet vid EG-domstolen (mål C-376/98). Den 5 oktober 2000 ogiltigförklarade EG-domstolen direktivet på grund av att gemenskapslagstiftaren saknade behörighet att anta direktivet med stöd av de åberopade bestämmelserna som avser upprättandet av den inre marknaden,

etableringsrätten och friheten att tillhandahålla tjänster. Med anledning härav återkallade regeringen propositionen (skr. 2000/01:17).

4.2.2 Rådets rekommendation av den 2 december 2002 om förebyggande av rökning och initiativ för en effektivare tobakskontroll (2003/54/EG)

Rådet har, enligt EG-fördragets artikel 152.4, möjlighet att anta rekommendationer. Dessa rekommendationer är inte juridiskt bindande, men politiskt vägledande. Avseende nationella förhållanden som inte kan anses vara av gränsöverskridande karaktär kan rådet anta rekommendationer till medlemsstaterna.

Den här aktuella rådsrekommendationen ger rekommendationer att nationellt anta lämpliga lagar och/eller andra författningar i överensstämmelse med nationell praxis och nationella förhållanden för att förhindra tobaksförsäljning till barn och ungdomar. Förslag ges på olika sätt att genomföra detta.

- Att medlemsstaterna bör kräva att om det nationellt finns en lägsta ålder för inköp av tobaksvaror skall säljaren kontrollera detta,
- att undanta tobaksvaror från självbetjäning i butiker,
- att anta sådan reglering som begränsar tillgången till tobaksautomater till platser dit endast personer som uppnått den lägsta ålder för inköp av tobaksvaror som fastställs i nationell lagstiftning ges tillträde, alternativt,
- att på annat lika effektivt sätt reglera tillgången till de tobaksvaror som säljs i sådana automater,
- att försäljning av tobaksvaror oavsett försäljningssätt begränsas till vuxna, samt,
- att förbjuda försäljning av sötsaker och leksaker avsedda för barn och tillverkade med en klar avsikt att produkten och/eller dess förpackning till utseendet skall likna en tobaksvara.

5 Förstärkt tobakskontroll

5.1 WHO:s ramkonvention för tobakskontroll och Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG bör tolkas på likartat sätt

Regeringens bedömning: WHO:s ramkonvention för tobakskontroll och Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG bör tolkas på ett likartat sätt.

Utredarens bedömning: Överensstämmer med regeringens förslag.

Remissinstanserna: Delar utredarens bedömning.

Skälen för regeringens bedömning: Direktiv 2003/33/EG och rådsrekommendationen 2003/54/EG skall ses mot bakgrund av den samtidigt pågående förhandlingen i WHO om ramkonventionen om tobakskontroll. Direktivet och rådsrekommendationen utgjorde grund för

EU:s gemensamma ståndpunkt för EU:s agerande i WHO-förhandlingen. Den slutliga konventionstexten har, av utredningen, bedömts förenlig med EG-rätten, dvs. i detta fall direktiv 2003/33/EG och rekommendationen. I rådsbeslutet (9859/04 SAN 101) avseende anslutning till ramkonventionen för den del av ramkonventionen som avser EG-rätten dras också slutsatsen att ingen förändring krävs av EG-rätten.

Regeringen anser mot bakgrund av ovanstående att man bör kunna utgå från att det inte finns några egentliga motsättningar mellan å ena sidan WHO-konventionen och å andra sidan reklamdirektivet, trots olika principiell utformning och vissa skillnader t.ex. i fråga om definitionerna. Det är samma företeelser som lyfts fram i de båda dokumenten, även om konventionen täcker in ett bredare område än direktivet. Enligt utredningens mening är det rimligt att vid det nationella genomförandet tolka konventionen och direktivet på likartat sätt. Regeringen ansluter sig till denna bedömning. Skillnaderna i uttryckssätt bör, enligt regeringens förmenande, snarare ses som ett uttryck för att konventionen är ett förhandlingsresultat inom en global förhandling medan de två EG-rättsakterna är resultatet av en förhandling mellan 15 länder inom Europeiska gemenskapen.

5.2 Skydd för minderåriga

Regeringens förslag: På varje försäljningsställe för tobaksvaror skall det finnas en tydlig och klart synbar skylt med information om förbudet mot att sälja eller lämna ut sådana varor till den som inte har fyllt 18 år.

Tobaksvaror som säljs till konsumenter skall tillhandahållas på ett sådant sätt att ålderskontrollen kan genomföras. Detta gäller när försäljningen sker genom automat, via postorder eller liknande.

Tobaksvaror som säljs till konsumenter får inte tillhandahållas i form av lösa cigaretter eller i förpackningar om färre än 19 cigaretter.

Regeringens bedömning: Det saknas anledning att lagstifta om förbud för minderåriga att sälja tobaksvaror.

Utredarens förslag och bedömning: Överensstämmer delvis med regeringens förslag. Utredaren har dessutom föreslagit ett självbetjäningförbud, samt att förpackningar med cigaretter om tio eller färre inte skall få säljas.

Remissinstanserna: En majoritet av remissinstanserna uppskattar en förstärkning av skyddet för minderåriga och att 18-årsgränsen skall tas på allvar. Förbudet mot självbetjäning avstyrks av bl.a. *Svenskt Näringsliv* och *LO* då det anses medföra snedvriden konkurrens och orimlig arbetsmiljö. Bland annat *Hovrätten för övre Norrland* och *Statens folkhälsoinstitut* avslår förslaget om paketstorlek, då detta avviker från EU:s rekommendation. Införande av licensiering som en ytterligare åtgärd förespråkas av exempelvis *Statens folkhälsoinstitut* och *LO*.

Bakgrund: Artikel 16 i WHO:s ramkonvention handlar om försäljning av tobaksvaror till och av minderåriga. Med minderåriga förstås personer under den ålder som kan vara bestämd i nationell rätt eller annars 18 år. Parterna skall vidta effektiva åtgärder för att förbjuda försäljning av

tobak till minderåriga. Dessa åtgärder kan omfatta krav på dels tydlig skyltning inne på försäljningsställen med information om försäljningsförbudet, dels kontroll av köparens ålder i tveksamma fall (punkt 1 a), förbud mot försäljning av tobaksvaror på så sätt att de är direkt tillgängliga, t.ex. på butikshyllor (punkt 1 b), förbud mot tillverkning och försäljning av godsaker, leksaker eller annat som har form av tobaksvaror och tilltalar minderåriga (punkt 1 c), och säkerställande av att tobaksvaruautomater inte är tillgängliga för minderåriga (punkt 1 d). Parterna skall vidare bemöda sig om att förbjuda försäljning av lösa cigaretter eller cigaretter i små förpackningar (punkt 3). Tobaksvaruautomater återkommer i punkt 5, enligt vilken en stat kan avge en skriftlig bindande deklaration om sitt åtagande att förbjuda sådana automater. Punkt 6 kräver effektiva åtgärder inbegripet påföljder för försäljare och distributörer för att säkerställa förpliktelseerna i punkterna 1–5. Enligt punkt 7 slutligen bör parterna i förekommande fall vidta åtgärder för att förbjuda att tobaksvaror säljs av minderåriga.

Skälen för regeringens förslag och bedömning

Att förhindra att barn och ungdomar tidigt hamnar i tobaksberoende är ett av tobakslagens (1993:581) viktigaste syften. Även i WHO:s ramkonvention har denna fråga fått stort utrymme.

FN:s konvention om barnets rättigheter – som Sverige anslöt sig till år 1990 – utgör ytterligare ett skäl. Artikel 24 i barnkonventionen anger att konventionsstaterna erkänner barnets rätt att åtnjuta bästa uppnåeliga hälsa.

Enligt 12 § tobakslagen får tobaksvaror inte säljas till eller på annat sätt lämnas ut i näringsverksamhet till den som inte har fyllt 18 år. Den som lämnar ut tobaksvaror skall också förvissa sig om att mottagaren har uppnått nämnda ålder. Om det finns särskild anledning att anta att en tobaksvara är avsedd att lämnas över till någon som inte har fyllt 18 år får varan inte lämnas ut. Enligt 13 § tobakslagen får en tobaksvara endast föras in i landet av den som har fyllt 18 år.

I nuvarande 12 a § tobakslagen anges att den som i sin näringsverksamhet säljer tobaksvaror till konsumenter skall anmäla försäljningen hos den kommun där försäljningen sker. Skälet för att denna paragraf infördes var att bestämmelserna om 18-årsgränsen inte efterlevdes tillräckligt väl och att man därför önskade bättre förutsättningar för tillsyn och information, jmf prop. Vissa tobaksfrågor (prop. 2001/02:64 s. 47 f.). Regeringen ansåg att det behövdes åtgärder som kunde bidra till att underlätta och effektivisera kontrollen.

Det har dock visat sig att minderåriga fortfarande har lätt att komma över tobak. Regeringen anser att ålderskontrollen behöver bli bättre. På varje försäljningsställe skall därför finnas en tydlig och klar skylt som informerar om förbudet att sälja eller lämna ut tobak till person som inte har fyllt 18 år. Detta anges i 12 § tobakslagen. Detta kommer att bistå personalen och öka kunskapen om lagen. Det kommer även att vara ett stöd i utvecklandet av egentillsynsprogram som behandlas i avsnitt 5.10 i denna lagrådsremiss. Däremot finns det inte tillräckliga skäl att införa ett totalt självbetjämningsförbud mot bakgrund av de olägenheter det skulle innebära bl.a. för personalens arbetsmiljö och även till exempel brand-

skyddshänsyn. Mot bakgrund av att tobak försäljs vid försäljningsställen av olika karaktär, så skulle det även kunna bli konkurrenssnedvridande effekter.

Redan i dag gäller åldersgränsen 18 år för utlämnande av tobaksvaror i näringsverksamhet även om tobaken tillhandahålls i en automat. Regeringen har erfarit att kännedomen om gällande reglering är låg hos tillsynsmyndigheterna, såväl hos lokala som regionala. Det behöver därför införas en reglering i tobakslagen som tydliggör att den gällande åldersgränsen även omfattar försäljning av tobaksvaror via försäljningsautomater. Detta görs genom en ny 12 a § i tobakslagen. På detta sätt kommer det att tydliggöras att åldersgränsen gäller oberoende av försäljningssätt, tex. distanshandel eller via Internet.

Förbud att sälja cigaretter i små förpackningar

Av rådsrekommendationens punkt 2 f följer att förpackningarna inte bör få innehålla färre än 19 cigaretter. Med hänsyn främst till ramkonventionens syfte att göra det svårare för barn och ungdomar att köpa cigaretter ansåg utredningen dock att det vore rimligt att lägga gränsen vid förpackningar som innehåller tio cigaretter eller färre. Detta förslag har kommenterats av många remissinstanser.

Hovrätten för övre Norrland, Malmö tingsrätt, Statens folkhälsoinstitut, Länsstyrelsen i Stockholms län, Länsstyrelsen i Skåne län, En Rökfri Generation, Yrkesföreningar mot tobak och Valentingruppen anser att utredningens förslag bör bytas ut mot antalet 19, vilket stadgas i rådsrekommendationen. *Spel- och Servicehandlarna* förordar i stället en höjning av minimiskatten på lågpriscigaretter. Den uppfattningen delas av *Livsmedelshandlareförbundet*. *Philip Morris AB* menar att förbudet endast skall avse försäljning av enstaka cigaretter. *Annonsörföreningen* anser att förpackningar med färre än tio cigaretter skall få förekomma.

Regeringen anser att det är angeläget att minska nyrekryteringen av rökare, särskilt bland barn och unga. Det finns därför anledning att införa en sträng reglering när det gäller förpackningens storlek. Eftersom det finns en EU-rekommendation, som är rådgivande, bör Sverige ansluta sig till den i rådsrekommendationen angivna förpackningsstorleken.

Mot bakgrund av ovanstående föreslår regeringen ett förbud i en ny 12 b § i tobakslagen att försälja cigaretter i förpackningar om färre än 19 cigaretter.

På grund av gällande bestämmelser i tobakslagen om krav på bl.a. prismärkning och varningstexter på cigarettförpackningar, är det redan i dag förbjudet att sälja lösa cigaretter. Även i denna del föreslås ett förtydligande i tobakslagen.

Åldersgräns för den som säljer tobaksvaror

Utredningen har bedömt att det inte finns anledning att i lag förbjuda person under arton år att försälja tobaksvaror. I 5 kap. arbetsmiljölagen (1977:1160) finns bestämmelser som syftar till att minderåriga skall skyddas i arbetslivet. Enligt 5 kap. 3 § första stycket arbetsmiljölagen får således en minderårig inte anlitas för att utföra arbete på ett sätt som

medför risk för olycksfall eller för överansträngning eller annan skadlig inverkan på den minderåriges hälsa eller utveckling. Arbetarskyddsstyrelsen har beslutat vissa föreskrifter om minderåriga (AFS 1996:1). Föreskrifterna har meddelats med stöd av 18 § arbetsmiljöförordningen (1977:1166). Enligt 2 § i dessa föreskrifter skall arbetsuppgifter för minderåriga väljas med stor omsorg. Särskild hänsyn skall tas till den minderåriges fysiska och psykiska förutsättningar för arbetet. Betyggande säkerhet skall ges mot bl.a. olycksfall och andra förhållanden som kan medföra skadlig inverkan på den minderåriges hälsa eller utveckling i fysiskt, psykiskt eller socialt avseende. Vidare sägs att den som anlitat en minderårig skall se till att arbetet sker under ledning och tillsyn av lämplig person samt försäkra sig om att det finns tillfredställande rutiner för hur minderåriga skall introduceras och handledas. Arbetarskyddsstyrelsen har utfärdat allmänna råd om tillämpningen av föreskrifterna om minderåriga. Föreskrifterna innebär en anpassning till EG-direktiv bl.a. i fråga om farligt arbete, hälsokontroll och arbetstider samt undantagsbestämmelser. Vissa arbeten, kan enligt dessa allmänna råd, innebära en oacceptabel påfrestning från psykisk eller social synpunkt. Exempel kan vara att arbeta helt ensam utan kontakt med arbetskamrater eller handledare. När det gäller ensamarbete finns även särskilda regler för minderåriga i Arbetarskyddsstyrelsens föreskrifter om ensamarbete (AFS 1982:3). I enlighet med dessa får minderåriga inte anlitas för riskfyllt eller starkt psykiskt påfrestande ensamarbete. Exempel härpå kan vara arbete som innebär överfallsrisk, t.ex. ensamarbete i kvällsöppna butiker, kiosker eller liknande (jfr Arbetarskyddsstyrelsens allmänna råd om tillämpningen av föreskrifterna, AFS 1996:1, om minderåriga).

Länsrätten i Malmö ifrågasätter om det inte finns anledning att lagstifta om förbud för minderåriga att sälja tobaksvaror, och menar att man saknar underlaget för utredningens bedömning. Regeringen stödjer sig i denna del på utredarens förslag och redovisning. Det finns inte tillräckliga skäl att införa ett generellt förbud för minderåriga att sälja tobak. Däremot bör arbetet organiseras så att de allmänna kraven på en god arbetsmiljö för minderåriga uppfylls. Det är särskilt viktigt att de unga ges utbildning och andra förutsättningar att genomföra ålderskontrollen. Se vidare förslag under avsnitt 5.10.

5.3 EG-direktiv 2003/33/EG i förhållande till tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen

Regeringens bedömning: EG-direktiv 2003/33/EG kan genomföras utan någon ändring av tryckfrihetsförordningen eller yttrandefrihetsgrundlagen.

Utredarens bedömning: Överensstämmer med regeringens bedömning.

Remissinstanserna: Remissinstanserna har i huvudsak inte haft något att anföra beträffande tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihets-

grundlagen (YGL). Swedish Match önskar dock ett tydliggörande mellan annonser och skyddade medier för att undvika att TF och YGL kränks.

Skälen för regeringens bedömning: EG-direktivet innehåller bestämmelser om förbud mot reklam för och sponsring av tobaksvaror. Med sponsring avses varje bidrag, allmänt eller privat, till ett evenemang eller en verksamhet vars syfte, eller direkta eller indirekta verkan, är att främja avsättningen av en tobaksvara.

Reklam publiceras ofta i sådana medier som omfattas av TF eller YGL. Något förenklat kan sägas att TF ger ett grundlagsskydd för yttrandefriheten i böcker, tidningar och andra tryckta skrifter samt tryckta bilder, medan YGL innehåller motsvarande bestämmelser för yttrandefriheten i ljudradio, television och vissa liknande överföringar samt filmer, videogram, ljudupptagningar och andra tekniska upptagningar.

En viktig fråga är om EG-direktivet är förenligt med dessa grundlagar. Enligt 1 kap. 9 § TF gäller – utan hinder av TF – vad som i lag är stadgat om förbud mot kommersiell annons i den mån annonsen används vid marknadsföring av alkoholhaltiga drycker eller tobaksvaror (punkten 1). Motsvarande undantag för förbud mot sådan marknadsföring i andra framställningar än tryckta skrifter finns i 1 kap. 12 § första stycket YGL. I andra stycket av bestämmelsen i YGL möjliggörs även förbud mot övrig kommersiell reklam i radio- och TV-program samt i sådana överföringar som omfattas av den s.k. databasregeln (se 1 kap. 1 § 3 st och 1 kap. 9 § YGL).

Frågan om vilka åtgärder som ryms i begreppet kommersiell annons har tidigare diskuterats i samband med genomförandet av Europaparlamentets och rådets direktiv 98/42/EG av den 6 juli 1998 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror (se prop. 1999/2000:111).

Lagrådet uttalade, avseende direktiv 98/42/EG, att direktivets reklambegrepp var vidare än begreppet kommersiell annons och att direktivet inte gick att genomföra utan att TF och YGL ändrades eller att de i dessa grundlagar skyddade medierna lämnades utanför den föreslagna regleringen såvitt gällde sådana framställningar som inte omfattades av undantagen från grundlagsskyddet. Lagrådet ansåg att det var högst ovisst vilken betydelse den avsiktsförklaring som fanns i inledningen av 1998-års direktiv, med innebörd att direktivet inte var avsett att inkräkta på den grundläggande yttrandefriheten, hade för tolkningen av direktivet. Regeringen delade inte lagrådets uppfattning beträffande avsiktsförklaringen betydelse. Regeringen framhöll att det stod klart att avsiktsförklaringen, som utgjorde en integrerad del av de enskilda bestämmelserna i direktivet, gav stöd för uppfattningen att en grundlagsändring inte var nödvändig för att direktivet skulle kunna genomföras i svensk lagstiftning.

Den 5 oktober 2000 ogiltigförklarade EG-domstolen 1998-års direktiv på grund av att gemenskapslagstiftaren saknade behörighet att anta direktivet med stöd av de åberopade bestämmelserna som avser upprättandet av den inre marknaden, etableringsrätten och friheten att tillhandahålla tjänster. Av denna anledning återkallade regeringen propositionen (skr. 2000/01:17).

Förslagen i 1998-års direktiv överensstämmer i huvudsak med bestämmelserna om förbud mot reklam för och sponsring av tobaksvaror i det nu aktuella direktivet.

Regeringen vidhåller sin inställning avseende förslagets förenlighet med TF och YGL.

Grundlagsskyddet för tryck- och yttrandefriheten i TF respektive YGL träffar långtifrån alla former av yttranden eller medier. En väsentlig del av den marknadsföring som regleras i tobakslagen (1993:581) ryms inom ramen för begreppet kommersiell annons eller de ytterligare möjligheter till förbud som medges i 1 kap. 12 § andra stycket YGL. Härtill kommer att den nu föreslagna regleringen förbjuder annan marknadsföring som inte omfattas av skyddet i TF respektive YGL med undantag för måttfulla kommersiella meddelanden inne på försäljningsställena. Exempel på marknadsföring som inte omfattas av TF eller YGL är marknadsföring som sker genom skyltning eller visning av produkten, sådan marknadsföring som sker muntligen på gator och torg samt i stor utsträckning situationer då marknadsföring sker på Internet.

Det är således endast för det fall grundlagsbestämmelserna utesluter ett totalt reklamförbud som den föreslagna regleringen skulle kunna komma i konflikt med direktiv 2003/33/EG. Det finns även i 2003-års direktiv en avsiktsförklaring i direktivets inledning. Av denna framgår att i detta direktiv respekteras de grundläggande rättigheterna och iakttas de principer som erkänns särskilt i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna. Detta direktiv avser särskilt att säkerställa respekten för den grundläggande rätten till yttrandefrihet. Regeringen anser att ingressen utgör en integrerad del av de enskilda bestämmelserna i direktivet och ger stöd för uppfattningen att en grundlagsändring inte är nödvändig för att direktivet skall kunna genomföras i svensk lagstiftning. Regeringen anser att full visshet om direktivets exakta räckvidd i bl.a. detta hänseende kan uppnås bara i händelse en sådan fråga skulle komma under EG-domstolens bedömning. Mot bakgrund av avsiktsförklaringen i ingressen anser regeringen alltså att den begränsning som krävs för att det grundlagsskyddade yttrandefrihetsintresset skall tillgodoses är förenlig med direktivet.

Genom de nya bestämmelserna i tobakslagen blir sålunda EG-direktiv 2003/33/EG genomfört i svensk lagstiftning.

Lagrådet gjorde även invändningar i sitt yttrande om möjligheten att införa ett förbud mot sponsring av evenemang och verksamheter om syftet eller den direkta eller indirekta verkan med sponsringen är att främja avsättningen av tobaksvaror. Lagrådet anförde att det är enligt 1 kap. 12 § andra stycket YGL tillåtet med ett förbud mot sponsring i sådana sändningar som den grundlagen är tillämplig på. I övrigt torde ett förbud mot sponsring som avser de särskilt grundlagsskyddade medierna inte vara medgiven enligt TF eller YGL. Regeringen ansåg inte att lagförslaget stred mot yttrandefrihetsgrundlagarna och valde att lägga fram sitt förslag för riksdagen. Förslaget om förbud mot sponsring av vissa evenemang och verksamheter i denna lagrådsremiss överensstämmer i huvudsak med förslaget i den tidigare propositionen (se prop. 1999/2000:111 Indirekt tobaksreklam m.m.). Denna bestämmelse skall i likhet med bestämmelsen om förbud mot reklam enligt direktivets ingress tolkas så att den grundläggande rätten till yttrandefrihet säkerställs. I direktivets

ingress framgår att skillnaderna i nationell lagstiftning kan leda till ökade hinder för den fria rörligheten mellan medlemsstaterna. När det gäller sponsring kommer snedvridningen av konkurrensvillkoren sannolikt att öka, vilket redan har noterats i samband med att vissa idrotts- och kulturevenemang har anordnats. Förbudet mot sponsring gäller, enligt regerings förslag, evenemang eller verksamheter dit allmänheten har tillträde eller som kan ha gränsöverskridande effekt. Med evenemang avses en organiserad händelse särskilt av kulturellt eller idrottsligt slag. En verksamhet innebär en fortlöpande aktivitet. Exempel på evenemang som bestämmelsen tar sikte på är konserter, idrottstävlingar, enstaka teaterföreställningar och festivaler. Verksamhet som omfattas av bestämmelsen kan exempelvis vara driften av idrottsanläggningar, ungdomsgårdar, museer och teatrar. Det rör sig alltså om evenemang och verksamheter som i sig inte omfattas av TF eller YGL. Det går inte att genom en exemplifiering i förväg sätta gränsen för bestämmelsens omfattning, utan det får överlämnas åt rättstillämpningen. Enligt regeringens mening är det inte avsett att bestämmelsen skall komma i konflikt med TF och YGL.

5.4 EG-direktiv 2003/33/EG i förhållande till regeringsformen och Europeiska konventionen (d. 4 nov. 1950) om skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna (Europakonventionen)

Regeringens bedömning: EG-direktiv 2003/33/EG är förenligt med bestämmelserna i regeringsformen och Europakonventionen (d. 4 nov. 1950).

Utredarens bedömning: Överensstämmer med regeringens bedömning.

Remissinstanserna: Remissinstanserna har inte haft några invändningar med anledning av förslagets förenlighet med regeringsformen och Europakonventionen (d. 4 nov. 1950).

Skälen för regeringens bedömning

Yttrandefriheten

Bestämmelser om yttrandefrihet finns, förutom i tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL), även i regeringsformen (RF).

I 2 kap. 1 § RF föreskrivs bl.a. att varje medborgare gentemot det allmänna är tillförsäkrad yttrandefrihet, dvs. frihet att i tal, skrift eller bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor.

RF innehåller också regler som – under vissa förutsättningar – medger att det sker begränsningar av yttrandefriheten. Enligt 2 kap. 12 § RF får en begränsning av yttrandefriheten göras endast för att tillgodose ändamål som är godtagbart i ett demokratiskt samhälle, och begräns-

ningen får inte gå utöver vissa angivna gränser. Enligt bestämmelsen i 2 kap. 13 § RF anges särskilt att friheten att yttra sig i näringsverksamhet får begränsas. Medgivandet i 2 kap. 13 § RF till lagstiftning med begränsningar av friheten att yttra sig i näringsverksamhet innebär bl.a. att det är möjligt att ingripa mot yttranden i kommersiell reklam. Eftersom sådan reklam till övervägande del förekommer i tryckt skrift eller i andra medier, och därmed regleras i TF respektive YGL, är betydelsen av bestämmelsen i 13 § förhållandevis begränsad (jfr prop. 1975/76:209 s. 108 f.).

Bestämmelser om yttrandefrihet finns också i artikel 10 i Europakonventionen (d. 4 nov. 1950). Enligt p.1 i denna artikel har var och en rätt till yttrandefrihet. Denna rätt innefattar åsiktsfrihet samt frihet att ta emot och sprida uppgifter och tankar utan offentlig myndighets inblandning och oberoende av territoriella gränser.

Skyddet för yttrandefriheten är dock inte undantagslöst. I artikel 10 p. 2 föreskrivs att eftersom utövandet av de nämnda friheterna medför ansvar och skyldigheter, får de underkastas sådana formföreskrifter, villkor, inskränkningar eller straffpåföljder som är föreskrivna i lag och som i ett demokratiskt samhälle är nödvändiga med hänsyn till en rad i punkten angivna intressen. Bland dessa intressen anges skyddet för hälsan.

Kravet på nödvändighet är uppfyllt om inskränkningen i yttrandefriheten föranleds av ett samhälleligt intresse som är angeläget och om den står i rimlig proportion till det ändamål som skall tillgodoses. Detta krav tolkas inte lika strängt när det gäller yttranden av kommersiell art som när det gäller andra yttranden. Syftet med den föreslagna regleringen är att minska tobakskonsumtionen. Ändamålet med lagstiftningen är således att tillgodose skyddet för hälsa. Regeringen anser att inskränkningen i yttrandefriheten står i rimlig proportion till det ändamål som skall tillgodoses med lagstiftningen.

Sammanfattningsvis gör regeringen bedömningen att förslagen är förenliga med regeringsformens och Europakonventionens bestämmelser om skyddet för yttrandefriheten.

Egendomsskyddet och näringsrätten

Skyddet för egendom finns dels i 2 kap. 18 § RF, dels i artikel 1 tilläggsprotokollet den 20 mars 1952 till Europakonventionen.

Enligt regeringsformens bestämmelse är varje medborgares egendom tryggad genom att ingen kan tvingas att avstå den till det allmänna eller till någon enskild genom expropriation eller annat sådant förfogande eller tåla att det allmänna inskränker användningen av mark eller byggnad, utom när det krävs för att tillgodose angelägna allmänna intressen. I begreppet egendom innefattas inte endast fast egendom utan även lös egendom, vari inbegrips bl.a. sådana immateriella tillgångar som innehavet av ensamrätten till ett varukännetecken representerar. Rådighetsinskränkningar avseende annan egendom än mark och byggnader faller dock utanför tillämpningsområdet för bestämmelsen. Begränsningen att använda ett varukännetecken innebär inte något tvångsöverförande av förmögenhetsrätt utan är snarare att betrakta som en sådan rådighetsinskränkning som inte omfattas av skyddet i 2 kap. 18 § RF (se prop. 2001/02:64 s. 36).

Möjligheterna att fritt använda den immateriella rättighet som ensamrätten till ett varukännetecken representerar omfattas däremot av egendomsskyddet i Europakonventionen. Varje fysisk eller juridisk person skall ha rätt till respekt för sin egendom. Ingen får berövas sin egendom, annat än i det allmännas intresse och under de förutsättningar som anges i lag och i folkrättens allmänna grundsatser. Med egendom avses också immateriella rättigheter. Även ekonomiska intressen som följer av utövandet av en näringsverksamhet eller annan ekonomisk verksamhet skyddas av bestämmelsen. Bestämmelsen inskränker dock inte en stats rätt att genomföra sådan lagstiftning som staten finner nödvändig för att bl.a. reglera nyttjandet av viss egendom i överensstämmelse med det allmännas intresse.

Enligt Europadomstolens praxis skall den s.k. proportionalitetsprincipen användas vid den avvägning som måste företas mellan olika skyddsvärda intressen. När det gäller saluhållandet av tobaksvaror är det intresset av att skydda folkhälsan som skall vägas mot egendomsskyddet. Även partiella förbud mot viss reklam innebär begränsningar av möjligheterna att kommersiellt använda varumärken.

Begränsningar av möjligheten att använda varukännetecken för tobaksvaror har redan tidigare ansetts utgöra en sådan tillåten inskränkning i äganderätten som anges i tilläggsprotokollets artikel 1, andra stycket (se prop. 2001/02:64 s. 34 ff.). Det allmänna intresset är att av hälso-politiska skäl minska tobakskonsumtionen i landet.

I sammanhanget skall även 2 kap. 20 § RF nämnas i vilken anges att begränsningar i rätten att driva näring eller utöva yrke får införas endast för att skydda angelägna allmänna intressen och aldrig i syfte enbart att ekonomiskt gynna vissa personer eller företag. För att en begränsning skall få införas krävs även att syftet är att skydda något från samhällets synpunkt angeläget intresse. Med anledning av tobaksbrukets långtgående skadeverkningar är ansträngningarna att försöka minska detta ett ytterst angeläget samhällsintresse.

Regeringen anser sammanfattningsvis att de inskränkningar som görs i varumärkesrätten och näringsrätten, genom de föreslagna ändringarna, ryms inom gränserna för vad som är tillåtet enligt såväl regeringsformen som Europakonventionen.

5.5 Reklam och annan marknadsföring

Regeringens förslag: All marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter förbjuds, med undantag av

1) grundlagsskyddad rätt till marknadsföring i tryckta skrifter eller i överföringar eller tekniska upptagningar,

2) marknadsföring som endast består i att tillhandahålla tobaksvaror för försäljning, eller

3) kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen för tobaksvaror, om dessa meddelanden inte är påträngande, uppsökande eller uppmanar till bruk av tobak.

Nuvarande regler om förbud mot kommersiella annonser i tryckta skrifter och i radio- och TV-program utvidgas till att omfatta även andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen, YGL, är tillämplig.

Lagstiftningen bör träda i kraft den 1 juli 2005. Anordningar för utomhusreklam vid försäljningsställen som är i bruk vid lagens ikraftträdande får dock användas till utgången av 2005.

Utredarens förslag: Överensstämmer huvudsakligen med regeringens förslag.

Remissinstanserna: Bland annat *Konsumentombudsmannen* och *Svenskt Näringsliv* efterfrågar klargöranden av vilka typer av reklam och marknadsföring som kommer att vara tillåtna. *Malmö tingsrätt* och *Marknadsdomstolen* föreslår en större överensstämmelse med EU-direktivet.

Bakgrund

WHO-konventionens artikel 13 innehåller de viktiga bestämmelserna om tobaksreklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror. Artikelns utformad i tre steg, så att man inledningsvis har en bestämmelse om totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror, därefter en mindre långtgående bestämmelse för parter som av konstitutionella skäl inte kan genomföra ett totalförbud och slutligen en bestämmelse om vissa minimiåtgärder som varje part skall vidta inom ramen för sin konstitution. Artikelns inleds med ett principiellt konstaterande av att ett totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror skulle minska bruket av tobaksvaror (punkt 1). Därefter följer (punkt 2) en bestämmelse om genomförande av ett totalförbud för tobaksreklam, vilket skall omfatta gränsöverskridande reklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror som utgår från partens territorium. Erforderliga åtgärder skall genomföras inom fem år från det att konventionen har trätt i kraft för den parten. Efter detta följer (punkt 3) en bestämmelse om restriktioner för all reklam för, marknadsföring och sponsring av tobak vilken avser parter som på grund av sin konstitution inte kan genomföra ett totalförbud. Enligt denna punkt krävs också restriktioner eller ett totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror som utgår från partens territorium och har gränsöverskridande effekt. Någon fast tidsgräns anges inte i denna punkt.

De ovan nämnda minimiåtgärderna anges i punkt 4. De avser bl.a. förbud mot vilseledande reklam av tobaksvaror och krav på varningstexter i anslutning till reklam och sponsring av tobaksvaror. Minimåtgärderna omfattar också begränsning av incitament som uppmuntrar till inköp av tobak och krav på att tobaksindustrin redovisar sina kostnader för reklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror som inte är förbjuden. Vidare ingår totalförbud av tobaksreklam eller, om konstitutionen hindrar ett totalförbud, restriktioner för tobaksreklam, marknadsföring och sponsring i radio, TV, tryckta media och i förekommande fall andra media, som Internet, inom en tid av fem år. Slutligen omfattas även förbud av, eller om konstitutionen hindrar ett förbud, restriktioner för tobaksrelaterad sponsring av internationella evenemang, aktiviteter och deltagare däri. Parterna uppmuntras (punkt 5) att genomföra åtgärder som går utöver minimikraven i punkt 4.

Parter som själva har förbud mot vissa former av tobaksreklam, marknadsföring och sponsring har enligt punkt 7 också rätt att förbjuda och sanktionera motsvarande former av gränsöverskridande reklam av tobak etc. som når deras territorium. I punkt 8 förutses vidare ett fortsatt arbete kring ett protokoll om ett totalförbud mot gränsöverskridande reklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror.

Direktiv 2003/33/EG har till syfte att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för tobaksvaror och främjande av dessa varor i tidningar och andra tryckta publikationer, i radiosändningar, i informationssamhällets tjänster och genom sponsring till förmån för tobaksvaror, inklusive gratisutdelning. I direktivets ingress framhålls att WHO:s ramkonvention om tobakskontroll är på väg att förhandlas fram och att bindande internationella regler i denna konvention kompletterar reglerna i direktivet.

Enligt direktivet avses med beteckningen reklam varje form av kommersiella meddelanden vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja en tobaksvara. Med sponsring avses enligt direktivet varje form av offentligt eller privat bidrag till ett evenemang, en verksamhet eller en person med syftet eller den direkta eller indirekta verkan att främja en tobaksvara. Denna definition ligger nära den som används i konventionen. Utanför direktivets räckvidd faller s.k. indirekt reklam.

Avsikten med direktivet är att säkerställa fri rörlighet för berörda medier och därmed förknippade tjänster samt att undanröja hinder för den inre marknadens sätt att fungera. Direktivet innebär i första hand förbud mot reklam av tobaksvaror i tidningar och andra tryckta publikationer. För att säkerställa rörligheten för medierna på den inre marknaden måste tobaksreklamen på denna marknad begränsas till veckotidningar och tidskrifter som inte är avsedda för allmänheten. Undantaget skall därför gälla publikationer avsedda enbart för yrkesverksamma inom tobaksindustrin och publikationer som trycks och ges ut i tredje land och som inte i första hand är avsedda för gemenskapens marknad (artikel 3.1). Informationssamhällets tjänster liksom radio-tjänster bedöms vara särskilt attraktiva och tillgängliga för unga konsumenter. Tobaksreklamen i dessa bedöms i sig vara gränsöverskridande och bör därför regleras på gemenskapsnivå. I direktivet finns således föreskrifter om förbud mot tobaksreklam i dessa medier och om att

radioprogram inte får sponsras av vissa företag i tobaksnäringen (artikel 3.2, 4.1 och 4.2).

Medlemsstaternas lagstiftning när det gäller sponsring till förmån för tobaksvaror bedöms i vissa fall också problematisk. Bestämmelserna om sådan sponsring med gränsöverskridande verkan anses leda till en betydande risk för snedvridning av konkurrensen. För att undanröja snedvridningen skall medlemsstaterna förbjuda sponsring för verksamhet eller evenemang som har gränsöverskridande verkan (artikel 5.1). Vidare skall gratisutdelning av tobaksvaror i samband med sådana evenemang också förbjudas (artikel 5.2). Sponsring av evenemang eller verksamhet till förmån för tobaksvaror utan gränsöverskridande verkan faller dock utanför direktivets räckvidd.

Medlemsstaterna förutsätts, enligt ingressen till direktivet, vidta åtgärder för att säkerställa kontrollen av genomförandet av de bestämmelser som antas med stöd av direktivet i enlighet med nationell lagstiftning och viss gemenskapsrätt på området. Medlemsstaterna skall bl.a. fastställa regler om påföljder för överträdelser av de nationella bestämmelserna. Dessa påföljder måste vara effektiva, proportionella och avskräckande (artikel 7). I direktivets ingress (p. 18) anges att de grundläggande rättigheterna respekteras och att de principer som erkänns särskilt i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna iakttas. Direktivet anges särskilt avse att säkerställa respekten för den grundläggande rätten till yttrandefrihet. Vidare förutsätts (p. 12) att staterna, med förbehåll för EG-fördraget, behåller behörigheten att reglera frågor som faller utanför direktivets räckvidd. Det gäller exempelvis indirekt reklam och sponsring av evenemang eller verksamheter utan gränsöverskridande verkan. Senast den 31 juli 2005 skall den reglering som är nödvändig ha trätt i kraft (artikel 10.1).

Svensk lagstiftning

Enligt nuvarande 14 § första stycket tobakslagen (1993:581) får en näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter inte använda kommersiella annonser i periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen (TF) är tillämplig. Inte heller får vid sådan marknadsföring användas kommersiella annonser i ljudradio- eller TV-program. Detta gäller även sådana TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844).

Marknadsföring av tobaksvaror på andra sätt än som avses i 14 § första stycket tobakslagen, dvs. genom annonser i tidningar m.m., är underkastad särskilda krav. I 14 § andra stycket tobakslagen anges att vid marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter på något annat sätt än som avses i första stycket skall en näringsidkare iaktta särskild måttfullhet. I synnerhet gäller att reklam eller annan marknadsföring av tobaksvaror inte får vara påträngande, uppsökande eller uppmana till bruk av tobak.

Genom propositionen Vissa tobaksfrågor (prop. 2001/02:64) föreslog regeringen ytterligare inskränkningar av möjligheterna till tobaksreklam. Förslagen beslutades sedermera av riksdagen. Denna ändring av tobakslagen föregicks av en grundlagsändring. Förbudet gäller viss s.k. indirekt tobaksreklam, dvs. förbud att vid marknadsföring av andra varor och

tjänster än tobaksvaror använda varumärken som förknippas med tobaksvaror.

Enligt nuvarande 14 a § första stycket tobakslagen får en näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till konsumenter inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara. Denna inskränkning gäller om marknadsföringen sker i kommersiella annonser i periodiska tidskrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig (p. 1). Detsamma gäller kommersiella annonser i ljudradio- eller TV-program eller i TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (p. 2). Av andra stycket i samma paragraf framgår att om en näringsidkare använder ett sådant varukännetecken vid marknadsföring till konsumenter på något annat sätt, skall näringsidkaren iaktta den måttfullhet som är betingad av att kännetecknet också förknippas med tobaksvaran. Det finns dock undantag i paragrafens tredje stycke. Bestämmelserna tillämpas således inte i fråga om ett varukännetecken som i endast begränsad omfattning förekommer vid marknadsföring av tobaksvaror, i fråga om ett varukännetecken som framträder i en form som tydligt skiljer sig från utseendet på tobaksvarans kännetecken, eller i andra fall om det är oskäligt.

Av nuvarande 14 b § tobakslagen följer att det vid marknadsföring av tobaksvaror inte får användas texter, namn, varumärken och figurativa eller andra märken som ger intryck av att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra på förpackningar till tobaksvaror.

När det gäller marknadsföringen av tobaksvaror finns inga föreskrifter av regeringen i förordning eller myndighetsföreskrifter. Konsumentverket har emellertid med stöd i bestämmelserna i tobakslagen och överenskommelser med branschen beslutat om riktlinjer (KOVFS 1998:7).

Begreppen reklam och marknadsföring

Begreppet reklam syftar i tobakslagen närmast på annonser i media och affischer eller skyltar som syftar till att främja varuförsäljningen. I förarbetena till tobakslagen finns exempel på sådana åtgärder som avses, se regeringens proposition Vissa ändringar i tobakslagen (prop. 1993/94:98). Som exempel på reklam anges annonser i press, radio och TV samt på film, affischer och annan skyltning utomhus och i butiker m.m. samt trycksaker för direktutdelning (a. prop. s. 20). Som exempel på marknadsföring som inte är reklam anges varuprover, presenter, pristävlingar, realisationer, exponering av varor på utställningar, ambulerande försäljning, försäljning från stånd utanför butiker och annat saluhållande.

Begreppet marknadsföring har den mera vidsträckta innebörden, vilket framgår redan av lagtextens ordalydelse, 14 § andra stycket tobakslagen. Jfr regeringens proposition Indirekt tobaksreklam (prop. 1999/2000:111 s. 17). I förarbetena har understrukits att begreppet skall ha samma innebörd som i marknadsföringslagen (ML) (prop. 1977/78:178 s. 47 och 54 och prop. 1992/93:185 s. 57, prop. 1994/95:123 s. 164). Ett skäl härför är att 15 § tobakslagen hänvisar till vissa paragrafer i ML om sanktioner mot

näringsidkare (bestämmelserna om förbud, vite och marknadsstörningsavgift) om marknadsföringsåtgärden skulle strida mot tobakslagen.

Med begreppet marknadsföring avses i 1995 års marknadsföringslag reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter (3 § ML). Hit hör i första hand reklamåtgärder eller andra handlingar som vänder sig till allmänheten eller en viss grupp av intressenter, exempelvis tidningsannonser och säljbefrämjande åtgärder med allmän inriktning. Begreppet täcker emellertid också åtgärder som är inriktade på enskilda individer, exempelvis muntliga säljargument som försäljare använder vid förhandling med enskild kund. Även själva saluhållandet av en vara omfattas av begreppet marknadsföring. Det gäller även om saluhållandet är rent passivt. Begreppet omfattar dock inte bara avsättningsfrämjande åtgärder utan också inköps- eller andra anskaffningsfrämjande åtgärder, dvs. sådana åtgärder som riktas bakåt mot t.ex. kreditgivare eller leverantörer (2 § ML). Det är i första hand fråga om åtgärder som en näringsidkare vidtar när denne själv efterfrågar varor eller tjänster. Det är att märka att tobakslagen endast behandlar avsättningsfrämjande åtgärder.

Riktlinjer för marknadsföring av tobaksvaror (KOVFS 1998:7)

Konsumentverket har, i enlighet med sin instruktion, och i anslutning till bestämmelserna i bl.a. 14 och 15 §§ tobakslagen, utfärdat riktlinjer för marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter (KOVFS 1998:7). Dessa riktlinjer har som huvudsyfte att precisera kravet på särskild måttfullhet vid marknadsföring av tobaksvaror och att främja en enhetlig tillämpning av denna regel.

För iakttagandet av riktlinjerna ansvarar tillverkare, importör eller annan näringsidkare som marknadsför tobaksvaror samt anställd hos näringsidkaren och annan som handlar på näringsidkarens vägnar. Konsumentverkets riktlinjer omfattar föreskrifter om hur marknadsföringsåtgärderna inte får vara, nämligen aggressiva, övertalande eller sådana att de väcker särskild uppmärksamhet (p. 4.1). Vidare innebär kravet på särskild måttfullhet enligt Konsumentverket, att marknadsföringen skall präglas av stark återhållsamhet, relevans och saklighet i vissa angivna avseenden. Slutligen anges vissa otillåtna marknadsföringsmetoder för att bl.a. kravet på särskild måttfullhet skall säkras. Här görs skillnad på begränsningar som avser reklambäraren (reklamkanal) respektive reklammetoden. När det gäller otillåten reklambärare kan det t.ex. vara fråga om reklam inom område för sportevenemang för allmänheten. Som en otillåten reklammetod räknas demonstrationer av tobaksvaror som är särskilt arrangerade eller provutdelning av tobaksvaror. Till syftena med riktlinjerna hör bl.a. att tobaksdebuten bland ungdomar inte skall uppmuntras. Dock tillåts provutdelning av tobaksvara till den som är minst 20 år och är i färd med att köpa en sådan.

En uttryckligen tillåten marknadsföringsmetod är kombinationserbjudande med tobakstillbehör av obetydligt värde. Även denna metod förekommer och det är då ofta fråga om att den som köper ett paket cigaretter även erhåller en cigarettändare.

På och vid säljstället skall marknadsföringen vara underkastad de generella begränsningarna, dvs. åtgärderna skall uppfylla kravet på

särskild måttfullhet. Reklam omedelbart utanför säljstället får förekomma endast på säljställets fasadytor och på sedvanlig utstickande butiksskylt. Den totala reklamytan får uppgå till högst två kvadratmeter, dock uppdelad på minst två enheter.

Skälen för regeringens förslag

Vid förhandlingarna om konventionen rådde det en bred internationell enighet om att restriktioner på detta område var en av de absolut viktigaste delarna i en effektiv tobakskontroll. Det var samtidigt det avsnitt som var svårast att komma överens om på grund av de olikartade situationerna, såväl faktiskt som rättsligt, i de olika länderna. Konventionen utformades så att den inte föranleder några ändringar i svensk grundlag.

Tobakslagen (1993:581) föreslås, av utredningen, ändras så att ett generellt reklam- och marknadsföringsförbud införs, med tre tydliga undantag mot bakgrund av tryckfrihetsförordningens (TF) och yttrandefrihetsgrundlagens (YGL) bestämmelser, mot bakgrund av direktivets bestämmelse att reklam mellan säljled skall få förekomma, och att pris och informationsuppgifter måste få förekomma för att prisinformation enligt prisinformationslagen (2004:347) skall kunna upprätthållas, samt att viss marknadsföring skall kunna tillåtas inne på försäljningsställen för tobaksvaror. Till skillnad från dagens reglering föreslås därmed ett totalt förbud mot reklam utomhus. Utredningen har inte föreslagit någon ändring i grundlagarna. Regeringen anser att de nuvarande grundlagsenliga möjligheterna att begränsa marknadsföringen av tobaksvaror är tillräckliga (se avsnitt 5.3 och 5.4). Regeringen ställer sig bakom att huvudprincipen skall vara att marknadsföring av tobak skall vara förbjuden och anser att de föreslagna undantagen är välmotiverade.

FN:s konvention om barnets rättigheter – som Sverige anslöt sig till år 1990 – utgör ytterligare ett skäl för en effektiv tobakskontroll. Barnkonventionen är en bindande överenskommelse mellan de stater som ratificerat den. Artikel 17 i barnkonvention behandlar massmediernas roll och anger att konventionsstaterna skall uppmuntra utvecklingen av lämpliga riktlinjer för att skydda barnet mot information och material som är till skada för barnets välfärd m.m.

Nuvarande regler om förbud mot kommersiella annonser i tryckta skrifter och i radio- och TV-program utvidgas till att omfatta även andra upptagningar m.m. på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig

Regeringen delar utredningens bedömning att en svensk reglering för begränsning av tobaksreklam bör gå så långt som TF och YGL tillåter. Beträffande de media som skyddas av TF och YGL föreslås ett generellt förbud mot kommersiella annonser. Detta innebär en skärpning jämfört med nuvarande regler, som inte omfattar t.ex. filmer och videogram.

Förbudets tillämpningsområde utvidgas så att det även omfattar alla överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.

Beträffande annan reklam och marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter föreslås, efter modell av konventionens reklamartikel, ett i princip totalt förbud. All marknadsföring förbjuds, oavsett om det är fråga om kommersiella annonser eller inte, i medier som inte omfattas av grundlagsskydd. En effekt är att reklam i överföringar via Internet i stor utsträckning inte kommer att vara tillåten. Härigenom uppfylls även direktivets krav och viktiga delar av rekommendationen.

Hovrätten för övre Norrland föreslår att förslaget om kommersiella annonser skall utformas på ett sätt som bättre överensstämmer med direktivet. Hovrätten menar att tobaksreklam enligt EG-direktiv 2003/33/EG bara är tillåten i vissa tidskrifter, medan tobaksreklam enligt utredarens förslag endast förbjuds i den mån de riktar sig till konsumenter. Denna skillnad kan enligt hovrätten innebära att vissa former av reklam som förbjuds i EG-länder som följer direktivet närmare kan komma att vara tillåtna i Sverige. Marknadsdomstolen konstaterar att utredningens definition av kommersiell annons är snävare än betydelsen av reklam enligt direktivet.

Begränsningen till marknadsföring som riktar sig till konsumenter anges visserligen inte i konventionen, men får anses ligga i syftet med bestämmelserna, nämligen att motverka att människor inleder eller fortsätter ett tobaksbruk. Förbudet omfattar näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter. Branschintern information omfattas inte. För denna tolkning talar även att direktivet undantar branschtidskrifter och dylikt. Som tidigare nämnts har någon motsättning mellan de båda dokumenten inte ansetts föreligga.

Beträffande försäljning genom Internet är det tveksamt om framför allt direktivet kan anses ge utrymme för tobaksreklam, t.ex. på hemsidor där tobaksvaror bjuds ut till försäljning. Sådana försäljningsplatser skiljer sig i betydande grad från detaljhandel i allmänhet. Regeringen gör den bedömningen att Internet är ett sådant medium som kan nå en bred allmänhet och som därför bör omfattas av ett generellt reklamförbud i den mån det inte är fråga om sådana överföringar eller tekniska upptagningar som omfattas av YGL. Detta följer också av rådsrekommendationen. Mot bakgrund av att tobaksreklamdirektivet undantar branschmeddelanden från det generella reklamförbudet av tobaksvaror torde visst utrymme finnas för branschmeddelanden även via Internet under förutsättning att de inte är tillgängliga annat än för dem som har viss kod, password eller liknande.

Regeringen ansluter sig till utredarens bedömning att utplacering av askkoppar och användande av dylikt material på restauranger faller under det allmänna förbudet mot marknadsföring i det förslag till lagändring som nu ges. Medlemsstaterna rekommenderas, enligt såväl ramkonventionen som rådsrekommendationen, att förbjuda användning av PR-material, askkoppar, tändare, parasoller osv. Detsamma gäller användningen och förmedlingen av säljfrämjande åtgärder, t.ex. rabatter, gåvor, premier eller möjligheter att delta i reklamtävlingar och spel.

Gratisutdelning av tobaksvaror eller varuprover är att betrakta som marknadsföring av sådana varor och omfattas därför av det allmänna

förbudet i den mån marknadsföringen riktar sig till konsumenter. Detsamma gäller försäljning av tobaksvaror till subventionerat pris.

Regeringen delar bedömningen att marknadsföringsförbudet även omfattar förmåner, såsom att den som köper ett cigarettpaket av visst märke även får t.ex. en cigarettändare.

De detaljerade åtgärder mot marknadsföring av tobaksvaror som i övrigt tas upp i rådsrekommendationen bör täckas av det föreslagna generella förbudet mot marknadsföring. Den grundlagsskyddade rätten till marknadsföring i tryckta skrifter och tekniska upptagningar måste givetvis respekteras i den mån den kan bli aktuell. Även frågan om gratisutdelning av tobaksvaror, såväl i samband med gränsöverskridande evenemang som i annat sammanhang, täcks av det generella förbudet mot marknadsföring.

Undantag för marknadsföring som skyddas av tryckfrihetsförordningen respektive yttrandefrihetsgrundlagen

Regeringen menar att ett undantag som är nödvändigt är marknadsföring i tryckta skrifter, överföringar och tekniska upptagningar som skyddas av TF respektive YGL. Det grundlagsskyddade området kan inte inskränkas genom ett allmänt förbud mot marknadsföring av tobak. En författare skall, trots förbudet ha rätt att nämna ett cigarettmärke i sin roman. Vidare är det fortfarande tillåtet att visa ett cigarettpaket av visst märke i en film.

Undantag för måttfulla kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen

Ett ytterligare undantag gäller kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen för tobaksvaror. Från tobaksköparens synpunkt kan sådan marknadsföring fylla en informativ funktion. Det ter sig dessutom rimligt att inte helt hindra en varumärkeshavare från att utnyttja varumärket. Då sådan information även kan komma att träffa kunder som inte har för avsikt att köpa tobak är det dock angeläget att denna information är måttfull. Vad gäller regleringen av detaljhandeln med tobaksvaror uppkommer ingen konflikt med vare sig WHO:s ramkonvention eller tobaksreklamdirektivet om ett sådant undantag införs.

Det kan tilläggas att undantaget för kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen självklart bör tolkas restriktivt eftersom huvudregeln är att reklam och marknadsföring för tobaksvaror till konsumenter inte alls är tillåten. Skyltar och affischer inne på försäljningsställen vilka inte kan iakttas utifrån är i princip tillåtna, men måste utformas med hänsyn till det restriktiva undantaget för sådana kommersiella meddelanden.

Aggressiv, inbjudande eller påträngande marknadsföring kan inte accepteras, liksom inte heller marknadsföring som är ägnad att uppmuntra till bruk av tobak eller till ökad konsumtion. Gratisutdelning av tobaksvaror, erbjudanden om olika förmåner m.m. vid köp av tobaksvaror får anses ha sådan karaktär och faller alltså utanför det nu angivna undantaget.

Marknadsföringsåtgärder som appellerar till barn eller ungdomar kan över huvud taget inte anses tillåtna med hänsyn till den åldersgräns som gäller för inköp av tobaksvaror, oavsett om marknadsföringen sker inne på försäljningsställen.

I sammanhanget kan anmärkas att marknadsföring av leksaker och godis som liknar tobaksvaror i syfte att främja en tobaksvara eller tobaksbruk självfallet omfattas av förbudet. Om en vara anses ha sådan karaktär, men säljs utan något som helst samband med en specifik tobaksvara kan försäljningen inte anses falla under tobakslagstiftningen.

En fråga gäller om det – med de undantag som föreslås från det totala förbudet mot marknadsföring av tobaksvaror – finns skäl att införa de i ramkonventionen omnämnda föreskrifterna om varningstexter på tobaksvaror i samband med reklam. Då kommersiella annonser för tobak enligt utredningens förslag kommer att vara totalförbjudna torde utrymmet för att tillämpa sådana föreskrifter vara försumbart. Regeringen avstår därför från att framlägga något sådant förslag. I sammanhanget skall även erinras om de föreskrifter om varningstexter m.m. som redan finns i 9 § tobakslagen.

Viss köpinformation måste tillåtas. Neutral information om att man säljer tobaksvaror måste godtas, liksom varulistor, prislistor och liknande. Det medges därmed en möjlighet att lämna kommersiella meddelanden eller märkningar som endast fyller funktionen att göra det möjligt för konsumenter att skilja mellan olika tobaksvaror. Det kan vara fråga om en återhållsam exponering av varumärken som endast fyller en särskiljande funktion på det ställe i butiken där varorna saluförs. Det kan vidare gälla symboler för olika varor på en tobaksvaruautomat.

Skyddet för konsumenter omfattar möjligheten att göra ett väl grundat val av vara och en viktig faktor är priset på varan. Enligt 1 § prisinformationslagen (2004:347) har lagen till ändamål att främja en god prisinformation till konsumenter. Den 1 oktober 2004 trädde en ny prisinformationslag i kraft. Den ersätter den tidigare från 1991. Tillämpningsområdet för den nya lagen har utvidgats till att, utöver bestämda produkter i betydelsen varor och tjänster, även omfatta andra nyttigheter med undantag för fast egendom och arbetstillfällen. Lagen gäller inte i den mån annat är särskilt föreskrivet om prisinformation till konsumenter. Den nya lagen är utformad som en ramlag. Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer ges möjlighet att föreskriva skyldighet för näringsidkare att ange jämförpris för andra produkter än varor. Konsumentverket har bemyndigats att meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris.

De långtgående inskränkningar i rätten att använda varukännetecken för tobaksvaror som blir ett resultat av dessa förslag är nödvändiga på grund av att det gäller just tobaksvaror och att såväl WHO som EU och de allra flesta av världens stater ställt sig bakom krav på inskränkning av möjligheterna till marknadsföring av sådana varor. I detta sammanhang finns det anledning att ta upp frågan om de föreslagna lagändringarna skulle kunna stå i konflikt med bestämmelsen om användningstvång i 25 a § varumärkeslagen (1960:644). Av denna bestämmelse följer att den som innehåller ett registrerat varumärke skall göra verkligt bruk av märket för att undgå risken att registreringen hävs. Kravet på verkligt bruk

innebär inte att varumärket måste användas vid marknadsföring av visst slag, exempelvis i annonser för de varor eller tjänster som registreringen avser, utan marknadsföring genom passivt saluhållande är tillräckligt för att kravet skall vara uppfyllt. De nu föreslagna ändringarna innebär inte något hinder mot att använda ett registrerat varumärke vid passivt saluhållande av en tobaksvara. Detsamma gäller beträffande andra slags varukännetecken. Även t.ex. ett varukännetecken som erhållit varumärkesrättsligt skydd genom inarbetning kan användas vid sådan saluhållning. Regeringen anser således att de föreslagna lagändringarna inte kommer i konflikt med varumärkesrättsliga regler (jfr. prop. 2001/02:64 s 39f).

5.6 Sponsring

Regeringens förslag: Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror får inte sponsra ett evenemang eller en verksamhet, dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt, om det kan antas medföra att avsättningen av en tobaksvara främjas.

Utredarens förslag: Överensstämmer huvudsakligen med regeringens.

Remissinstanserna: Enligt *Konsumentverket/KO* kan utredarens förslag ha en vidare innebörd i tobakslagen än vad som åsyftas i direktivet, det anses också tveksamt om förbudet kan sanktioneras med stöd av marknadsföringslagen. Exempelvis *Svenskt Näringsliv* vill att företagsinriktad sponsring skall tillåtas.

Bakgrund: Artikel 13 i konventionen innehåller bestämmelserna om tobaksreklam, marknadsföring och sponsring. Artikeln är utformad i tre steg, så att man inledningsvis har en bestämmelse om totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror, därefter en mindre långtgående bestämmelse för parter som av konstitutionella skäl inte kan genomföra ett totalförbud och slutligen en bestämmelse om vissa minimiåtgärder som varje part skall vidta inom ramen för sin konstitution.

Artikeln inleds med ett principiellt konstaterande att ett totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring skulle minska bruket av tobaksvaror (punkt 1). Därefter följer (punkt 2) en bestämmelse om genomförande av ett totalförbud, vilket skall omfatta gränsöverskridande reklam, marknadsföring och sponsring som utgår från partens territorium. Erforderliga åtgärder skall genomföras inom fem år från det konventionen trädde i kraft för den parten. Efter detta följer (punkt 3) en bestämmelse om restriktioner för all reklam för, marknadsföring och sponsring av tobak vilken avser parter som på grund av sin konstitution inte kan genomföra ett totalförbud. Enligt denna punkt krävs också restriktioner eller ett totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring som utgår från partens territorium och har gränsöverskridande effekt. Någon fast tidsgräns anges inte i denna punkt.

De ovan nämnda minimiåtgärderna anges i punkt 4 och avser

- förbud mot vilseledande reklam,
- krav på varningstexter i anslutning till reklam och sponsring,
- begränsning av incitament som uppmuntrar till inköp av tobak,
- krav på att tobaksindustrin redovisar sina kostnader för reklam, marknadsföring och sponsring som inte är förbjuden,
- totalförbud eller, om konstitutionen hindrar ett totalförbud, restriktioner för tobaksreklam, marknadsföring och sponsring i radio, TV, tryckta media och i förekommande fall andra media, som Internet, inom en tid av fem år, samt
- förbud, eller om konstitutionen hindrar ett förbud, restriktioner för tobaksrelaterad sponsring av internationella evenemang, aktiviteter och deltagare däri.

Parterna uppmuntras (punkt 5) att genomföra åtgärder som går utöver minimikraven i punkt 4. Parter som själva har förbud mot vissa former av tobaksreklam, marknadsföring och sponsring har, enligt punkt 7, också rätt att förbjuda och sanktionera motsvarande former av gränsöverskridande reklam etc. som når deras territorium. I punkt 8 förutses vidare ett fortsatt arbete kring ett protokoll om ett totalförbud mot gränsöverskridande reklam, marknadsföring och sponsring.

Direktiv 2003/33/EG har till syfte att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för tobaksvaror och främjande av dessa varor i tidningar och andra tryckta publikationer, i radiosändningar, i informationssamhällets tjänster och genom sponsring till förmån för tobaksvaror, inklusive gratisutdelning. I direktivets ingress framhålls att WHO:s ramkonvention om tobakskontroll är på väg att förhandlas fram och att bindande internationella regler i denna konvention kompletterar reglerna i direktivet.

Enligt direktivet avses med beteckningen reklam varje form av kommersiella meddelanden vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja en tobaksvara. Med sponsring avses enligt direktivet varje form av offentligt eller privat bidrag till ett evenemang, en verksamhet eller en person med syftet eller den direkta eller indirekta verkan att främja en tobaksvara. Denna definition ligger nära den som används i konventionen. Utanför direktivets räckvidd faller s.k. indirekt reklam.

Avsikten med direktivet är att säkerställa fri rörlighet för berörda medier och därmed förknippade tjänster samt att undanröja hinder för den inre marknadens sätt att fungera. Direktivet innebär i första hand förbud mot reklam av tobaksvaror i tidningar och andra tryckta publikationer. För att säkerställa rörligheten för medierna på den inre marknaden måste tobaksreklamen på denna marknad begränsas till veckotidningar och tidskrifter som inte är avsedda för allmänheten. Undantaget skall därför gälla publikationer avsedda enbart för yrkesverksamma inom tobaksindustrin och publikationer som trycks och ges ut i tredje land och som inte i första hand är avsedda för gemenskapens marknad (artikel 3.1). Informationssamhällets tjänster liksom radio-tjänster bedöms vara särskilt attraktiva och tillgängliga för unga konsumenter. Tobaksreklamen i dessa bedöms i sig vara gränsöverskridande och bör därför regleras på gemenskapsnivå. I direktivet finns således föreskrifter om förbud mot tobaksreklam i dessa medier och om att radio-

program inte får sponsras av vissa företag i tobaksnäringen (artikel 3.2, 4.1 och 4.2).

Medlemsstaternas lagstiftning när det gäller sponsring till förmån för tobaksvaror bedöms i vissa fall också problematisk. Bestämmelserna om sådan sponsring med gränsöverskridande verkan anses leda till en betydande risk för snedvridning av konkurrensen. För att undanröja snedvridningen skall medlemsstaterna förbjuda sponsring för verksamhet eller evenemang som har gränsöverskridande verkan (artikel 5.1). Vidare skall gratisutdelning av tobaksvaror i samband med sådana evenemang också förbjudas (artikel 5.2). Sponsring av evenemang eller verksamhet till förmån för tobaksvaror utan gränsöverskridande verkan faller dock utanför direktivets räckvidd.

Medlemsstaterna förutsätts, enligt ingressen till direktivet, vidta åtgärder för att säkerställa kontrollen av genomförandet av de bestämmelser som antas med stöd av direktivet i enlighet med nationell lagstiftning och viss gemenskapsrätt på området. Medlemsstaterna skall bl.a. fastställa regler om påföljder för överträdelser av de nationella bestämmelserna. Dessa påföljder måste vara effektiva, proportionella och avskräckande (artikel 7). I direktivets ingress (p. 18) anges att de grundläggande rättigheterna respekteras och att de principer som erkänns särskilt i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna iaktas. Direktivet anges särskilt avse att säkerställa respekten för den grundläggande rätten till yttrandefrihet. Vidare förutsätts (p. 12) att staterna med förbehåll för fördraget behåller behörigheten att reglera frågor som faller utanför direktivets räckvidd. Det gäller exempelvis indirekt reklam och sponsring av evenemang eller verksamheter utan gränsöverskridande verkan. Senast den 31 juli 2005 skall den reglering som är nödvändig ha trätt i kraft (artikel 10.1).

Skälen för regeringens förslag: Ett specifikt sponsringsförbud i tobakslagen (1993:581) skall gälla evenemang eller verksamhet som är gränsöverskridande eller dit allmänheten har tillträde. Sponsringsförbudet i direktiv 2003/33/EG begränsas till evenemang och verksamheter som berör eller äger rum i flera medlemsstater eller på något annat sätt har gränsöverskridande verkan. Därutöver bör, enligt regeringen, evenemang dit allmänheten har tillträde omfattas.

Sponsringsförbudet bör, enligt den särskilda utredaren, omfatta tobaksindustrin. Med tobaksindustrin förstås här detsamma som i konventionen, nämligen tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror. Däremot bör inte detaljhandlare omfattas av sponsringsförbudet. Det ter sig knappast meningsfullt eller önskvärt att förbjuda och beivra sådant som att en lokal handlare ger ett bidrag till ortens idrotts- eller ungdomsverksamhet. Oftast försäljs inte heller endast tobak utan även andra produkter i exempelvis en livsmedelsbutik.

Begränsningen till åtgärder som riktar sig till konsumenter anges varken i konventionen eller EG-direktivet avseende sponsringsförbud, men får anses ligga i syftet med bestämmelserna för såväl WHO-konventionen som för EG-direktivet, nämligen att motverka att människor inleder eller fortsätter ett tobaksbruk. För denna tolkning talar även att EG-direktivet undantar branschtidskrifter och dylikt från det generella marknadsföringsförbudet. Som tidigare nämnts har även den särskilda

utredaren bedömt att någon motsättning inte föreligger mellan de båda dokumenten.

Beträffande sponsring finns för svensk del liknande svårigheter som beträffande reklam när det gäller att införa ett totalt förbud rörande medier som skyddas av tryckfrihetsförordningen (TF) eller yttrandefrihetsgrundlagen (YGL). I övrigt innehåller grundlagarna inga undantag för sponsring, vare sig av tryckta skrifter eller av artiklar. Dessutom finns en rätt till anonymitet för författare m.fl. som effektivt skulle hindra genomförandet av ett förbud mot sponsring, som den definierats i direktivet. Ett svenskt förbud mot sponsring som led i marknadsföring av tobaksvaror måste därför utformas på annat och mindre generellt sätt än i direktivet. Mot bakgrund av ingresspunkten och omständigheterna kring direktivets tillkomst är en sådan utformning förenlig med direktivet.

Bland annat *Svenskt Näringsliv* bedömer att utredarens förslag även skulle kunna komma att omfatta företagsrelaterad sponsring och att förbudet bör inriktas på sponsringsformer som marknadsför ett tobaksmärke.

Regeringen har mot bakgrund av ovanstående begränsat regeln till att gälla sponsring som kan anses medföra att avsättningen av en tobaksvara främjas.

5.7 Uppgifter om kostnader för reklam

Regeringens förslag: Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror skall, i den utsträckning som föreskrivs av regeringen, till Statens folkhälsoinstitut lämna uppgifter om de kostnader som de har haft för reklam, annan marknadsföring och sponsring.

Utredarens förslag: Överensstämmer i huvudsak med regeringens förslag.

Remissinstanserna: Förslaget att tobaksindustrin skall lämna uppgifter om reklamkostnader stöds av *Statens folkhälsoinstitut*. *Näringslivets regelrådet* och *Annonserföreningen* avstyrker däremot förslaget, som förmodas vara konkurrensbegränsande och medföra klara risker för läckage av företagshemligheter.

Bakgrund: Artikel 13.4.d i WHO:s ramkonvention ställer krav på att tobaksindustrin redovisar sina kostnader för reklam, marknadsföring och sponsring som inte är förbjuden. Parterna är i enlighet med konventionens artikel 13.4.d ålagda att kräva att tobaksindustrin redovisar sina kostnader för reklam, marknadsföring och sponsring som inte är förbjuden. Med tobaksindustrin avses enligt konventionens artikel 1 tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror. Detta åliggande överensstämmer i allt väsentligt med rådsrekommendationen. Några bestämmelser om sådan rapportering finns för närvarande inte i svensk lagstiftning.

Skälen för regeringens förslag: En paragraf om uppgiftslämnande om kostnader för reklam bör finnas i tobakslagen (1993:581) och avse tillverkare, partihandlare och importörer, i enlighet med konventionens definition av industri. Uppgifterna bör lämnas till Statens folkhälsoinstitut som redan har att ta emot uppgifter om ingredienser m.m. i

tobaksvaror (se 16 § tobakslagen). *Statens folkhälsoinstitut* avstyrker inte förslaget, men menar att möjligheterna att ta hand om information från aktörer inom tobaksindustrin är begränsade. Bland annat *Svenskt Näringsliv* avstyrker förslaget då det förmodas vara konkurrensbegränsande och kan medföra klara risker för läckage av företags-hemligheter. *Näringslivets nämnd för regelgranskning* beklagar att utredningen inte har behandlat effekterna av det utökade uppgiftsinlämnandet, exempelvis ökad administrativ börda.

Regeringen har mot bakgrund av ovanstående föreslagit att uppgiftsinlämnandet endast bör avse de kostnader som tillverkare, partihandlare och importörer har *haft för* reklam, marknadsföring och sponsring. Redovisning skall avse sådant som företagen ändå redovisar offentligt.

Regeringen har genom bemyndigandet i 8 kap. 6 § sekretesslagen (1980:100) i 2 § sekretessförordningen (1980:657) föreskrivit att sekretess gäller för verksamhet som består i tillsyn enligt tobakslagen för uppgifter om enskilda affärs- eller driftsförhållanden. *Statens folkhälsoinstitut* ansvarar för tillsynen när det gäller uppgifter för marknadsföring av tobaksvaror (se 19 § första stycket, p. 2 f).

Den närmare formen och omfattningen av rapporteringen skall bestämmas av regeringen.

5.8 Ansvar

Regerings förslag: Den som uppsåtligt bryter mot tobakslagens regler om förbud mot att inom landet tillhandahålla konsumenter tobaksvaror som saknar varningstexter eller innehållsdeklaration, eller där text eller deklaration är uppenbart oriktig, döms för olovlig tobaksförsäljning till böter eller fängelse i högst sex månader. Ansvar skall dock inte utdömas om gärningen är att anse som ringa. Den som har överträtt ett vitesföreläggande eller vitesförbud skall inte heller dömas till ansvar för en gärning som omfattas av föreläggandet eller förbudet.

Utredarens förslag: Avviker från regeringens förslag när det gäller frågan om vilket subjektivt rekvisit som skall utkrävas för straffansvar.

Remissinstanserna: De remissinstanser som behandlat förslaget är positiva. *Riksåklagaren* har inget att erinra mot förslaget, utredningens redovisade skäl uppfattas som övertygande. *Statens folkhälsoinstitut* anser att även kommunala och regionala tillsynsmyndigheter borde kunna ges befogenheter på detta område, konkret genom att polisen ges möjlighet att omhänderta felaktiga varor. *Länsstyrelsen i Skåne* efterlyser en allmän skärpning av ansvarsbestämmelserna, företrädesvis genom högre straffvärden för oaktsam eller uppsåtlig försäljning av tobaksvaror.

Bakgrund: Konventionens artikel 15 tar som utgångspunkt att kampen mot olaglig handel med tobaksvaror är en fundamental del av tobakskontrollen. Enligt konventionens artikel 19, vilken behandlar ansvars- och skadeståndsfrågor med anknytning till tobak, skall parterna, om det behövs för tobakskontrolländamål, överväga att vidta lagstiftningsåtgärder eller stärka sin befintliga lagstiftning i fråga om straffrättsligt och civilrättsligt ansvar.

Skälen för regeringens förslag: Bruk av tobaksvaror innebär allvarliga hälsofaror. Tobakslagen (1993:581) innehåller därför bl.a. ett förbud mot försäljning av tobaksvaror till minderåriga (12 §). Förbudet är straffsanktionerat genom bestämmelsen i 27 § tobakslagen. Den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot 12 § döms för olovlig tobaksförsäljning till böter eller fängelse i högst sex månader. Är gärningen att anse som ringa döms inte till ansvar. Den som har överträtt ett vitesföreläggande eller ett vitesförbud skall inte dömas till ansvar för en gärning som omfattas av föreläggandet eller förbudet.

I tobakslagen finns också regler om märkning av tobaksvaror, bl.a. i form av ett förbud mot att tillhandahålla konsumenter tobaksvaror som saknar varningstexter eller innehållsdeklaration eller där sådan information är uppenbart oriktig (11 §). Sistnämnda bestämmelse är i dag inte straffsanktionerad. Frågan är om det, med anledning av konventionens bestämmelser om tobakskontrolländamål, finns anledning att straffsanktionera även denna bestämmelse.

Vid överväganden av hur långt straffansvaret bör sträcka sig gör sig olika intressen gällanden. Som nämnts ovan utgör kampen mot olaglig handel av tobaksvaror en fundamental del av tobakskontrollen. Å andra sidan har lagstiftaren anført att kriminalisering som metod för att försöka hindra överträdelser av olika normer i samhället bör användas med försiktighet. Det har ansetts att följande förutsättningar skall vara uppfyllda för att kriminalisering skall anses befogad: 1) beteendet kan föranleda påtaglig skada eller fara, 2) alternativa sanktioner står inte till buds, skulle inte vara rationella eller skulle kräva oproportionerligt höga kostnader, 3) straffsanktion krävs med hänsyn till gärningens allvar, 4) straffsanktion skall utgöra ett effektivt medel för att motverka det icke önskvärda beteendet och 5) rättsväsendet skall ha resurser för att klara av den eventuellt ytterligare belastning som kriminaliseringen innebär (jfr prop. 1994/95:23 s. 55 och 1994/95:JuU2 s. 6 f.).

Märkningen av tobaksvaror med korrekt varningstext och innehållsdeklaration är viktig för att konsumenten skall veta att det är fråga om en vara som är skadlig för hälsan. Brister i märkningen kan vara ett sätt att dölja för konsumenten vilka risker produkten innebär. Bruk av tobaksvaror innebär allvarliga hälsofaror. Märkningen är således central för att tydliggöra riskerna med tobaksbruk.

Felaktig eller bristfällig märkning kan också vara ett uttryck för att tobaksvaran är felaktigt tillverkad. Ett tillhandahållande till konsumenter av tobaksvaror som är omärkta eller felaktigt märkta får därför anses vara ett beteende som kan föranleda påtaglig skada eller fara.

Som tidigare nämnts tar konventionens artikel 15 som utgångspunkt att kampen mot olaglig handel med tobaksvaror är en fundamental del av tobakskontrollen. Vidare framgår enligt konventionens artikel 19 att parterna skall om det behövs för tobakskontrolländamål överväga att vidta lagstiftningsåtgärder eller stärka sin befintliga lagstiftning i fråga om straffrättsligt ansvar.

Regeringen bedömer att en kriminalisering av överträdelse av förbudet mot tillhandahållande till konsumenter av omärkta eller felaktigt märkta tobaksvaror är en rationell sanktion för att motverka överträdelser av förbudet.

I 6 § lagen om tobaksskatt (1994:1563) finns en straffbestämmelse, vilken sanktionerar den föreskrift om märkning med detaljhandelspriset som finns i den lagen. Korrekt märkning enligt 11 § tobakslagen avser att informera om att varan är hälsofarlig. Lagstiftningen avser i båda fallen märkning av en och samma vara, och lagen om tobaksskatt syftar också till att av folkhälsoskäl begränsa tobakskonsumtionen genom att med skatt reglera priset på tobaksvaran. Regeringen anser att det är en minst lika allvarlig förseelse att tillhandahålla tobaksvaror som saknar innehållsdeklaration eller varningstexter som att tillhandahålla tobaksvaror utan märkning av högstapris.

Med hänsyn till sambandet mellan dessa båda bestämmelser om märkning och tillsynen över deras efterlevnad bör 11 § tobakslagen vara sanktionerad på motsvarande sätt som bestämmelsen i lagen om tobaksskatt.

Det är inte ovanligt att cigarettpaket säljs i förpackningar som saknar alla föreskrivna former av märkning. I de fall kommunen i sin tillsyn enligt tobakslagen uppmärksammar partier av tobaksvaror som saknar märkning enligt tobakslagen och därför överlämnar ärendet till polis och åklagare kan det också uppmärksammas att brott har begåtts mot märkningskravet enligt lagen om tobaksskatt. Straffsanktionen kan således också underlätta annan brottsbekämpning.

Regeringen kommer alltså till den slutsatsen att endast *uppsåtliga* överträdelse av förbudet i 11 § tobakslagen bör vara straffsanktionerade. I motsats till utredaren anser regeringen att det inte finns tillräckliga skäl för att kriminalisera sådana överträdelse som begåtts av oaktsamhet. För straffansvar skall alltså krävas att gärningen begåtts uppsåtligt. Är gärningen ringa skall dock, på motsvarande sätt som vid överträdelse av förbudet i 12 § tobakslagen, inte dömas till ansvar. Ansvar skall inte heller utkrävas av den som har överträtt ett vitesföreläggande eller vitesförbud, för gärning som omfattas av föreläggandet eller förbudet.

5.9 Skydd mot exponering för tobaksrök

Regeringens förslag: I tobakslagen (1993:581) tydliggörs att lagen tar sikte på att begränsa även riskerna med att exponeras för tobaksrök

Regeringens bedömning: Tobakslagens nuvarande regler om förbud mot rökning i vissa lokaler m.m. tillgodoser de krav som särskilt angivits i konventionen och i rekommendationen.

Utredarens förslag och bedömning: Tobakslagen (1993:581) föreslås kompletterad med en osanktionerad hänsynsregel för andra inte särskilt reglerade situationer i tobakslagen 8 §. Tobakslagens nuvarande regler om förbud mot rökning i vissa lokaler m.m. tillgodoser de krav som särskilt angivits i konventionen och i rekommendationen.

Remissinstanserna: När det gäller skydd mot exponering för tobaksrök är remissinstanserna skeptiska till den av utredaren föreslagna hänsynsregeln. Exempelvis *Hovrätten för övre Norrland* anser att regeln är juridiskt bristfällig då den inte är kopplad till sanktioner. Även *Länsstyrelsen i Stockholms län* är kritisk. *Statens folkhälsoinstitut* förordar istället en grundligare översyn av tobakslagens regler om rökfria miljöer,

då en rekommendation som inte är förenad med några sanktionsmöjligheter endast kan antas förväntas ha begränsade effekter. *Yrkesföreningar mot tobak* menar att en översyn bör göras för att man i alla sammanhang skall kunna garanteras det skydd mot passiv rökning som kommer att gälla i serveringslokaler från den 1 juni 2005. *Astma- och allergiförbundet* anser liksom utredaren att det finns skäl att tydliggöra den vaga bestämmelsen om hotellrum där rökning är förbjuden.

Bakgrund: Artikel 8 i WHO:s ramkonvention slår fast att vetenskaplig bevisning otvetydigt har visat att exponering för tobaksrök orsakar död, sjukdomar och funktionshinder. Parterna åtar sig att genomföra olika slag av effektiva åtgärder som ger skydd mot exponering för tobaksrök på arbetsplatser inomhus, allmänna transportmedel, offentliga platser inomhus och i förekommande fall andra offentliga platser. Med andra offentliga platser torde bl.a. åsyftas sådant som t.ex. idrotts-evenemang och liknande där många människor samlas på ett begränsat utrymme.

Skälen för regeringens förslag och bedömning: Tobakslagens (1993:581) regler om förbud mot rökning på vissa angivna arbetsplatser m.m. uppfyller de formella kraven i WHO:s ramkonvention om tobakskontroll. Det finns mot bakgrund av konventionens stadgande anledning av att överväga om något ytterligare kan göras för att minska exponeringen för tobaksrök.

Bestämmelserna i WHO-konventionen är betydelsefulla för utvecklingen i många länder, men medför inga krav på ytterligare lagstiftning i Sverige. Skydd mot exponering för tobaksrök är ett område där Sverige särskilt engagerat sig för verkningsfulla bestämmelser såväl i WHO:s ramkonvention som på det nationella planet. I sammanhanget erinras om förbudet mot rökning på restauranger och andra serveringsställen som träder i kraft den 1 juni 2005.

Utredningen har i det sammanhanget erfarit att det finns invändningar beträffande den nuvarande regleringen i tobakslagen för hotell, vilken anses alltför obestämd. Utredningen delar uppfattningen att det kan finnas skäl att tydliggöra den tämligen vaga bestämmelsen om hotellrum där rökning är förbjuden. I hotellfoajéer och liknande gemensamma utrymmen torde rökning redan vara förbjuden enligt 2 § första stycket 6 (från den 1 juni 2005 första stycket 7) tobakslagen (jfr prop. 1992/93:185 s. 54). Vidare kan övervägas, enligt utredningens mening, om det behövs ett förstärkt skydd mot exponering för tobaksrök på vissa allmänna platser utomhus, t.ex. busshållplatser. Regeringen saknar emellertid underlag för att framlägga några konkreta förslag om ytterligare begränsningar av rökning i nu angivna avseenden. Denna fråga får om så anses motiverat utredas vidare.

Utredningen föreslår mot denna bakgrund en osanktionerad bestämmelse som påbjuder att den som röker bör se till att andra människor inte mot sin vilja utsätts för tobaksrök. Bestämmelsen kan, om den införs, bidra till att skapa en allmänt omfattad norm om att den som röker bör ta hänsyn till andra även i de fall inget formellt förbud mot rökning gäller. Utredningen framhåller att när det gäller skydd mot exponering för tobaksrök finns dessutom skäl att framhålla att det knappast är möjligt att lagstiftningsvägen lösa alla de situationer där konflikter kan uppstå mellan de som önskar röka och de som blir besvärade av röken. I stor

utsträckning blir det därför en fråga om att öka rökarnas medvetenhet om att deras rök kan vara skadlig för andra människor och om att de har ett ansvar för att inte andra skall utsättas för röken.

Bland annat *Hovrätten för övre Norrland*, *Malmö tingsrätt*, *Länsstyrelsen i Stockholms län* och *Länsstyrelsen i Skåne län* anför skäl emot att införa en osanktionerad hänsynsregel. *Halmstads kommun* anser att hänsynsregeln är så vagt utformad att den inte går att tillämpa genom tillsyn och därmed kan bli resurskrävande.

Regeringen anser att exponering av tobaksrök är ett folkhälsoproblem som drabbar även icke-rökare. Frågan om exponeringen för tobaksrök är avgörande för människors hälsa. Regleringen av vilka miljöer som ska vara tillåtna är därmed ständigt under översyn. Det finns därför skäl att söka minska denna exponering så långt möjligt. Förbudet mot rökning på restaurang är ett exempel på en sådan åtgärd. Därtill fordras självfallet att rökare visar hänsyn mot människor i sin omgivning för att undvika att de utsätts för tobaksrök. Regeringen delar dock bedömningen från flera remissinstanser att den föreslagna ändringen i tobakslagen inte bör genomföras. Däremot bör det i inledningen till tobakslagen göras tydligt att lagen tar sikte på att begränsa även riskerna med att exponeras för tobaksrök. Regeringen föreslår mot denna bakgrund en utvidgning av tobakslagens inledande paragraf med denna innebörd.

5.10 Tillsyn m.m.

Regeringens förslag: Kommunerna får ansvaret även för tillsyn över marknadsföringen vid försäljningsställena. Den centrala tillsynen över att tobakslagen följs utövas av Konsumentombudsmannen när det gäller marknadsföring m.m. av tobaksvaror. Vid Konsumentombudsmannens tillsyn tillämpas bestämmelserna i marknadsföringslagen. Länsstyrelsernas ansvar för att stödja kommunerna och främja samarbete mellan tillsynsmyndigheter m.fl. markeras. Den som säljer tobaksvaror till konsumenter skall utöva särskild tillsyn (egentillsyn) över försäljningen.

Utredarens förslag: Överensstämmer till stor del med regeringens förslag.

Remissinstanserna: Förslaget om tillsyn och kommunernas nya roll avseende marknadsföring välkomnas av bl.a. *Konsumentverket/KO* och *Halmstads kommun*, medan andra remissinstanser lyfter fram att denna förändring kräver att riktlinjer tas fram. *Svenska kommunförbundet* och *Landstingsförbundet* understryker att åtgärden måste finansieras. När det gäller förslaget om egentillsyn efterfrågar *Malmö tingsrätt* konkreta förslag och kopplingar till sanktioner. Tobakstillsynen bör enligt *Statens folkhälsoinstitut* harmoniseras med den för alkohol.

Bakgrund: Artikel 15.7 i konventionen anger att varje part skall vinnlägga sig om ytterligare åtgärder, inbegripet licensiering i förekommande fall, i syfte att förhindra olaglig handel (punkt 7). Artikel 16 handlar om försäljning av tobaksvaror till och av minderåriga. Med minderåriga förstås personer under den ålder som kan vara bestämd i nationell rätt eller annars 18 år. Parterna skall vidta effektiva åtgärder för

att förbjuda försäljning av tobak till minderåriga. Artikel 16 punkt 6 kräver effektiva åtgärder inbegripet påföljder för försäljare och distributörer för att säkerställa förpliktelse som följer av artikel 16.

Skälen för regeringens förslag

I 19 § sista stycket tobakslagen (1993:581) erinras om att för tillsyn över efterlevnaden av bestämmelserna för marknadsföring finns särskilda regler i marknadsföringslagen, ML (1995:450). Ingripanden enligt ML beslutas eller initieras av Konsumentombudsmannen. Det finns ingen uttrycklig bestämmelse om ansvaret för den centrala tillsynen när det gäller marknadsföring m.m. av tobaksprodukter. Bestämmelserna bör förtydligas. Den myndighet som utövar den centrala tillsynen över att lagstiftningen följs bör utpekas direkt i lagen. Tillsynen skall gälla marknadsföring m.m. enligt 14–14 b § tobakslagen. Denna centrala tillsyn utövas lämpligen av Konsumentombudsmannen. Härvid skall Konsumentombudsmannen tillämpa bestämmelserna i ML.

Kommunernas tillsyn över reklam och annan marknadsföring på säljställen

Konsumentverket har för närvarande tillsynsansvaret över all marknadsföring, även sådan som sker i detaljhandeln. Detta framstår som svårt att genomföra i praktiken på ett effektivt sätt.

Kommunala nämnder utövar den omedelbara tillsynen när det gäller iakttagandet av 18-årsgränsen för försäljning och av att den som säljer tobaksvaror anmäler sin försäljning till kommunen. Kommunernas tillsyn har hittills i huvudsak varit inriktad på att övervaka att åldersgränsen för inköp av tobak respekteras. Regeringen föreslår flera lagändringar som tar sikte på åldersgränsen, och som kommer att gälla detaljhandeln. Det gäller främst förbudet mot reklam och marknadsföring av tobaksvaror utanför själva försäljningsstället. Det är lämpligt att kommunerna i samband med sådan tillsyn även utövar tillsyn över att bestämmelserna om marknadsföring m.m. följs vid försäljningsställena. Den eller de nämnder som kommunfullmäktige bestämmer får utöva den omedelbara tillsynen även när det gäller bestämmelserna om marknadsföring m.m. i tobakslagen såvitt gäller marknadsföringsåtgärder på eller i anslutning till försäljningsställena. Det är mera ändamålsenligt att ge kommunerna det samlade tillsynsansvaret över de lokala försäljningsställena för tobak. Kommunerna kan då samtidigt kontrollera efterlevnaden av de bestämmelser som avser att säkerställa iakttagandet av åldersgränsen och de bestämmelser som gäller reklamen och annan marknadsföring på försäljningsställena.

Härvid behöver kommunerna självfallet vägledning från Konsumentverket som kommer att behålla ansvaret som den centralt ansvariga myndigheten.

Det kan också konstateras att kommunerna enligt 19 a § tobakslagen (19 b § i förslaget till lagändring) får ta ut avgift för sin tillsyn.

Länsstyrelsernas tillsyn

Länsstyrelsen skall redan i dag utöva tillsyn inom länet när det gäller den omedelbara tillsyn som de kommunala nämnderna har ansvaret för. Det är dock i nuvarande lagstiftning inte närmare angivet vad länsstyrelsernas tillsynsansvar innebär. Arbetets inriktning varierar dock påtagligt mellan länsstyrelserna enligt vad som framgår svaren på enkäten från Statens folkhälsoinstitut för verksamheten under 2003.

Länsstyrelsens tillsynsansvar bör därför konkretiseras i lagtext. Det bör föreskrivas att länsstyrelsen skall följa kommunernas verksamhet och biträda kommunerna med information och råd.

Nya samarbetsformer är viktiga för att förbättra efterlevnaden av 18-årsgränsen och för att se till att bestämmelserna om handel m.m. i tobakslagen följs. Länsstyrelserna skall också främja samarbetet mellan olika tillsynsmyndigheter och mellan tillsynsmyndigheter och andra.

Egentillsyn och tillsynsprogram

Något krav på egentillsyn och tillsynsprogram finns i dag inte vad avser detaljhandeln med tobak. Bestämmelser som liknar dem som nu finns för folkölsförsäljning bör införas även för detaljhandel med tobak i syfte att underlätta den kommunala tillsynen. Bestämmelser om egentillsyn respektive egenkontroll finns på en rad områden där verksamheten kan riskera olägenheter för människor. Som exempel kan nämnas miljötillsyn enligt miljöbalken.

I enlighet med det system som finns inom såväl alkoholtillsynen som livsmedelstillsynen föreslås att egentillsynsprogram och egenkontroll skall kunna begäras av den som försäljer tobaksvaror till konsument. Alkohollagen (1994:1738) föreskriver i 5 kap. 6 § att den som bedriver detaljhandel med öl skall utöva särskild tillsyn (egentillsyn) över försäljningen. För tillsynen skall det finnas ett för verksamheten lämpligt program.

Det har framkommit vid remitteringen av betänkandet Internationell tobakskontroll (SOU 2004:88) att erfarenheterna från egentillsynen enligt alkohollagen visar att många remissinstanser är positiva till egentillsyn men att det krävs tydligare riktlinjer än vad som gällt för egentillsyn av folkölsförsäljning.

I regeringens proposition Vissa alkoholfrågor m.m. (prop. 1998/99:134) gjorde regeringen bedömningen att dessa program bör beskriva bl.a. hur personalen skall få information om alkohollagens bestämmelser samt vilka rutiner som skall tillämpas vid försäljning av folköl. Ansvaret och formerna för ålderskontrollen bör särskilt behandlas. Ansvarig för upprättandet av egentillsynsprogrammet är den som försäljer dryckerna, och detta program skall kunna uppvisas för tillsynsmyndigheten vid förfrågan.

Tobaksvaror kan saluhållas i verksamheter av varierande storlek och slag och egentillsynsprogram bör utformas med hänsyn härtill. Statens folkhälsoinstitut bör utforma vägledande riktlinjer för denna tillsyn. En organiserad och effektiv tillsyn över handeln med tobak är en synnerligen viktig del av tobakskontrollen. Det står klart att kommunerna

behöver stöd i sin tillsyn, såväl i form av tydliga och lätt tillämpade lagregler som av vägledning från centrala och regionala myndigheter.

Mot den bakgrunden kommer Statens folkhälsoinstitut att få i uppdrag att utarbeta riktlinjer för vad som skall ingå i sådana egentillsynsprogram såväl för tobak som folköl för att bistå kommunerna.

För att underlätta och effektivisera kommunernas tillsyn föreslår regeringen således att bestämmelser om egentillsyn, motsvarande dem som finns beträffande försäljning av folköl, förs in i tobakslagen. I dessa egentillsynsprogram skall även ingå att kontrollera att korrekt varnings-text och innehållsdeklaration finns på tobaksvarorna som tillhandahålls konsumenter (jmf. tillägget i 27 § tobakslagen).

De nya reglerna om kommunernas tillsynsansvar över förbudet mot reklam och annan marknadsföring på försäljningsställen faller utanför bestämmelsen om egentillsyn och tillsynsprogram. Erfarenheterna får utvisa om det finns anledning att utsträcka egentillsynen till att omfatta även detta område.

5.11 Rapportering m.m.

Regeringens bedömning: Statens folkhälsoinstitut bör få i uppdrag att samla in de uppgifter som kan ingå i den nationella rapporteringen enligt WHO:s ramkonvention om tobakskontroll och ge regeringen det underlag som behövs.

Utredarens förslag: Överensstämmer med regeringens förslag.

Remissinstanserna: Ingen instans går emot förslaget.

Bakgrund: Konventionen ställer krav på de deltagande staterna att bl.a. ha ett samordnat nationellt ansvar för tobakskontrollen och en samordnad nationell rapportering gentemot WHO-konventionens parts-konferens om konventionens genomförande.

Skälen för regeringens bedömning: Regeringskansliet bör svara för att hantera den nationella rapporteringen till partskonferensen. Det är inte lämpligt att lägga ett nationellt ansvar på en enda myndighet när det gäller sakområden där många myndigheter har det centrala ansvaret.

Det krävs ett förberedande arbete för att ta fram underlag för den nationella uppföljningen och rapporteringen. Den statistik och information som är tillgänglig och tillfyllest för att Sverige skall kunna uppfylla kravet på rapportering till partskonferensen. Den statistik om information som åsyftas berör flera myndigheters ansvarsområden. Någon av myndigheterna bör därför få till uppgift att från olika håll samla in de uppgifter som krävs i den mån de inte redan finns hos myndigheten själv, samt sammanställa uppgifterna i sådan form att de kan bilda underlag för den nationella rapporten. Det ligger närmast till hands att anförtro Statens folkhälsoinstitut denna uppgift. Statens folkhälsoinstitut har redan till uppgift bl.a. att ansvara för övergripande tillsyn inom tobaksområdet och även att främja tillgången på statistik av god kvalitet inom detta område. Institutet synes därför ha tillgång till många av de uppgifter som krävs. Övriga uppgifter bör myndigheten kunna införskaffa från främst Skatteverket, Tullverket, Statistiska Centralbyrån och Socialstyrelsen.

Regeringens bedömning: Konventionen gör det inte nödvändigt med några ytterligare åtgärder i skattelagstiftningen.

Utredarens förslag: Konventionen påkallar inga ytterligare åtgärder i skattelagstiftningen.

Remissinstanserna: *Spel- och servicehandlarna* samt *Livsmedels-handlarna* lyfter fram att en förändring av skattesatsen på så kallade lågpriscigarettor skulle vara en mer effektiv åtgärd än att föreslå ett förbud mot små cigarettförpackningar.

Bakgrund: Konventionens bestämmelser om pris- och skatteåtgärder, artikel 6 i ramkonventionen, slår fast den viktiga principen att parterna bör utforma sin skatte- och prispolitik så att den bidrar till de hälso-politiska målen att minska tobaksbruket. Här erkänns sådana pris- och skatteåtgärder som ett viktigt medel för att minska tobaksbruket. Enligt artikeln bör vidare parterna, med förbehåll för deras suveräna rätt att besluta om sin skattepolitik, beakta sina folkhälsopolitiska mål i fråga om tobakskontroll och vidta åtgärder som dels kan innefatta en skatte- och prispolitik som kan bidra till hälsopolitiska mål som syftar till att minska tobaksbruket, dels i förekommande fall förbud eller begränsningar av internationella resandes inköp eller import av tobaksvaror. Förpliktelsen innehåller många förbehåll, vilket inte är förvånande på skatteområdet. Det har inte funnits förutsättningar att enas om generella principer för tobaksbeskattningen eller om några miniminivåer för skatten. Det har inte heller varit möjligt att enas om en avveckling av s.k. tax-free-försäljning av tobaksvaror. I artikeln finns emellertid också en bestämmelse om rapportering av skattesatser för tobaksvaror och utvecklings-tendenser i tobakskonsumtionen, vilket senare kan ge underlag för inter-nationella jämförelser.

Skälen för regeringens bedömning: Procedurreglerna för beskatt-ningen av tobaksvaror regleras i hög grad av de rättsakter som tas fram inom EU. Det finns för närvarande inte skäl att på grund av det som anges i WHO:s ramkonvention föreslå ändringar i de svenska skatte-reglerna. Redan i dag används beskattningen av tobaksvaror som ett instrument att minska tobaksbruket av folkhälsopolitiska skäl.

5.13 Vissa övriga frågor

Regeringens bedömning: Det finns flera artiklar i WHO-ramkonventionen som inte kräver några lagändringar eller andra åtgärder. Det gäller bl.a.

- tobaksvarors innehåll
- information om innehåll
- förpackning och märkning
- olaglig handel
- skadeståndsfrågor.

Utredarens förslag: Överensstämmer med regeringens förslag.

Remissinstanserna: De flesta remissinstanser har inte berört de frågor som behandlas under denna rubrik. Utredarens bedömning ges stöd av de remissinstanser som behandlat dessa frågor. Bland annat *Länsstyrelsen i Västerbottens län* efterlyser en nationell samordningsfunktion för organisering och finansiering av de nationella insatserna för tobakskontroll

Bakgrund: Artikel 9 WHO-konventionen gäller tobaksvarors innehåll. Avsikten är att partskonferensen skall föreslå riktlinjer för testning och mätning av innehåll och emissioner och reglering härav samt att parterna härafter skall besluta om nationellt genomförande. För Sveriges del har sådana bestämmelser redan genomförts till följd av EG-direktiv 2001/37/EG, det s.k. märkningsdirektivet.

Artikel 10 gäller tobaksindustrins skyldighet att lämna statliga myndigheter information om tobaksvarornas innehåll och emissioner. Även detta svarar mot redan genomförda bestämmelser i märkningsdirektivet. Parterna skall också se till att allmänheten får kännedom om de giftiga substanserna och deras emissioner.

Artikel 11 innehåller detaljerade bestämmelser om förpackning och märkning av tobaksvaror. Det gäller bl.a. förbud mot sådan förpackning och märkning som kan ge ett felaktigt intryck av produktens egenskaper, inbegripet beteckningar som antyder att en tobaksvara är mindre farlig än andra, såsom t.ex. ”låg tjärhalt” m.m. Vidare finns föreskrifter om tydliga varningstexter av viss storlek samt krav på information om relevanta ämnen och emissioner. Även denna artikel svarar mot märkningsdirektivet.

Artikel 15 tar som utgångspunkt att kampen mot olaglig handel med tobaksvaror är en fundamental del av tobakskontrollen. Parterna åtar sig bl.a. att säkerställa att alla förpackningar med tobaksvaror är märkta för att underlätta bestämmande av varornas ursprung och kontroll av varurörelser (punkt 2). Varorna skall dessutom vara märkta med slutdestination eller annat som kan hjälpa myndigheterna att avgöra om de säljs lagligt (punkt 2 a). Parterna skall vidare bl.a. övervaka och samla in uppgifter om gränsöverskridande handel och utbyta information mellan tull- och skattemyndigheter m.fl. (punkt 4 a), stärka lagstiftning om påföljder m.m. (punkt 4 b), övervaka och dokumentera lagring och distribution av varor under s.k. skattesuspension (punkt 4 d) och vidta åtgärder rörande konfiskering av smugglade varor, vinster från olaglig handel m.m. (punkt 4 c och e). Parterna skall även främja samarbete i fråga om utredningar och rättsliga förfaranden rörande olaglig handel

(punkt 6). Slutligen anges att varje part skall vinnlägga sig om ytterligare åtgärder, inbegripet licensiering i förekommande fall, i syfte att förhindra olaglig handel (punkt 7).

Del VI innehåller också endast en artikel, nr 19, vilken behandlar ansvars- och skadestandsfrågor med anknytning till tobak. Artikeln orsakade svårigheter under förhandlingarna till följd av staternas mycket olika rättsliga utgångspunkter. Enligt punkt 1 skall parterna om det behövs för tobakskontrolländamål överväga att vidta lagstiftningsåtgärder eller stärka sin befintliga lagstiftning i fråga om straffrättsligt och civilrättsligt ansvar, inbegripet i förekommande fall skadestånd. I punkt 2 finns bestämmelser om samarbete och utbyte av information bl.a. om gällande lagstiftning och relevant rättspraxis. Enligt punkt 3 skall parterna under förutsättning bl.a. av ömsesidig överenskommelse och tillåtlighet enligt nationell lagstiftning bistå varandra i rättsliga förfaranden som gäller straffrättsligt och civilrättsligt ansvar förenligt med konventionen. Punkt 5 antyder ett fortsatt arbete rörande ansvarsfrågorna inom ramen för partskonferensen.

Olaglig handel/illegal införsel

Tobaksvaror förs in till Sverige illegalt från ett flertal länder inom och utom Europeiska Unionen. Illegal införsel av cigaretter sker huvudsakligen från Ryssland och de baltiska länderna men det förekommer även att cigaretter förs in olagligt från Ukraina och Vitryssland. Illegal införsel förekommer både i direkttrafiken från dessa länder och via andra länder, såsom Finland, Tyskland och Danmark. Cigaretterna är avsedda för svart marknad i Sverige eller för vidare transport och införsel till andra länder. När det gäller smugglade tobaksvaror som förts in till eller transporterats genom Sverige så har det hittills till mycket stor del varit fråga om cigaretter. Det förekommer mindre beslag av andra tobaksvaror, såsom röktobak. En betydande del av de cigaretter som upptäckts i Sverige bedöms vara avsedda för försäljning i Storbritannien, Norge m.fl. västeuropeiska stater. Det s.k. smuggeltrycket anses ha ökat de senaste åren.

Skälen för regeringens bedömning

När det gäller tobaksvarors innehåll liksom information om detta innehåll finns redan i dag en tämligen detaljerad reglering genomförd till följd av bl.a. EG:s märkningsdirektiv, direktiv 2001/37/EG. Detsamma gäller förpackning och märkning av tobaksvaror. Några ytterligare åtgärder i anledning av åtaganden enligt konventionen är inte nödvändiga.

Illegal handel

Såväl kommunerna som *Tullverket* har framhållit värdet av ett förbättrat samarbete mellan myndigheter för att motarbeta olaglig handel. Regeringen anser också att ett väl fungerande samarbete mellan Tullverket, Skatteverket, polismyndigheterna och landets kommuner är nödvändigt

för att få stopp på försäljning av illegalt införda eller obeskattade tobaksvaror.

Det behövs också ett utökat samarbete mellan olika tillsynsmyndigheter för att tillsynen skall bli effektiv. Det är t.ex. angeläget att en tillsynsmyndighet som observerar brister eller överträdelser som en annan tillsynsmyndighet har att bevaka verkligen rapporterar detta till den ansvariga tillsynsmyndigheten så att denna kan vidta åtgärder. Ett exempel kan vara att en kommun i sin tillsyn över detaljhandeln iakttar försäljning av tobaksvaror som saknar föreskriven märkning och som kan antas vara obeskattade.

Ansvar och skadestånd

Artikel 19 i WHO:s ramkonvention lägger tonvikten vid informationsutbyte och inbördes rättsligt bistånd, men innehåller också en förpliktelse angående överväganden av den nationella lagstiftningen på området.

Utredningen anser att det enligt svensk rätt i första hand är den allmänna regleringen i skadeståndslagen som, tillsammans med allmänna skadeståndsrättsliga principer, gäller även i fråga om skador orsakade av tobaksbruk. Det innebär bl.a. att skadeståndsansvar normalt förutsätter att skadan vållats uppsåtligen eller av vårdslöshet. Även den skadelidandes egen medverkan till skadans uppkomst kan ha betydelse. Det strikta ansvaret enligt produktansvarslagen torde knappast, enligt utredningen, kunna omfatta kända skaderisker hos produkter som trots dessa risker är godtagna i samhället (jfr prop. 1990/91:197 s. 34 ff). Frågan huruvida ett företag inom tobaksbranschen vid tillämpning av svensk rätt skulle kunna åläggas skadeståndsansvar för skador som uppkommit till följd av tobaksbruk, och i så fall under vilka förutsättningar, har inte varit föremål för någon fullständig prövning i domstolarna. Möjligheterna till framgång med en sådan talan får dock enligt utredningen bedömas vara tämligen små. I sammanhanget bör dock erinras om att den skadelidandes rätt till socialförsäkringsförmåner inte påverkas. Vidare kan rätt till ersättning föreligga enligt lagen om arbetsskadeförsäkring (1976:380) för den som skadats till följd av ofrivillig exponering för tobaksrök i arbetet. Skadestånd som ett medel att komma till rätta med den typ av samhälleliga problem som tobaksbruket utgör spelar emellertid inte någon framträdande roll i Sverige. Mera betydelsefulla åtgärder är t.ex. reglering av relevanta verksamheter och produkter, myndigheters övervakning och sanktioner samt den sociala tryggheten för skadelidande. Enligt regeringens mening ger inte konventionen anledning till något annat förhållningssätt. Allmänna skadeståndsrättsliga principer bör alltså även fortsättningsvis tillämpas vid prövning av ersättningsfrågor rörande skador orsakade av tobaksbruk.

Andra åtgärder som utgör del av WHO:s ramkonvention

Andra avsnitt av WHO:s ramkonvention ligger inom ramen för redan befintliga uppgifter för stat eller kommun, t.ex. beträffande hälsoupplýsning, rökavvänjning och allmänhetens tillgång till nikotinläkemedel.

Även åtgärder av nu angivet slag spelar stor roll för att minska tobaksskadorna.

Statens folkhälsoinstitut har nationellt samordningsansvar för de delar av ramkonventionen som avser folkhälsopolitiken enligt sin instruktion, detta ansvar avser dock inte tobakskontroll generellt, exempelvis tull, skatt och skadestånd. Av den anledningen har utredaren lagt ansvaret för att förbereda ett underlag för Sveriges nationella rapport till partskonferensen på Statens folkhälsoinstitut, men understrukt att det är Sverige som ansluter sig och att det är regeringen som ansvarar för den slutliga rapporten.

Statens folkhälsoinstitut är en av flera samlingspunkter för tobakskontroll, men inte den enda. Andra som kan nämnas är Konsumentverket, Tullverket, Skatteverket, Socialstyrelsen, Arbetsmiljöverket, allt utifrån respektive myndighets instruktion och ansvar. Den centrala samlingspunkten, s.k. focal point, är Socialdepartementet.

Rökavvänjning är en effektiv metod och hälsoekonomiskt kostnads-effektiv, vid en jämförelse med exempelvis kostnader för blodtrycks-sänkande medicin, eller behandling av hjärt- kärlsjukdom. Rådgivning sker dels inom ramen för primärvården och erbjuds då ofta i syfte att undvika en framtida sjukdom dels som en del av behandling inom hälso- och sjukvården, där rökavvänjning kan vara en metod för att mildra effekterna av en sjukdom, eller för att en större operation skall kunna genomföras. Därtill kan nämnas den verksamhet som bedrivs vid Sluta-Röka-linjen i Stockholms läns landsting och som erhåller statligt stöd om fem miljoner kronor årligen under åren 2005 och 2006 för att kunna erbjuda en nationellt tillgänglig tjänst. När det gäller rökavvänjning vill regeringen understryka sjukvårdshuvudmännens ansvar att erbjuda en vård som bygger på vetenskap och beprövad erfarenhet. Det har framkommit att den rökavvänjning som landstingen erbjuder varierar stort mellan landstingen.

6 Ekonomiska och andra konsekvenser

Regeringen har för denna lagrådsremiss byggt på underlag från den särskilde utredaren av WHO:s ramkonvention m.m. som i sitt betänkande presenterat att Sverige till stora delar uppfyller stadganden i WHO:s ramkonvention. Mot bakgrund av att en hög hälsoskyddsnivå skall kunna upprätthållas, särskilt för barn och unga, samt att EU-direktivet innehåller vissa stadganden som inte har en motsvarighet i svensk rätt, föreslås vissa ändringar.

Det bör inledningsvis understrykas att regeringens förslag syftar till att motverka tobakskonsumtion och till att förbättra folkhälsan. Förslagen innebär långtgående inskränkningar i rätten att använda tobaksvarumärken. Regeringen har dock gjort bedömningen att dessa konsekvenser är nödvändiga eftersom det gäller just tobaksvaror och såväl WHO som EU och de allra flesta av världens stater ställt sig bakom krav på inskränkning av möjligheterna till marknadsföring av sådana varor. Det är en eftersträvad effekt om förbudet mot att använda varumärken som

förknippas med tobaksvaror och i övrigt marknadsföra dessa varor även leder till att den totala försäljningen minskar.

Enligt regeringens mening ryms den offentliga tillsyn som föranleds av förslaget inom ramen för de uppgifter som redan åvilar berörda tillsynsmyndigheter.

Avseende förslaget att företag skall inlämna uppgifter om kostnader för den reklam och marknadsföring som fortfarande kommer att vara tillåten gör den särskilda utredaren bedömningen att det kommer att få förhållandevis liten effekt, med tanke på reklam- och marknadsföringsförbudets omfattning. Antalet skattskyldiga för tobaksskatt var 75 stycken år 2003. Av dessa var ett fåtal stora aktörer, resterande små. Det kan vidare antas att en del av dessa inte har några kostnader alls för reklam och marknadsföring och därför inte berörs av kravet på uppgiftslämnande. Statens folkhälsoinstitut kommer att få i uppgift att emotta dessa uppgifter. Då regeringen, utifrån utredarens förslag, inte kommer att ställa några mer omfattande krav på bearbetning från Statens folkhälsoinstitut, kommer merkostnaden för institutet inte att bli omfattande. Myndigheten kan vid rapporteringen använda sig av modern teknik för att underlätta företagets uppgiftslämnande.

Den straffbestämmelse som föreslås avser i princip samma typ av förfarande som är straffbelagd i lagen om tobaksskatt (1994:1563), nämligen avsaknad av märkning eller felaktig märkning av tobaksvaror. Båda bestämmelserna blir alltså samtidigt tillämpliga på tobaksvaror som saknar all form av märkning. Den nya straffbestämmelsen i tobakslagen (1993:581) bör inte leda till ökade kostnader för rättsväsendet.

Konsumentverket avlastas till viss del den lokala tillsynen över marknadsföring vid försäljningsställen i och med att även kommunerna får ansvar för denna del av tillsynen. Regeringen förutsätter dock att verket ger vägledning för kommunernas tillsyn över reklam och marknadsföring på försäljningsstället. Regeringen väljer också att gå på utredarens förslag att de s.k. egentillsynsprogrammen inte skall omfatta reklam och marknadsföring.

Kommunal nämnd har att utöva den omedelbara tillsynen när det gäller tobakslagens bestämmelser avseende detaljhandel med tobaksvaror, och även marknadsföring på eller i anslutning till försäljningsställen för tobaksvaror. Till kommunernas uppgifter hör därmed även att lämna information till försäljningsställen om regleringen i tobakslagen. Kommunerna måste sannolikt utbilda sin egen personal om regler för marknadsföring av tobaksvaror. I det sammanhanget vill regeringen understryka att denna utvidgade roll ligger inom ramen för kommunens rätt att ta ut avgifter för tillsyn över detaljhandeln enligt tobakslagen. De nya uppgifterna ryms inom ramen för den tillsyn av försäljningsställen som kommunerna redan utövar. Kostnaderna och därmed avgiftsuttaget bör därmed kunna hållas tillbaka.

Avseende förtydligandet av länsstyrelsernas roll så kan detta inte anses medföra några beaktansvärda kostnadsökningar, då länsstyrelserna redan har en uppgift som regional tillsynsmyndighet enligt tobakslagen.

Avseende rapportering enligt WHO-konventionen, se även avsnitt 5.11, så föreslås Statens folkhälsoinstitut att få en särskild roll för att förbereda ett underlag som lämnas till regeringen. Uppgiften att samla in uppgifter och bereda underlag för regeringens ställningstaganden och

rapportering enligt konventionen ligger inom ramen för Statens folkhälsoinstituts allmänna myndighetsuppgifter på tobaksområdet och bör inte leda till ökade kostnader för institutets verksamhet. För detta underlag kommer institutet att behöva få uppgifter från vissa myndigheter. Kostnadsökningen måste dock anses som ringa för såväl Statens folkhälsoinstitut som övriga myndigheter. Den statistik och den information som redan finns tillgänglig är tillfyllest för att Sverige skall kunna uppfylla kravet på rapportering till partskonferensen. Det skall också understrykas att Statens folkhälsoinstitut redan sedan tidigare har ett särskilt uppdrag att lämna en folkhälsopolitisk rapport som skall svara mot genomförandet av den av riksdagen antagna propositionen Mål för folkhälsan (prop.2002/03:35). Den här aktuella rapporteringen avseende ramkonventionen bör till stor del kunna motsvara den rapportering som sker avseende delmålet för tobaksbruk inom ramen för den folkhälso-politiska rapporten.

Förslaget torde inte heller i övrigt ha några finansiella konsekvenser för de berörda statliga myndigheterna eller för domstolarna.

Effekter av betydelse för små företags arbetsförutsättningar m.m.

Analysen bygger på förordningen (1998:1820) om särskild konsekvensanalys av reglers effekter för små företags villkor. Flera av de frågeställningar som tas upp i den s.k. checklistan i 3 § nämnda förordning har redan behandlats på annat ställe i remissen. Hur samråd har skett med näringslivet och med myndigheter som särskilt berörs framgår av avsnitt 3 Ärendet och dess beredning. Vilka synpunkter som därvid kommit fram redovisas i respektive avsnitt.

Regeringens förslag torde inte medföra några omfattande kostnader för små företag.

Förslagen är avsedda att vara konkurrensneutrala. Några konkurrensfördelar för exempelvis en viss kategori av företag bör alltså inte uppkomma.

Förslagen bör inte medföra någon ökad administrativ börda för företagen.

Det kan förutsättas att en förbättrad tillsyn även kommer att begränsa möjligheterna för hanteringen av illegalt införda tobaksvaror. En förbättrad tillsyn och ett stärkt samarbete mot illegal handel bör således ha viss brottspreventiv effekt. Tobaksvaror är dessutom mycket stöldbegärliga. Om efterfrågan på tobaksvaror minskar så bör försäljningsställen bli något mindre utsatta för stölder av detta slag.

De butiker som har mycket liten marknadsföring får naturligt nog mindre arbete med att anpassa denna till de nya reglerna. För de butiker som har skyltning som måste åtgärdas så är det fråga om insatser vid enstaka tillfällen. Förslagen kan också komma att påverka situationen för företag som arbetar inom reklam och marknadsföring. Det skall dock i det sammanhanget understrykas att tobakslagens nuvarande reglering är förhållandevis omfattande och begränsar möjligheten att använda reklam och marknadsföring till förmån för tobaksvaror i kommersiella annonser.

De nu föreslagna åtgärderna avseende detaljhandel med tobaksvaror syftar till en bättre efterlevnad av tobakslagens förbud att utlämna eller försälja tobaksvaror till person under 18 år. De begränsade kostnader

som kan drabba näringslivet får anses acceptabla mot bakgrund av det angelägna syftet med lagändringarna.

7 Författningskommentar

7.1 Förslaget till lag om ändring i tobakslagen (1993:581)

1 §

På grund av de hälsorisker och olägenheter som är förbundna med bruk av tobak och exponering för tobaksrök meddelas i denna lag bestämmelser om

- *begränsning av rökning i vissa lokaler och utrymmen samt på vissa områden utomhus,*
- *rökfri arbetsmiljö,*
- *varningstexter och innehållsdeklaration på förpackningar till tobaksvaror,*
- *begränsningar av handeln med och rätten till införsel av tobaksvaror,*
- *marknadsföring av tobaksvaror och användning av vissa varukännetecken i marknadsföring av andra varor eller tjänster samt*
- *produktkontroll m.m. av tobaksvaror.*

De allmänna övervägandena till bestämmelsen finns i avsnitt 5.9. Det görs ett tillägg i bestämmelsen av vilket framgår att hälsorisker och olägenheter även är förbundna med exponering för tobaksrök.

9 a §

Texter, namn, varumärken och figurativa eller andra märken som ger intryck av att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra får inte användas på förpackningar till tobaksvaror.

Paragrafen har ändrats redaktionellt samt fått en annan placering i lagen (tidigare 14 b §). Paragrafen är nu placerad under rubriken varningstexter m.m. Bestämmelsen uppställer krav på utformningen av förpackningarna. Liksom tidigare är innebörden av bestämmelsen att det inte är möjligt att på tobaksvarans förpackning ha benämningar såsom exempelvis ”mild”, ”svag” eller ”light” (prop. 2001/02:162 s. 23).

Begreppet marknadsföring utgår ur lagtexten och ordalydelsen stämmer nu bättre överens med översättningen av artikel 7 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/37/EG av den 5 juni 2001 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillverkning, presentation och försäljning av tobaksvaror.

”Med verkan ett år från och med den 30 september 2003 och utan att det påverkar tillämpningen av artikel 5.1 får texter, namn, varumärken och figurativa eller andra märken som ger intrycket att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra inte användas på tobaksvarors förpackningar.”

12 §

Tobaksvaror får inte säljas eller på annat sätt lämnas ut i näringsverksamhet till den som inte har fyllt 18 år. Den som lämnar ut tobaksvaror skall förvissa sig om att mottagaren har uppnått nämnda ålder.

På varje försäljningsställe för tobaksvaror skall det finnas en tydlig och klart synbar skylt med information om förbudet mot att sälja eller lämna ut sådana varor till den som inte har fyllt 18 år.

Om det finns särskild anledning att anta att en tobaksvara är avsedd att lämnas över till någon som inte har fyllt 18 år får varan inte lämnas ut.

Ett nytt *andra stycke* införs i bestämmelsen. Det tidigare *andra stycket* blir ett nytt *tredje stycke*.

På ställen där tobaksvaror säljs skall det finnas en skylt som upplyser om åldersgränsen. Skylten torde normalt, för att uppfylla bestämmelsens krav om att den skall vara tydlig och klart synbar, vara placerad i anslutning till kassan.

12 a §

Tobaksvaror som säljs till konsumenter skall tillhandahållas på ett sådant sätt att det går att kontrollera mottagarens ålder. Detta gäller även då försäljningen sker genom automat, via postorder eller liknande.

Motiven till bestämmelsen finns i avsnitt 5.2. Av 12 § framgår att den som i näringsverksamhet lämnar ut tobaksvaror skall förvissa sig om att mottagaren har fyllt 18 år. Av motiven till 12 § framgår att förbudet omfattar t.ex. försäljning genom tobaksautomat eller andra former av självbetjäning. För det fall en näringsidkare, av företagsekonomiska, säkerhetsmässiga eller andra skäl, väljer att tillhandahålla tobaksvaror genom automat åligger det honom eller henne att tillse att försäljningen ändå organiseras på ett sådant sätt att underåriga förhindras från att få åtkomst till varorna (prop. 1995/96:228 s. 26). Den nu införda bestämmelsen är endast ett förtydligande av gällande rätt. Då försäljningen sker via en varuautomat på ett försäljningsställe dit personer under 18 år har tillträde, skall personal på försäljningsstället ha automaten under uppsikt så att inte någon omyndig person bereds tillfälle att köpa tobaksvaror. Sker försäljning av tobaksvaror via postorder krävs också att näringsidkaren organiserar verksamheten så att åldersgränsen inte kan kringgå.

Vid försäljning i butik måste säljaren kräva att kunden uppvisar giltig legitimation om det inte står klart att kunden uppnått nämnda ålder.

12 b §

Tobaksvaror som säljs till konsumenter får inte tillhandahållas i form av lösa cigaretter eller i förpackningar om färre än 19 cigaretter.

Motiven till bestämmelsen finns i avsnitt 5.2. På grund av gällande bestämmelser i tobakslagen om krav på bl.a. prismärkning och varningstexter på cigarettförpackningar, är det redan i dag förbjudet att sälja lösa cigaretter. Bestämmelsen utgör i denna del ett förtydligande. Bestämmelsen innebär dessutom ett nytt förbud mot att sälja små cigarett-

förpackningar. Cigarettförpackningarna måste nu innehålla minst 19 cigaretter.

12 c §

En näringsidkare som tillhandahåller tobaksvaror för försäljning till konsumenter skall anmäla försäljningen hos den kommun där försäljningen sker. Anmälan skall göras senast när försäljningen påbörjas.

Näringsidkare skall utöva särskild tillsyn (egentillsyn) över försäljningen och ansvara för att det finns ett för verksamheten lämpligt egentillsynsprogram.

I första stycket görs vissa ändringar av redaktionell karaktär för att förtydliga att en näringsidkare skall, senast när försäljningen påbörjas, anmäla att han eller hon tillhandahåller tobaksvaror för försäljning till konsumenter. Det är med andra ord inte den faktiska försäljningen som skall anmälas.

Ett nytt *andra stycke* införs i paragrafen (tidigare 12 a §). Av detta framgår att försäljare av tobaksvaror skall ta fram ett lämpligt program för att se till att tobakslagens åligganden uppfylls. Det gäller inte minst tillsynen av att åldersgränsen för köp av tobaksvaror upprätthålls. Programmet får utformas utifrån verksamhetens omfattning och art. Normalt krävs mer detaljerade program för större verksamheter. Statens folkhälsoinstitut kommer att få i uppdrag att ta fram riktlinjer för vad egentillsynsprogrammen skall innehålla (se avsnitt 5.10).

14 §

En näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter får inte använda kommersiella annonser i

- 1. periodiska skrifter eller andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,*
- 2. ljudradio- eller TV-program eller TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- eller TV-lagen (1996:844), eller*
- 3. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.*

Även annan marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter än som avses i första stycket är förbjuden. Detta gäller dock inte

- 1. i tryckta skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig eller i överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig,*
- 2. marknadsföring som endast består i att tillhandahålla tobaksvaror för försäljning, eller*
- 3. kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen som inte är påträngande, uppsökande eller uppmanar till bruk av tobak.*

Kommersiella meddelanden enligt andra stycket 3 skall i den omfattning det är möjligt placeras så att de inte är synliga från utsidan av försäljningsstället.

Vissa ändringar av redaktionell karaktär har gjorts i det första stycket. Vidare har förbudets tillämpningsområde utökats så att kommersiella annonser förbjuds – förutom i ljudradio- eller TV-program eller TV-

sändningar över satellit som omfattas av radio- eller TV-lagen – även i andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) är tillämplig.

Förbudet i tobakslagen omfattar näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter. Branschintern information omfattas alltså inte.

Av bestämmelsens *andra stycke* framgår att i princip all marknadsföring förbjuds, oavsett om det är fråga om kommersiella annonser eller inte, i medier som inte omfattas av grundlagsskydd (se nedan undantag 1.). Exempelvis förbjuds i princip reklam i överföringar via Internet som inte omfattas av YGL.

Det generella förbudet innebär att ingen som inte själv uppsöker ett försäljningsställe för tobaksvaror skall behöva utsättas för marknadsföring av sådana varor. Exempel på marknadsföring som enligt huvudregeln i andra stycket är förbjuden är gratisutdelning av tobaksvaror eller varuprover till konsumenter, PR-material såsom askkoppar, tändare, parasoller o.s.v. liksom säljfrämjande åtgärder riktade mot konsumenter såsom t.ex. rabatter, prissubventioner, gåvor, premier eller möjlighet att delta i reklamtävlingar och spel.

Det finns tre undantag från förbudet att marknadsföra tobaksvaror till konsumenter. Enligt andra stycket punkten 1 gäller marknadsföringsförbudet inte i tryckta skrifter på vilka TF är tillämplig eller överföringar eller tekniska upptagningar på vilka YGL är tillämplig. Härigenom tillåts marknadsföring som består i positiva framställningar av tobak i s.k. redaktionell text samt utgivning av skrifter som förespråkar en livsstil som inbegriper rökning. Andra exempel som omfattas av undantag a är s.k. produktplacering på film och omnämnande av ett visst cigarettmärke i en roman. Som nämnts ovan i avsnitt 5.5 har begreppet marknadsföring i tobakslagen samma innebörd som i marknadsföringslagen (1995:450). Det innebär att även själva saluhållandet av en vara omfattas av begreppet. Ett undantag från marknadsföringsförbudet har därför gjorts i punkt 2. för marknadsföring som endast består i att tillhandahålla tobaksvaror för försäljning.

Enligt undantaget i 3. tillåts kommersiella meddelanden, inne på försäljningsställen för tobaksvaror, som inte är påträngande, uppsökande eller uppmanar till bruk av tobak. Återhållen exponering av varumärken som gör det möjligt för kunden att skilja mellan olika varumärken tillåts, liksom varulistor och prislistor. Förbudet står, med andra ord, inte i strid med konsumenternas rätt till god prisinformation enligt prisinformationslagen (2004:347).

Vidare tillåts reklamskyltar av måttfull karaktär och diskreta logotyper på exempelvis kyldiskar för snusförpackningar. I en affär som saluför andra varor än tobak – exempelvis en livsmedelsaffär – bör skyltar med kommersiella meddelanden om tobaksvaror endast förekomma på den plats där tobaksvarorna säljs. Annars torde meddelandena anses som uppsökande.

Enligt bestämmelsens *tredje stycke* skall skyltar och affischer inne på försäljningsställen så långt möjligt vara placerade så att de inte är synliga utanför försäljningsstället.

14 a §

En näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till konsumenter får inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara, om marknadsföringen sker i kommersiella annonser i

- 1. periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,*
- 2. ljudradio- eller TV-program eller i TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- eller TV-lagen (1996:844), eller*
- 3. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.*

Om en näringsidkare använder ett sådant varukännetecken som avses i första stycket vid marknadsföring till konsumenter på något annat sätt än som där sägs, skall näringsidkaren iaktta den måttfullhet som är betingad av att kännetecknet också kan förknippas med tobaksvaran.

Bestämmelserna i första och andra styckena tillämpas inte

- 1. i fråga om ett varukännetecken som i endast begränsad omfattning förekommer vid marknadsföring av tobaksvaror,*
- 2. i fråga om ett varukännetecken som framträder i en form som tydligt skiljer sig från utseendet på tobaksvarans kännetecken, eller*
- 3. i andra fall om det är oskäligt.*

Bestämmelsen reglerar den indirekta tobaksreklamen. Genom ett tillägg i första stycket förbjuds nu näringsidkare att i kommersiella annonser i alla medier som omfattas av yttrandefrihetsgrundlagen, marknadsföra andra varor än tobak eller tjänster till konsumenter med hjälp av ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för sådan vara.

14 b §

Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror får inte sponsra ett evenemang eller en verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt, om sponsringen kan antas medföra att avsättningen av tobaksvaror främjas.

Bestämmelser om förbud mot sponsring av program i radio och TV finns i radio- och TV-lagen (1996:844).

Bestämmelsen tar sikte på evenemang och verksamheter som kan nå en bred allmänhet eller som kan antas ha en gränsöverskridande effekt. Med evenemang avses en organiserad händelse särskilt av kulturellt eller idrottsligt slag. En verksamhet innebär en fortlöpande aktivitet. Exempel på evenemang som bestämmelsen tar sikte på är konserter, idrottstävlingar, enstaka teaterföreställningar och festivaler. Verksamhet som omfattas av bestämmelsen kan exempelvis vara driften av idrottsanläggningar, ungdomsgårdar, museer och teatrar. Det rör sig alltså om evenemang och verksamheter som i sig inte omfattas av TF eller YGL. Det går inte att genom en exemplifiering i förväg sätta gränsen för bestämmelsens omfattning, utan det får överlämnas åt rättstillämpningen. Enligt

regeringens mening är det inte avsett att bestämmelsen skall komma i konflikt med yttrandefrihetsgrundlagarna.

Med gränsöverskridande effekt avses att det är fråga om ett evenemang som berör eller äger rum i flera medlemsstater.

Om ett företag som förknippas med en eller flera tobaksvaror bekostar ett evenemang eller en verksamhet får det anses medföra att avsättningen av tobaksvaror främjas.

Förbudet gäller tobaksindustrin, dvs. tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror. Den som endast är detaljhandlare är undantagen från förbudet att sponsra exempelvis ett lokalt idrottslag.

I *andra stycket* erinras om bestämmelsen om förbud mot sponsring av program i radio och TV som redan finns i radio- och TV-lagen.

15 §

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 9 a eller 14 b §§ skall vid tillämpningen av 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenterna. En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § första stycket 2 eller 3 eller 14 a § första stycket 2 eller 3 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

Av bestämmelsen framgår sanktionerna mot otillåten marknadsföring. En åtgärd som strider mot 9 a § (tidigare 14 b §, som förbjuder texter, namn m.m. som ger intryck att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra), 14 § (som ställer upp krav för reklam och marknadsföring av tobaksvaror), 14 a § (som berör den indirekta tobaksreklamen) eller 14 b § (som gäller förbudet för tobaksindustrin att sponsra evenemang) skall vid tillämpningen av vissa bestämmelser i marknadsföringslagen anses vara otillbörliga mot konsumenterna. Lika som tidigare kan marknadsstörningsavgift utgå för vissa marknadsföringsåtgärder.

Marknadsföringsåtgärder på försäljningsställen, dvs. sådan marknadsföring för vilken nu även kommuner anförtros tillsyn (jmf 19 a §) kan sanktioneras genom vitesföreläggande eller vitesförbud enligt 20 § andra stycket.

18 b §

Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror skall till Statens folkhälsoinstitut lämna uppgifter om de kostnader de har haft för reklam, annan marknadsföring och sponsring för sådana varor.

Regeringen får meddela föreskrifter om uppgiftsskyldighetens omfattning.

Uppgifter om uppkomna reklamkostnader skall lämnas av tobaksindustrin (tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror) till Statens folkhälsoinstitut. Uppgifterna som skall lämnas avser kostnader för den reklam, marknadsföring och sponsring som inte är förbjuden. Det finns genom tidigare och nu föreslagna förbud en begränsad möjlighet att marknadsföra tobaksvaror, t.ex. genom att initiera tidningsartiklar. Vidare kan reklammaterial användas inne på försäljningsställen.

Den närmare formen och omfattningen av rapporteringen skall bestämmas av regeringen. Statens folkhälsoinstitut kan offentliggöra

uppgifterna i den omfattning som svensk lag tillåter. Uppgifterna skall även vidarebefordras till partkonferensen i viss ordning.

Regeringen har genom bemyndigandet i 8 kap. 6 § sekretesslagen (1980:100) i 2 § sekretessförordningen (1980:657) föreskrivit att sekretess gäller för verksamhet som består i tillsyn enligt tobakslagen för uppgifter om enskilda affärs- eller driftsförhållanden. Statens folkhälsoinstitut ansvarar för tillsynen när det gäller uppgifter för marknadsföring av tobaksvaror (se 19 § första stycket, p. 2 f).

19 §

Den centrala tillsynen över att denna lag och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller

- a) lokaler och andra utrymmen som avses i 2 § och som är upplåtna enbart för personal, och*
- b) lokaler och andra utrymmen på vilka 8 § skall tillämpas,*

2. Statens folkhälsoinstitut när det gäller

- a) miljöer som avses i 2 § och som inte är upplåtna enbart för personal,*
- b) lokaler som avses i 4 §,*
- c) varningstexter m.m. enligt 9–11 §§,*
- d) handel enligt 12–12 b §§ och anmälan och egentillsyn enligt 12 c §,*
- e) produktkontroll m.m. enligt 16–18 §§ och*
- f) uppgifter om kostnader för marknadsföring enligt 18 b §, samt*

3. Konsumentombudsmannen när det gäller marknadsföring m.m. enligt 9 a § eller 14–14 b §§.

Vid Konsumentombudsmannen tillsyn tillämpas bestämmelserna i marknadsföringslagen (1995:450).

Den tidigare 19 § delas upp i två bestämmelser, 19 och 19 a §§. Det medför att den tidigare 19 a § nu i stället blir 19 b §.

Den centrala tillsynen över marknadsföringen m.m. enligt 9 a § och 14–14 b §§ utövas av Konsumentombudsmannen. Konsumentombudsmannen skall vid sin tillsyn tillämpa bestämmelserna i marknadsföringslagen (1995:450).

Statens folkhälsoinstituts tillsynsansvar utvidgas till att även omfatta att efterlevnaden av tydlig skyltning om åldersgränsen för tobak på försäljningsställen följs, att cigaretter inte tillhandahålls i form av lösa cigaretter eller i förpackningar om färre än 19 cigaretter, att näringsidkarna utövar egentillsyn och upprättar egentillsynsprogram och att uppgifter om kostnader för marknadsföring lämnas till Statens folkhälsoinstitut.

19 a §

Den omedelbara tillsynen över att denna lag och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs utövas av

- 1. Arbetsmiljöverket när det gäller lokaler och andra utrymmen för vilka verket har den centrala tillsynen, och*
- 2. den eller de nämnder som kommunfullmäktige bestämmer när det gäller*

- a) de miljöer och lokaler för vilka Statens folkhälsoinstitut har den centrala tillsynen,*
- b) bestämmelserna om handel m.m. enligt 12–12 c §§, och*
- c) bestämmelserna om marknadsföring m.m. i 14 och 14 a §§ när det gäller marknadsföringsåtgärder på eller i anslutning till försäljningsställen.*

Länsstyrelsen utövar inom länet tillsyn enligt första stycket 2. Länsstyrelsen skall

- 1. följa kommunernas verksamhet och biträda kommunerna med information och råd, och*
- 2. främja samarbete mellan olika tillsynsmyndigheter och mellan tillsynsmyndigheter och andra.*

Ett förtydligande av det omedelbara tillsynsansvaret görs i första stycket. Den omedelbara tillsynen skall avse att tobakslagen och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs. En uppspaltning av kommunernas ansvar har gjorts. Kommunerna skall genom tillägg i paragrafen se till att det finns skyltar på säljställena, att försäljningen ordnas så att ålderskontrollen kan upprätthållas samt att cigaretter inte säljs styckvis eller i förpackningar om färre än 19 cigaretter. Vidare ansvarar kommunerna fortsättningsvis för att bestämmelserna om marknadsföringsåtgärder på eller i anslutning till försäljningsställen upprätthålls. Enligt den nya bestämmelsen 19 b § (tidigare 19 a §) får kommunerna ta ut avgift för sin tillsyn.

I *andra stycket* preciseras länsstyrelsens arbetsuppgifter. Länsstyrelsen skall följa kommunernas verksamhet och biträda dessa med information och råd. Länsstyrelsen skall vidare främja samarbete mellan olika tillsynsmyndigheter. Härmed avses dels samarbete mellan den nämnd i en kommun som svarar för tobakstillsynen och andra nämnder i samma kommun som har ansvaret för tillsynen av samma företag, (t.ex. alkoholtillsynen eller livsmedelstillsynen) och dels nämnder i olika kommuner som ansvarar för tobakstillsynen. Vidare skall länsstyrelsen främja samarbete mellan tillsynsmyndigheter och andra samhällsorganisationer.

27 §

Den som uppsåtligen bryter mot 11 § eller den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot 12 § första eller tredje stycket döms för olovlig tobaksförsäljning till böter eller fängelse i högst sex månader.

Är gärningen att anse som ringa döms inte till ansvar.

Den som har överträtt ett vitesföreläggande eller ett vitesförbud skall inte dömas till ansvar enligt denna lag för gärning som omfattas av föreläggandet eller förbudet.

Genom ett tillägg i bestämmelsen blir det nu straffbelagt att uppsåtligen i näringsverksamhet tillhandahålla konsumenter inom landet tobaksvara som saknar varningstexter eller innehållsdeklaration eller tobaksvara med uppenbart oriktig text eller deklaration. Gärningen rubriceras som olovlig tobaksförsäljning. Straffskalan är böter eller fängelse i högst sex månader.

För att en förpackning till ett cigarettpaket skall få tillhandahållas konsumenter skall den vara märkt i tre olika avseenden. Den skall vara försedd med märkning med uppgift om detaljhandelspris, varningstexter och innehållsdeklaration. Av 6 § lagen om tobaksskatt framgår att den som tillhandahåller cigaretter till försäljning på annat sätt än i originalförpackning försedd med särskild märkning med uppgift om detaljhandelspriset döms till böter eller fängelse i högst sex månader. I ringa fall skall dock inte dömas till ansvar. Genom förevarande bestämmelse straffbeläggs nu även tillhandahållandet av tobaksvaror i näringsverksamhet till konsumenter inom landet om övriga två märkningar inte uppfyller tobakslagens krav.

Regeringen har, när det gäller märkning, valt att straffbelägga endast uppsåtligt brott. I de flesta fall då konsumenter tillhandahålls tobaksvaror som saknar de här aktuella märkningarna, torde det handla om försäljning av tobaksvaror som smugglats in från ett land med låg tobaksskatt. Dessa paket har många gånger brister i samtliga märkningar och försäljarna avstår ofta från att ha dessa förpackningar synliga i butiken. I en sådan situation torde det ofta vara så att den som tillhandahåller tobaksvarorna är medveten om de faktiska förhållandena om vilka märkningar som finns på förpackningarna.

Vid straffmätningen skall beaktas om gärningen har utgjort ett led i en verksamhet som har bedrivits i större omfattning eller om fråga varit om en engångsföreteelse. Vidare skall beaktas om det är butiksinnehavaren själv som tillhandahållit en tobaksvara som inte uppfyller märkningskraven eller om den tillhandahållits av en oerfaren yngre anställd. I sist nämnda fall torde det ligga närmare till hands att butiksinnehavaren eller motsvarande person träffas av ansvar, då denne skall säkerställa att de produkter som säljs i butiken uppfyller lagens krav.

Enligt *andra stycket* skall ansvar inte inträda vid ringa brott. I och med att endast uppsåtligt brott straffbeläggs för handlande i strid mot 11 §, torde ringa brott sällan kunna komma i fråga, annat än vid försäljning av ett mycket begränsat antal tobaksvaror.

Av *tredje stycket* framgår att den som har överträtt ett vitesföreläggande eller ett vitesförbud inte skall dömas till ansvar enligt denna lag för gärning som omfattas av föreläggandet eller förbudet. Någon ändring har inte gjorts i denna del.

Världshälsoorganisationens ramkonvention om tobakskontroll

Bilaga 1

Översättning av den engelska originalversionen: WHO Framework Convention on Tobacco Control done at Geneva 21.5. 2003

Världshälsoorganisationens ramkonvention om tobakskontroll

Ingress

Parterna i denna konvention

som är fast beslutna att prioritera sin rätt att skydda folkhälsan,

som erkänner att den epidemiska spridningen av tobaksbruk är ett globalt problem med allvarliga konsekvenser för folkhälsan vilket påkallar vidaste möjliga internationella samarbete och alla länders deltagande i effektiva, lämpliga och allsidiga internationella motåtgärder,

som ger uttryck för det internationella samfundets oro över de förödande konsekvenser som tobaksbruk och exponering för tobaksrök har för hälsan, samhället, ekonomin och miljön i hela världen,

som är allvarligt bekymrade över den globala ökningen av konsumtionen och tillverkningen av cigaretter och andra tobaksvaror, särskilt i utvecklingsländerna, liksom över den börda detta lägger på familjerna, de fattiga och de nationella hälso- och sjukvårdssystemen,

som erkänner att vetenskaplig bevisning otvetydigt har slagit fast att tobaksbruk och exponering för tobaksrök orsakar död, sjukdomar och funktionshinder, och att det finns en tidsfördröjning mellan exponering för rökning och annan användning av tobaksvaror och inträdandet av tobaksrelaterade sjukdomar,

som också erkänner att cigaretter och vissa andra varor som innehåller tobak är i hög grad utarbetade för att skapa och upprätthålla ett beroende, och att många av de ämnen de innehåller, liksom röken från dem, är farmakologiskt aktiva, giftiga, mutagena och cancerframkallande, och att tobaksberoende klassificeras separat som en störning i större internationella sjukdomsklassificeringar,

som bekräftar att det finns klara vetenskapliga bevis för att prenatal exponering för tobaksrök orsakar försämrad hälsa och utveckling hos barn,

som är djupt bekymrade över att rökning och andra former av tobaksbruk ökar bland barn och ungdomar i hela världen och i synnerhet att allt yngre barn börjar röka,

som är oroade över att rökning och andra former av tobaksbruk ökar bland kvinnor och flickor i hela världen och beaktar behovet av att kvinnor deltar fullt ut på alla nivåer i det politiska beslutsfattandet och genomförandet, liksom behovet av könsspecifika strategier för tobakskontroll,

som är djupt bekymrade över den höga förekomsten av rökning och andra former av tobaksbruk bland ursprungsbefolkningar,

som är allvarligt bekymrade över effekterna av alla former av reklam, marknadsföring och sponsring som syftar till att främja användandet av tobaksvaror,

som erkänner att det krävs samordnad aktion för att eliminera alla former av olaglig handel med cigaretter och andra tobaksvaror, inbegripet smuggling, olaglig framställning och förfalskning,

som bekräftar att tobakskontroll på alla nivåer och i synnerhet i utvecklingsländer och i länder med övergångsekonomier kräver tillräckliga finansiella och tekniska resurser som står i proportion till de nuvarande och förutsebara behoven av åtgärder för tobakskontroll,

som erkänner behovet av att utveckla ändamålsenliga mekanismer för att möta de långsiktiga sociala och ekonomiska följderna av framgångsrika strategier för minskning av efterfrågan på tobak,

som är medvetna om de sociala och ekonomiska svårigheter som program för tobakskontroll kan ge upphov till på medellång och lång sikt i vissa utvecklingsländer och länder med övergångsekonomier, och erkänner att dessa behöver tekniskt och finansiellt stöd inom ramen för de nationella strategier för en hållbar utveckling som de utarbetat,

som är medvetna om det värdefulla arbete som bedrivs i många stater i fråga om tobakskontroll och lovordar Världshälsoorganisationens ledande roll liksom de insatser som görs av andra organisationer och organ inom Förenta nationernas system och andra internationella och regionala mellanstatliga organisationer med att utveckla åtgärder för tobakskontroll,

som understryker de särskilda insatser som görs av enskilda organisationer och andra delar av det civila samhället utan anknytning till tobaksindustrin, däribland yrkesorganisationer för hälsovårdspersonal, kvinnoorganisationer, ungdomsorganisationer, miljö- och konsumentföreningar, akademiska institutioner och hälsovårdsinstitutioner, för tobakskontrollåtgärder nationellt och internationellt, liksom den centrala betydelsen av att dessa grupper deltar i nationella och internationella insatser för tobakskontroll,

som erkänner behovet av att vara vaksam på varje åtgärd från tobaksindustrins sida för att undergräva eller förvanska insatser för tobakskontroll och behovet av att hålla sig informerad om sådana aktiviteter hos tobaksindustrin som kan få negativa återverkningar för insatser för tobakskontroll,

som erinrar om artikel 12 i internationella konventionen om ekonomiska, sociala och kulturella rättigheter, antagen av Förenta nationernas generalförsamling den 16 december 1966, vilken slår fast alla människors rätt att åtnjuta bästa uppnåeliga hälsa, såväl fysiskt som psykiskt,

som vidare erinrar om inledningen i Världshälsoorganisationens stadga, i vilken förklaras att åtnjutande av bästa uppnåeliga hälsa är en grundläggande rättighet för varje människa, oavsett ras, religion, politisk uppfattning, ekonomiska eller sociala förhållanden,

som är fast beslutna att främja åtgärder för tobakskontroll som grundas på aktuella och relevanta vetenskapliga, tekniska och ekonomiska överväganden,

som erinrar om att i konventionen om avskaffande av all slags diskriminering av kvinnor, antagen av Förenta nationernas generalförsamling den 18 december 1979, föreskrivs att parterna i den konventionen skall vidta alla lämpliga åtgärder för att avskaffa diskriminering av kvinnor på hälsovårdsområdet,

som vidare erinrar om att konventionen om barnets rättigheter, antagen av Förenta nationernas generalförsamling den 20 november 1989, föreskriver att konventionsstaterna skall erkänna barnets rätt att åtnjuta bästa uppnåeliga hälsa,

har kommit överens om följande.

DEL I: INLEDNING

Artikel 1

Definitioner

I denna konvention avses med

a) *olaglig handel*: varje handlande eller beteende som är förbjudet i lag och som avser framställning, frakt, mottagande, innehav, distribution, försäljning eller inköp, inbegripet varje handlande eller beteende som är avsett att underlätta sådana aktiviteter.

b) *regional organisation för ekonomisk integration*: en organisation som består av flera självständiga stater och till vilken dessa medlemsstater har överfört behörighet i ett antal frågor, inbegripet behörigheten att fatta bindande beslut för sina medlemsstater i dessa frågor .

c) *tobaksreklam och marknadsföring*: varje form av kommersiellt meddelande, rekommendation eller åtgärd med syfte, effekt eller sannolik effekt att främja en tobaksvara eller tobaksbruk, vare sig direkt eller indirekt.

d) *tobakskontroll*: en rad strategier för att minska tillgången till, efterfrågan på och skadeverkningarna av tobak och som syftar till att förbättra hälsan i en befolkning genom att eliminera eller minska dess konsumtion av tobaksvaror och exponering för tobaksrök.

e) *tobaksindustri*: tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror.

f) *tobaksvaror*: produkter som helt eller delvis är framställda med tobaksblad som råvara och som är avsedda att rökas, sugas på, tuggas eller snusas.

c) *sponsring*: varje form av bidrag till ett evenemang, en aktivitet eller en person med syfte, effekt eller sannolik effekt att främja en tobaksvara eller tobaksbruk, vare sig direkt eller indirekt.

Artikel 2

Förhållande mellan denna konvention och andra avtal och rättsliga instrument

1. För att bättre skydda människors hälsa uppmuntras parterna att genomföra åtgärder utöver dem som krävs i denna konvention och dess protokoll, och ingenting i dessa instrument skall hindra någon part från att införa strängare restriktioner om de är förenliga med instrumentens regler och följer internationell rätt.

2. Bestämmelserna i denna konvention och dess protokoll skall inte på något sätt inskränka parternas rätt att ingå bilaterala eller multilaterala överenskommelser, inbegripet regionala eller subregionala överenskommelser, i frågor som har betydelse för eller kompletterar konventionen och dess protokoll, under förutsättning att sådana överenskommelser är förenliga med deras skyldigheter enligt konventionen och dess protokoll. De berörda parterna skall genom sekretariatet meddela sådana överenskommelser till partskonferensen.

DEL II: MÅL, VÄGLEDANDE PRINCIPER OCH ALLMÄNNA SKYLDIGHETER

Artikel 3

Mål

Målet för denna konvention och dess protokoll är att skydda nuvarande och framtida generationer från de förödande hälsomässiga, sociala, miljömässiga och ekonomiska konsekvenserna av tobaksbruk och exponering för tobaksrök, genom att tillhandahålla en ram för parternas genomförande av tobakskontrollåtgärder på nationell, regional och internationell nivå i syfte att fortlöpande och kraftigt minska tobaksbruket och exponeringen för tobaksrök.

Artikel 4

Vägledande principer

För att nå målet med denna konvention och dess protokoll och för att genomföra deras bestämmelser skall parterna bland annat låta sig vägledas av följande principer:

1. Varje person bör vara informerad om hälsokonsekvenserna, den vanebildande karaktären och det dödliga hot som är förenat med tobaksbruk och exponering för tobaksrök, och effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa och andra åtgärder bör övervägas på lämplig statlig nivå för att skydda alla människor mot exponering för tobaksrök.
2. Det krävs ett starkt politiskt engagemang för att på nationell, regional och internationell nivå utveckla och stödja allsidiga multisektoriella åtgärder och samordnade aktioner med beaktande av
 - a) behovet av att vidta åtgärder för att skydda alla människor mot exponering för tobaksrök,
 - b) behovet av att vidta åtgärder för att förhindra att människor börjar röka, för att främja och stödja tobaksavvänjning och för att minska konsumtionen av tobaksvaror i alla former,
 - c) behovet av att vidta åtgärder för att främja att enskilda individer och grupper i ursprungsbefolkningar deltar i utvecklingen, genomförandet och utvärderingen av program för tobakskontroll som är socialt och kulturellt anpassade till deras behov och synsätt, samt
 - d) behovet av att vidta åtgärder för att möta de könsspecifika riskerna vid utarbetandet av strategier för tobakskontroll.

3. Internationellt samarbete, i synnerhet överföring av teknik, kunskaper och finansiellt stöd och tillhandahållande av därmed sammanhörande expertis för att inrätta och genomföra effektiva program för tobakskontroll med beaktande av lokal kultur lika väl som sociala, ekonomiska, politiska och rättsliga faktorer, är en viktig del av konventionen.
4. Allsidiga multisektoriella åtgärder och aktioner för att minska konsumtionen av tobaksvaror i alla former på nationell, regional och internationell nivå är oundgängliga för att, i överensstämmelse med folkhälsoprinciper, förebygga uppkomsten av sjukdomar, funktionshinder och för tidiga dödsfall orsakade av tobaksbruk och exponering för tobaksrök.
5. Ansvarsfrågor, såsom de bestäms av varje part inom ramen för dess behörighet, är en viktig del av en fullständig tobakskontroll.
6. Vikten av tekniskt och finansiellt stöd för att underlätta den ekonomiska övergången för tobaksodlare och tobaksarbetare, vilkas försörjning allvarligt påverkas av programmen för tobakskontroll i parter i konventionen som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier, bör erkännas och mötas i samband med de nationellt utvecklade strategierna för hållbar utveckling.
7. Det civila samhällets deltagande är oundgängligt för att uppnå målet för denna konvention och dess protokoll.

Artikel 5

Allmänna skyldigheter

1. Varje part skall utveckla, genomföra, regelbundet uppdatera och se över fullständiga multisektoriella nationella strategier, planer och program för tobakskontroll i enlighet med denna konvention och de protokoll som parten är ansluten till.
2. För detta ändamål skall varje part i enlighet med sin förmåga
 - a) inrätta eller förstärka och finansiera en nationell samordnande mekanism eller samlingspunkter för tobakskontroll, och
 - b) besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa och/eller andra åtgärder och i förekommande fall samarbeta med andra parter för att utveckla lämpliga politiska program för att förebygga och minska tobaksbruk, nikotinberoende och exponering för tobaksrök.
3. När parterna fastställer och genomför sin folkhälsopolitik i fråga om tobakskontroll skall de, i enlighet med nationell lagstiftning, agera för att skydda denna politik från påverkan av kommersiella och andra intressen inom tobaksindustrin.
4. Parterna skall samarbeta vid utformningen av föreslagna åtgärder, förfaranden och riktlinjer för genomförandet av konventionen och de protokoll som de är anslutna till.
5. Parterna skall, i förekommande fall, samarbeta med behöriga internationella och regionala mellanstatliga organisationer och andra organ för att uppnå målen med konventionen och de protokoll som de är anslutna till.

6. Parterna skall, inom ramen för de medel och resurser de förfogar över, samarbeta för att uppbringa finansiella resurser för ett effektivt genomförande av konventionen genom bilaterala och multilaterala finansieringsmekanismer.

Bilaga 1

DEL III: ÅTGÄRDER FÖR ATT MINSKA EFTERFRÅGAN PÅ TOBAK

Artikel 6

Pris- och skatteåtgärder för att minska efterfrågan på tobak

1. Parterna erkänner att pris- och skatteåtgärder är ett effektivt och viktigt medel för att minska tobaksbruket hos olika delar av befolkningen, i synnerhet ungdomar.
2. Utan att detta skall inverka på parternas suveräna rätt att besluta om och fastställa sin skattepolitik, bör varje part beakta sina folkhälsopolitiska mål i fråga om tobakskontroll och vidta eller, i förekommande fall, bibehålla åtgärder som kan innefatta att
 - a) genomföra skattepolitik och, i förekommande fall, prispolitik för tobaksvaror som kan bidra till hälsopolitiska mål som syftar till att minska tobaksbruket, och
 - b) i förekommande fall förbjuda eller begränsa internationella resandes inköp och/eller import av tobaksvaror som är befriade från skatter och tullar.
3. Parterna skall uppge skattesatser för tobaksvaror och utvecklingstendenser i tobakskonsumtionen i sina periodiska rapporter till partskonferensen, i enlighet med artikel 21.

Artikel 7

Andra åtgärder än prisåtgärder för att minska efterfrågan på tobak

Parterna erkänner att allsidiga åtgärder, andra än prisåtgärder, är ett effektivt och viktigt medel för att minska tobakskonsumtionen. Varje part skall besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder som krävs för att uppfylla partens skyldigheter enligt artiklarna 8–13 och skall när så är lämpligt samarbeta med varandra direkt eller via behöriga internationella organ för att genomföra dessa. Partskonferensen skall föreslå lämpliga riktlinjer för genomförandet av bestämmelserna i dessa artiklar.

Artikel 8

Skydd mot exponering för tobaksrök

1. Parterna erkänner att vetenskaplig bevisning otvetydigt har slagit fast att exponering för tobaksrök orsakar död, sjukdomar och funktionshinder.
2. Varje part skall, på rättsområden som omfattas av dess egen behörighet enligt den nationella lagstiftningen, besluta om och genomföra, samt, på rättsområden där annan behörighet föreligger, aktivt främja antagandet och genomförandet av effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa och/eller andra åtgärder som ger skydd mot exponering för tobaksrök på arbetsplatser inomhus,

Artikel 9

Reglering av tobaksvarors innehåll

Partskonferensen skall, i samråd med behöriga internationella organ, föreslå riktlinjer för testning och mätning av tobaksvarors innehåll och emissioner och för reglering av detta innehåll och dessa emissioner. Varje part skall, med samtycke av behöriga nationella myndigheter, besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder för sådan testning och mätning och för sådan reglering.

Artikel 10

Reglering av information om tobaksvaror

Varje part skall, i enlighet med sin nationella lagstiftning, besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder som kräver att tillverkare och importörer av tobaksvaror informerar statliga myndigheter om tobaksvarornas innehåll och emissioner. Varje part skall vidare besluta om och genomföra effektiva åtgärder för att allmänheten skall få kännedom om information om de giftiga substanserna i tobaksvarorna och de emissioner de kan ge upphov till.

Artikel 11

Förpackning och märkning av tobaksvaror

1. Varje part skall inom tre år från den dag denna konvention träder i kraft för den parten, besluta om och genomföra i överensstämmelse med sin nationella lagstiftning effektiva åtgärder för att säkerställa att

a) förpackning och märkning av tobaksvaror inte främjar en tobaksprodukt på något sätt som är falskt, vilseledande, missvisande eller kan ge ett felaktigt intryck av produktens egenskaper, hälsoeffekter, risker eller emissioner, inbegripet varje term, beskrivning, varumärke, symbol eller annat tecken som direkt eller indirekt ger det falska intrycket att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra tobaksvaror, såsom till exempel termer som "låg tjärhalt", "lätt/light", "ultralätt/ultra-light" eller "mild", samt

b) varje paket och förpackning av tobaksvaror samt alla yttre förpackningar och märkningar av sådana varor också förses med varningstexter som beskriver de skadliga effekterna av tobaksbruk och som också kan innehålla andra lämpliga meddelanden.

Dessa varningstexter och meddelanden

- i) skall godkännas av den behöriga nationella myndigheten,
- ii) skall växla regelbundet,
- iii) skall vara stora, tydliga, synliga och läsliga,
- iv) bör omfatta 50 procent eller mer av de mest synliga ytorna på förpackningen och får inte omfatta mindre än 30 procent av dessa ytor,
- v) kan bestå av eller omfatta bilder eller piktogram.

2. Varje paket och förpackning av tobaksvaror samt yttre förpackning och märkning av sådana varor skall, utöver den varningstext som anges i punkt 1 b i denna artikel, innehålla information om relevanta ämnen och emissioner från tobaksvaror enligt vad som definierats av de nationella myndigheterna.
3. Varje part skall kräva att den varningstext och den övriga text-information som anges i punkterna 1 b och 2 i denna artikel finns på dess huvudspråk på varje paket och förpackning av tobaksvaror samt på varje yttre förpackning och märkning av sådana varor.
4. Vid tillämpningen av denna artikel avses med uttrycket "yttre förpackning och märkning" beträffande tobaksvaror varje form av förpackning eller märkning som används vid detaljhandel med varan.

Artikel 12

Utbildning, information och allmän upplysning

Varje part skall främja och stärka allmänhetens medvetenhet om frågor som gäller tobakskontroll genom användning av alla disponibla kommunikationsmedel i den mån det är lämpligt. För detta ändamål skall varje part besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder för att främja

- a) stor tillgänglighet till effektiva och allsidiga program för utbildning och information till allmänheten om hälsoriskerna, inbegripet det beroende som följer av tobaksbruk och exponering för tobaksrök,
- b) allmän medvetenhet om de hälsorisker som är förbundna med tobaksbruk och exponering för tobaksrök och om vinsterna med tobaksavvänjning och en tobaksfri livsstil, såsom specificeras i artikel 14.2,
- c) allmänhetens tillgång, i enlighet med nationell lagstiftning, till en bred information om tobaksindustrin, relevant för konventionens mål,
- d) effektiva och lämpliga utbildnings- och informationsprogram om tobakskontroll riktade till exempelvis personal inom hälsovård, samhällsservice, socialtjänst, media och utbildningsväsende samt beslutsfattare, administratörer och andra berörda personer,
- e) medvetenhet hos och deltagande av offentliga och privata organ och enskilda organisationer utan anknytning till tobaksindustrin, vid utveckling och genomförande av tvärssektoriella program och strategier för tobakskontroll, samt
- f) allmän medvetenhet om och tillgång till information om de skadliga konsekvenserna för hälsa, ekonomi och miljö som tobaksproduktion och tobaksbruk medför.

Artikel 13

Tobaksreklam, marknadsföring och sponsring

1. Parterna erkänner att ett totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring skulle minska bruket av tobaksvaror.

2. Varje part skall, i enlighet med sin författning eller sina konstitutionella principer, införa ett totalförbud mot all reklam för, marknadsföring och sponsring av tobaksvaror. Detta skall, med reservation för den rättsliga miljö och de tekniska medel som parten disponerar över, omfatta ett totalförbud mot gränsöverskridande reklam, marknadsföring och sponsring som utgår från partens territorium. För detta ändamål skall varje part, inom fem år efter den dag konventionen träder i kraft för den parten, vidta lämpliga lagstiftnings-, exekutiva, administrativa och/eller andra åtgärder och rapportera om dessa i enlighet med artikel 21.

3. En part som på grund av sin författning eller sina konstitutionella principer inte kan införa ett totalförbud skall införa restriktioner för all reklam för, marknadsföring och sponsring av tobak. Detta skall, med reservation för den rättsliga miljö och de tekniska medel som parten disponerar över, omfatta restriktioner eller ett totalförbud mot reklam, marknadsföring och sponsring som utgår från partens territorium och har gränsöverskridande effekter. För detta ändamål skall varje part vidta lämpliga lagstiftnings-, exekutiva, administrativa och/eller andra åtgärder och rapportera om dessa i enlighet med artikel 21.

4. Som ett minimum skall varje part, i enlighet med sin författning eller sina konstitutionella principer,

a) förbjuda alla former av reklam för, marknadsföring och sponsring av tobak som bidrar till att främja en tobaksvara på ett sätt som är falskt, vilseledande eller missvisande eller som kan skapa ett felaktigt intryck av varans karaktär, effekter på hälsan, risker eller emissioner,

b) kräva att varningstexter om hälsorisker eller andra lämpliga varningar eller meddelanden skall åtfölja all tobaksreklam och, i förekommande fall, marknadsföring och sponsring av tobak,

c) begränsa användningen av direkta eller indirekta incitament som uppmuntrar allmänheten att köpa tobaksvaror,

d) i det fall inget totalförbud införts, kräva att tobaksindustrin till behöriga statliga myndigheter redovisar sina kostnader för sådan reklam, marknadsföring och sponsring som inte ännu är förbjuden; dessa myndigheter får besluta om att offentliggöra uppgifterna, på de villkor som bestämts i nationell lagstiftning, och vidarebefordra dem till partskonferensen i enlighet med artikel 21,

e) införa ett totalförbud mot, eller, i det fall en part på grund av sin författning eller sina konstitutionella principer inte kan införa ett totalförbud, restriktioner för tobaksreklam, marknadsföring och sponsring i radio, television, tryckta media och i förekommande fall andra media, som Internet, inom fem år, samt

f) förbjuda eller, i det fall en part på grund av sin författning eller sina konstitutionella principer inte kan förbjuda, begränsa tobaksrelaterad sponsring av internationella evenemang, aktiviteter och/eller deltagare däri.

5. Parterna uppmuntras att genomföra åtgärder som går utöver de skyldigheter som anges i punkt 4.

6. Parterna skall samarbeta vid utveckling av teknik och andra medel som krävs för att underlätta avskaffandet av gränsöverskridande reklam.

7. Parter som har ett förbud mot vissa former av tobaksreklam, marknadsföring och sponsring har den suveräna rätten att förbjuda de former av

gränsöverskridande tobaksreklam, marknadsföring och sponsring som når deras territorium och att ålägga samma sanktioner som för reklam, marknadsföring och sponsring inom landet eller med ursprung i det egna territoriet i enlighet med nationell lagstiftning. Denna punkt varken rekommenderar eller godkänner någon särskild sanktion.

8. Parterna skall överväga utarbetandet av ett protokoll som anger lämpliga åtgärder som kräver internationellt samarbete för ett totalförbud mot gränsöverskridande reklam, marknadsföring och sponsring.

Artikel 14

Efterfrågeminskande åtgärder avseende tobaksberoende och tobaksavvänjning

1. Varje part skall utveckla och sprida lämpliga, allsidiga och integrerade riktlinjer grundade på vetenskapliga bevis och de bästa metoderna, med hänsyn tagen till nationella omständigheter och prioriteringar, och vidta effektiva åtgärder för att främja tobaksavvänjning och adekvat behandling mot tobaksberoende.

2. För detta ändamål skall parterna bemöda sig om att

a) utforma och genomföra effektiva program som syftar till att främja tobaksavvänjning på platser som utbildningsinstitutioner, hälsovårdsinrättningar, arbetsplatser och idrottsanläggningar.

b) införliva diagnostisering och behandling av tobaksberoende och rådgivning om tobaksavvänjning i nationella program, planer och strategier för folkhälsa och utbildning, i förekommande fall med deltagande av personal inom hälsovård, samhällsservice och socialtjänst,

c) inom hälsovårdsinrättningar och rehabiliteringscentrum inrätta program för diagnostisering, rådgivning, förebyggande och behandling av tobaksberoende, samt

d) samarbeta med andra parter för att underlätta tillgängligheten till behandling av tobaksberoende till en överkomlig kostnad, inbegripet farmaceutiska produkter i enlighet med artikel 22. Sådana produkter och deras innehåll kan innefatta läkemedel, produkter för administration av läkemedel och, i förekommande fall, diagnostik.

DEL IV: ÅTGÄRDER FÖR ATT MINSKA TILLGÅNGEN TILL TOBAK

Artikel 15

Olaglig handel med tobaksvaror

1. Parterna erkänner att eliminering av alla former av olaglig handel med tobaksvaror, inbegripet smuggling, olaglig framställning och förfälskning, samt utveckling och genomförande av därmed sammanhängande nationell lagstiftning, utöver subregionala, regionala och globala överenskommelser, utgör fundamentala delar av tobakskontrollen.

2. Varje part skall besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder för att säkerställa att alla paket och förpackningar med tobaksvaror och alla former av yttre förpackning av sådana varor är märkta för att hjälpa parterna att bestämma tobaksvarornas ursprung, samt

i överensstämmelse med nationell lagstiftning och tillämpliga bilaterala eller multilaterala överenskommelser, hjälpa parterna att bestämma diversionspunkten och att övervaka, dokumentera och kontrollera tobaksvarornas rörelse och deras rättsliga status. Dessutom skall varje part

a) kräva att alla paket och förpackningar av tobaksvaror avsedda för detalj- eller partihandel och som säljs på den inhemska marknaden är märkta med texten: "Får endast säljas i (infoga landets, den subnationella, regionala eller federala enhetens namn)" eller vara försedda med annan effektiv märkning som anger slutdestinationen eller som kan hjälpa myndigheterna att avgöra om det är lagligt att sälja produkten på den inhemska marknaden, samt

b) i förekommande fall överväga att utveckla ett praktiskt system för att följa och spåra produkterna på ett sätt som kan göra distributionssystemet säkrare och bidra till utredningen av olaglig handel.

3. Varje part skall kräva att den förpackningsinformation eller märkning som anges i punkt 2 i denna artikel skall presenteras i läsbar form och/eller vara utformad på dess huvudspråk.

4. I syfte att eliminera olaglig handel med tobaksvaror skall varje part

a) övervaka och samla in uppgifter om gränsöverskridande handel med tobaksvaror, inbegripet olaglig handel, samt utbyta information mellan tullmyndigheter, skattemyndigheter och andra myndigheter, i förekommande fall och i enlighet med nationell lagstiftning och relevanta tillämpliga bilaterala eller multilaterala överenskommelser,

b) införa eller stärka lagstiftning med ändamålsenliga påföljder och rättelsemöjligheter vid olaglig handel med tobaksvaror, inbegripet förfälskning och smuggling av cigaretter,

c) vidta lämpliga åtgärder för att säkerställa att all konfiskerad tillverkningsutrustning, förfälskade och smugglade cigaretter och andra tobaksvaror förstörs, om möjligt med miljövänliga metoder, eller omhändertas i enlighet med nationell lagstiftning,

d) besluta om och genomföra åtgärder för att övervaka, dokumentera och kontrollera lagring och distribution av tobaksvaror som hålls eller transporteras under suspension av skatt eller tull inom ramen för partens jurisdiktion, och

e) där så är lämpligt, vidta åtgärder för att möjliggöra konfiskering av vinster som härrör från olaglig handel med tobaksvaror.

5. Den information som samlas in enligt punkt 4 a och 4 d i denna artikel skall i förekommande fall lämnas i form av sammanställningar i parternas periodiska rapporter till partskonferensen i enlighet med artikel 21.

6. Parterna skall, i förekommande fall och i enlighet med sin nationella lagstiftning, främja samarbete mellan nationella organ, liksom mellan berörda regionala och internationella mellanstatliga organisationer i fråga om utredningar, åtal och rättsliga förfaranden i syfte att eliminera olaglig handel med tobaksvaror. Särskild tonvikt skall läggas vid samarbete på regional och subregional nivå för att bekämpa olaglig handel med tobaksvaror.

7. Varje part skall vinnlägga sig om att besluta om och genomföra ytterligare åtgärder, inbegripet licensiering i förekommande fall, för att kontrollera eller reglera tillverkningen och distributionen av tobaksvaror i syfte att förhindra olaglig handel.

Artikel 16

Försäljning till och av minderåriga

1. Varje part skall besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder på lämplig myndighetsnivå för att förbjuda försäljning av tobaksvaror till personer som inte uppnått den ålder som följer av inhemsk rätt eller bestämts i nationell lagstiftning, eller 18 år. Dessa åtgärder kan omfatta

- a) krav på att alla som säljer tobaksvaror skall placera en tydlig och väl synlig skylt inne på försäljningsstället med information om förbudet mot tobaksförsäljning till minderåriga, och i tveksamma fall begära att varje tobaksköpare på lämpligt sätt styrker att han uppnått den lagstadgade åldern,
- b) förbud mot försäljning av tobaksvaror på så sätt att varorna är direkt tillgängliga, t.ex. på hyllor i affärerna,
- c) förbud mot tillverkning och försäljning av godsaker, snacks, leksaker eller andra saker som har form av tobaksvaror och som tilltalar minderåriga, samt
- d) säkerställande av att tobaksvaruautomater inom området för partens jurisdiktion inte är tillgängliga för minderåriga och inte främjar försäljning av tobaksvaror till minderåriga.

2. Varje part skall förbjuda eller verka för ett förbud mot gratisutdelning av tobaksvaror till allmänheten och i synnerhet till minderåriga.

3. Varje part skall bemöda sig om att förbjuda försäljning av lösa cigaretter eller cigaretter i små förpackningar, vilket ökar dessa produkters tillgänglighet för minderåriga.

4. Parterna erkänner att, för att få bättre effekt, åtgärder för att förhindra försäljning av tobaksvaror till minderåriga i förekommande fall bör genomföras i kombination med andra bestämmelser i denna konvention.

5. En part får, i samband med att den undertecknar, ratificerar, godtar, godkänner eller ansluter sig till denna konvention, eller när som helst därefter, genom en skriftlig bindande deklaration tillkännage sitt åtagande att förbjuda införandet av tobaksvaruautomater inom området för sin jurisdiktion, eller, i förekommande fall, totalförbjuda tobaksvaruautomater. Den deklaration som görs enligt denna artikel skall av depositarien vidarebefordras till alla parter i konventionen.

6. Varje part skall besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder, inbegripet påföljder för försäljare och distributörer, för att säkerställa uppfyllandet av de skyldigheter som anges i punkterna 1–5 i denna artikel.

7. Varje part bör, i förekommande fall, besluta om och genomföra effektiva lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder för att för-

bjuda att tobaksvaror säljs av personer som inte uppnått den ålder som följer av Bilaga 1
inhemsk rätt eller bestämts i nationell lagstiftning, eller 18 år.

Artikel 17

Stöd till ekonomiskt bärkraftiga alternativa verksamheter

Parterna skall, i samarbete med varandra och med behöriga internationella och regionala mellanstatliga organisationer, när det är lämpligt, främja ekonomiskt bärkraftiga alternativ för tobaksarbetare, tobaksodlare och, allt efter omständigheterna, enskilda försäljare.

DEL V: MILJÖSKYDD

Artikel 18

Skydd av miljön och människors hälsa

Parterna är överens om att vid uppfyllandet av sina skyldigheter enligt denna konvention ta vederbörlig hänsyn till skyddet av miljön och människors hälsa när det gäller tobaksodling och framställning av tobaksvaror inom deras respektive territorier.

DEL VI: ANSVARSFRÅGOR

Artikel 19

Ansvar

1. För tobakskontrolländamål skall parterna, om det behövs, överväga att vidta lagstiftningsåtgärder eller stärka sin befintliga lagstiftning i fråga om straffrättsligt och civilrättsligt ansvar, inbegripet i förekommande fall skadestånd.
2. Parterna skall samarbeta med varandra för att utbyta information via partskonferensen i enlighet med artikel 21, inbegripet
 - a) information om hälsoeffekter till följd av bruk av tobaksvaror och exponering för tobaksrök i enlighet med artikel 20.3 a, samt
 - b) information om gällande lagstiftning och reglering samt om relevant rättspraxis.
3. Parterna skall, i förekommande fall och enligt ömsesidig överenskommelse, inom de gränser som bestäms av nationell lagstiftning, politik, juridisk praxis och tillämpliga befintliga fördragsbestämmelser, bistå varandra i rättsliga förfaranden som gäller straffrättsligt och civilrättsligt ansvar förenligt med denna konvention.
4. Konventionen skall på inget sätt påverka eller begränsa parternas rätt till tillträde till varandras domstolar när sådana rättigheter föreligger.
5. Partskonferensen kan, om det är möjligt, på ett tidigt stadium och med beaktande av pågående arbete inom relevanta internationella forum överväga frågor angående ansvar, inbegripet lämpliga internationella sätt att behandla dessa frågor och lämpliga medel för att på begäran stödja parterna i deras lagstiftande och annan verksamhet i överensstämmelse med denna artikel.

Artikel 20

Forskning, övervakning och utbyte av information

1. Parterna åtar sig att utveckla och främja nationell forskning samt att samordna forskningsprogram på de regionala och internationella nivåerna inom området för tobakskontroll. För detta ändamål skall varje part

a) initiera och samarbeta, direkt eller genom behöriga internationella och regionala mellanstatliga organisationer och andra organ, i bedrivande av forskning och vetenskaplig utvärdering, och därvid främja och uppmuntra forskning om orsaker till och konsekvenser av tobaksbruk och exponering för tobaksrök liksom forskning om alternativa grödor, samt

b) främja och stärka, med stöd av behöriga internationella och regionala mellanstatliga organisationer och andra organ, utbildning och stöd till alla som deltar i verksamhet som rör tobakskontroll, inbegripet forskning, genomförande och utvärdering.

2. Parterna skall, när så är lämpligt, inrätta program för nationell, regional och global övervakning av omfattning, mönster, orsaker och konsekvenser av tobaksbruk och exponering för tobaksrök. För detta ändamål bör parterna integrera program för tobaksövervakning i nationella, regionala och globala hälsoövervakningsprogram, så att uppgifterna i förekommande fall blir jämförbara och kan analyseras på regional och internationell nivå.

3. Parterna erkänner vikten av finansiellt och tekniskt stöd från internationella och regionala mellanstatliga organisationer och andra organ. Varje part skall bemöda sig om att

a) gradvis inrätta ett nationellt system för epidemiologisk övervakning av tobaksbruk och därmed sammanhängande sociala, ekonomiska och hälsorelaterade indikatorer,

b) samarbeta med behöriga internationella och regionala mellanstatliga organisationer och andra organ, inbegripet statliga och enskilda organ, vid regional och global övervakning av tobak och utbyte av information om de indikatorer som anges i punkt 3 a i denna artikel, samt

c) samarbeta med Världshälsoorganisationen vid utarbetande av vägledande riktlinjer eller allmänna förfaranden för att samla in, analysera och sprida uppgifter från tobaksrelaterad övervakning.

4. Parterna skall, med förbehåll för nationell lagstiftning, främja och underlätta utbytet av allmänt tillgänglig vetenskaplig, teknisk, socioekonomisk, kommersiell och rättslig information, liksom information om metoder inom tobaksindustrin och tobaksodlingen som är relevant för denna konvention, och därvid beakta och vidta åtgärder för att möta de särskilda behoven hos parter som är utvecklingsländer och länder med övergångsekonomier. Varje part skall bemöda sig om att

a) gradvis inrätta och upprätthålla en uppdaterad databas med lagar och bestämmelser som gäller tobakskontroll och, i förekommande fall, information om deras tillämpning liksom relevant rättspraxis, samt samarbeta vid utveckling av program för regional och global tobakskontroll,

b) gradvis inrätta och upprätthålla en bas med uppdaterade uppgifter från nationella övervakningsprogram i enlighet med punkt 3 a i denna artikel, samt

c) samarbeta med behöriga internationella organisationer för att gradvis inrätta och upprätthålla ett globalt system för att regelbundet samla in och sprida information om tobaksproduktion och tillverkning samt om aktiviteter hos tobaksindustrin som har betydelse för konventionen eller nationella verksamheter för tobakskontroll.

5. Parterna bör samarbeta inom de regionala och internationella mellanstatliga organisationer och de institutioner för finansiering och utveckling där de är medlemmar för att främja och uppmuntra tillhandahållandet av tekniska och finansiella resurser till sekretariatet för att hjälpa parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier att uppfylla sina åtaganden om forskning, övervakning och utbyte av information.

Artikel 21

Rapportering och utbyte av information

1. Varje part skall till partskonferensen, via sekretariatet, lämna periodiska rapporter om hur parten genomfört konventionen, vilka bör inkludera

a) information om lagstiftnings-, exekutiva, administrativa eller andra åtgärder som vidtagits för att genomföra konventionen,

b) information, i förekommande fall, om svårigheter eller hinder som parten har mött vid genomförandet av konventionen och om de åtgärder som vidtagits för att överkomma dessa hinder,

c) information, i förekommande fall, om finansiellt och tekniskt stöd som lämnats eller mottagits för aktiviteter avseende tobakskontroll,

d) information om övervakning och forskning i enlighet med vad som anges i artikel 20, samt

e) den information som anges i artiklarna 6.3, 13.2, 13.3, 13.4 d, 15.5 och 19.2.

2. Frekvens och utformning av alla parter rapporter skall beslutas av partskonferensen. Varje part skall lämna sin första rapport inom två år från den dag konventionen träder i kraft för den parten.

3. Partskonferensen skall i enlighet med artiklarna 22 och 26 överväga arrangemang för att på begäran hjälpa de parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier att uppfylla sina skyldigheter enligt denna artikel.

4. Rapportering och utbyte av information enligt konventionen skall ske med förbehåll för nationell lagstiftning om konfidentialitet och privatliv. Parterna skall enligt ömsesidig överenskommelse skydda all konfidentiell information som utbyts.

*Samarbete på vetenskapliga, tekniska och rättsliga områden samt
tillhandahållande av därmed sammanhängande expertis*

1. Parterna skall samarbeta direkt eller genom behöriga internationella organ för att stärka sin förmåga att uppfylla skyldigheterna enligt denna konvention och därvid beakta behoven hos de parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier. Detta samarbete skall på ömsesidigt överenskomna villkor främja överförandet av teknisk, vetenskaplig och rättslig expertis och teknologi, för att upprätta och stärka nationella strategier, planer och program för tobakskontroll som bland annat syftar till att

- a) underlätta utveckling, överföring och förvärv av teknologi, kunskap, färdigheter, kapacitet och expertis med avseende på tobakskontroll,
- b) tillhandahålla teknisk, vetenskaplig, rättslig och annan expertis för att upprätta och stärka nationella strategier, planer och program för tobakskontroll som syftar till genomförandet av konventionen, bland annat genom att
 - i) på begäran bistå vid utvecklingen av en solid rättslig grund liksom tekniska program, inbegripet sådana som syftar till att förebygga inledande av tobaksbruk, att främja tobaksavvänjning och att skydda människor från exponering för tobaksrök,
 - ii) i förekommande fall hjälpa tobaksarbetare att finna andra lämpliga utkomstmöjligheter på ett ekonomiskt och rättsligt hållbart sätt, samt
 - iii) i förekommande fall hjälpa tobaksodlare att lägga om sin produktion till alternativa grödor på ett ekonomiskt hållbart sätt,
- c) stödja lämpliga utbildningsprogram eller program för att öka medvetenheten hos berörd personal i enlighet med artikel 12,
- d) i förekommande fall, tillhandahålla material, utrustning och tillbehör liksom logistikstöd som krävs för strategier, planer, och program för tobakskontroll,
- e) identifiera metoder för tobakskontroll, inbegripet fullständig behandling av nikotinberoende, och
- f) i förekommande fall främja forskning för att göra kostnaden för fullständig behandling av nikotinberoende mera överkomlig.

2. Partskonferensen skall främja och underlätta överföring av teknisk, vetenskaplig och rättslig expertis och teknologi med det finansiella stöd som tillförsäkras i enlighet med artikel 26.

DEL VIII: INSTITUTIONELLA DISPOSITIONER OCH FINANSIELLA
RESURSER

*Artikel 23**Partskonferensen*

1. En partskonferens inrättas härmed. Konferensens första möte skall sammankallas av Världshälsoorganisationen senast ett år efter den dag denna konvention trädde i kraft. Konferensen skall vid sitt första möte besluta om plats och tid för senare regelbundna möten.

2. Partskonferensen kan hålla extraordinarie möten när konferensen finner det nödvändigt, eller på någon av parternas skriftliga begäran, under förutsättning att denna begäran, inom sex månader från det att konventionens sekretariat underrättat parterna om den, stöds av minst en tredjedel av parterna.

3. Partskonferensen skall vid sitt första möte med konsensus anta sin arbetsordning.

4. Partskonferensen skall med konsensus anta sina egna finansiella regler och regler för finansieringen av varje underorgan som den kan inrätta, liksom finansiella regler som styr sekretariatets verksamhet. Vid varje ordinarie möte skall den anta en budget för räkenskapsperioden fram till nästa ordinarie möte.

5. Partskonferensen skall regelbundet granska konventionens tillämpning och fatta de beslut som krävs för att främja ett effektivt genomförande av den och kan anta protokoll och bilagor till samt ändringar i konventionen, i enlighet med artiklarna 28, 29 och 33. Den skall för detta ändamål,

a) främja och underlätta utbyte av information enligt artiklarna 20 och 21,

b) främja och vägleda utvecklingen och den periodiska förbättringen av jämförbara metoder för forskning och insamling av uppgifter, utöver dem som avses i artikel 20, och som är relevanta för konventionens genomförande,

c) i förekommande fall främja utvecklingen, genomförandet och utvärderingen av strategier, planer och program, liksom av politik, lagstiftning och andra åtgärder,

d) granska de rapporter som lämnas av parterna enligt artikel 21 samt anta regelbundna rapporter om genomförandet av konventionen,

e) främja och underlätta mobilisering av finansiella resurser för genomförandet av konventionen i enlighet med artikel 26,

f) inrätta de underorgan som krävs för att uppnå konventionens mål,

g) vid behov begära tjänster och information av samt samarbete med behöriga och relevanta organisationer och organ inom Förenta nationernas system och andra internationella och regionala mellanstatliga organisationer och enskilda organisationer och organ för att stärka genomförandet av konventionen, samt

(h) i förekommande fall överväga andra åtgärder för att uppnå konventionens mål i ljuset av erfarenheterna vid dess genomförande.

6. Partskonferensen skall bestämma villkoren för observatörers deltagande vid dess förhandlingar.

Artikel 24

Sekretariat

1. Partskonferensen skall utse ett permanent sekretariat och organisera dess verksamhet. Partskonferensen skall bemöda sig om att göra detta vid sitt första möte.

2. Fram till dess att ett permanent sekretariat utsetts och inrättats, skall Världshälsoorganisationen upprätthålla sekretariatsfunktionerna enligt denna konvention.

3. Sekretariatets funktioner skall vara följande:

- a) Organisera partskonferensens och varje underorgans möten och tillhandahålla de tjänster som behövs.
- b) Vidarebefordra de rapporter som det mottar enligt konventionen.
- c) På begäran stödja parterna, särskilt de parter som är utvecklingsländer och länder med övergångsekonomier, med att sammanställa och inge den information som krävs enligt bestämmelserna i konventionen.
- d) Upprätta rapporter om sin verksamhet enligt konventionen under ledning av partskonferensen och överlämna dem till partskonferensen.
- e) Under ledning av partskonferensen säkerställa den samordning som krävs med behöriga internationella och regionala mellanstatliga organisationer och andra organ.
- f) Under ledning av partskonferensen vidta de administrativa eller avtalsmässiga dispositioner som kan krävas för ett effektivt fullgörande av dess funktioner.
- g) Utföra andra sekretariatsfunktioner som anges i konventionen och i vilket som helst av dess protokoll samt övriga funktioner som kan komma att beslutas av partskonferensen.

Artikel 25

Förhållandet mellan partskonferensen och mellanstatliga organisationer

För att tillhandahålla tekniskt och finansiellt samarbete som krävs för att uppnå målet för denna konvention kan partskonferensen begära samarbete av behöriga internationella och regionala mellanstatliga organisationer, inbegripet finansierings- och utvecklingsinstitutioner.

Artikel 26

Finansiella resurser

1. Parterna erkänner de finansiella resursernas viktiga roll för att uppnå målet med denna konvention.
2. Varje part skall finansiellt stödja sin nationella verksamhet med syfte att uppnå konventionens mål, i överensstämmelse med nationella planer, prioriteringar och program.
3. Parterna skall i förekommande fall främja utnyttjandet av bilaterala, regionala, subregionala och andra multilaterala kanaler för att tillhandahålla medel till utveckling och förstärkning av multisektoriella allsidiga program för tobakskontroll i parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier. Följaktligen bör ekonomiskt bärkraftiga alternativ till tobaksproduktion, inbegripet

diversifiering av grödor, förutses och stödjas inom ramen för nationellt utvecklade strategier för en hållbar utveckling.

Bilaga 1

4. De parter som är företrädare i relevanta regionala och internationella mellanstatliga organisationer och i finansierings- och utvecklingsinstitutioner skall uppmuntra dessa organ att finansiellt stödja parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier för att hjälpa dem att uppfylla sina skyldigheter enligt konventionen, utan att detta begränsar rätten att delta i dessa organisationer.

5. Parterna är eniga om följande:

a) För att hjälpa parterna att uppfylla sina skyldigheter enligt konventionen bör alla relevanta potentiella och existerande resurser, vare sig ekonomiska, tekniska eller andra, såväl offentliga som privata, som är tillgängliga för aktiviteter avseende tobakskontroll, mobiliseras och användas till förmån för alla parter, i synnerhet parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier.

b) Sekretariatet skall på begäran ge råd till parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier om tillgängliga finansieringsmöjligheter för att hjälpa dem att uppfylla sina skyldigheter enligt konventionen.

c) Partskonferensen skall vid sitt första möte granska befintliga och potentiella finansieringskällor och stödmekanismer på grundval av en studie ledd av sekretariatet och annan relevant information, och överväga i vilken mån de är adekvata.

d) Partskonferensen skall beakta resultatet av denna granskning för att bedöma om det finns anledning att förstärka existerande mekanismer eller att inrätta en global fond för frivilliga bidrag eller andra lämpliga finansieringsmekanismer för att vid behov kanalisera ytterligare finansiella resurser till parter som är utvecklingsländer eller länder med övergångsekonomier och på så sätt hjälpa dem att uppnå konventionens mål.

DEL IX: TVISTLÖSNING

Artikel 27

Tvistlösning

1. Om det mellan två eller flera parter uppstår tvist beträffande tolkningen eller tillämpningen av denna konvention skall de berörda parterna söka lösa tvisten på diplomatisk väg genom förhandling eller andra fredliga medel som de väljer, inbegripet bona officia, medling eller förlikning. Om en tvist inte kan lösas genom bona officia, medling eller förlikning skall det inte befria de tvistande parterna från ansvaret att fortsätta att söka en lösning.

2. Vid ratifikation, godtagande, godkännande, formellt bekräftande av eller anslutning till konventionen, eller vid varje tidpunkt därefter, kan en stat eller en regional organisation för ekonomisk integration till depositarien skriftligen förklara att den vid en tvist som inte kan lösas enligt punkt 1 i denna artikel godtar ett tvingande skiljedomsförfarande enligt procedurer som skall antas med konsensus av partskonferensen.

3. Bestämmelserna i denna artikel skall tillämpas på varje protokoll mellan parterna i det protokollet, om inget annat föreskrivs i det protokollet.

Artikel 28*Ändringar i konventionen*

1. Varje part kan föreslå ändringar i denna konvention. Sådana ändringar skall övervägas av partskonferensen.
2. Ändringar i konventionen skall antas av partskonferensen. Texten till en föreslagen ändring i konventionen skall tillställas parterna av sekretariatet minst sex månader före det möte då ändringen föreslås bli antagen. Sekretariatet skall också meddela föreslagna ändringar till konventionens signatärer och för kännedom till depositarien.
3. Parterna skall göra alla ansträngningar för att nå konsensus om varje föreslagen ändring i konventionen. Om alla ansträngningar att nå konsensus har misslyckats, och ingen överenskommelse har kommit till stånd, skall ändringen som en sista utväg antas med tre fjärdedels majoritet av de parter som är närvarande och röstar vid mötet. Vid tillämpningen av denna artikel avses med parter som är närvarande och röstar alla parter som är närvarande och röstar för eller emot förslaget. Varje antagen ändring skall av sekretariatet meddelas depositarien, som skall vidarebefordra den till alla parter för godtagande.
4. Instrument om godtagande av en ändring skall deponeras hos depositarien. En ändring som antagits i enlighet med punkt 3 i denna artikel träder i kraft för de parter som godtagit den nittio dagar efter den dag depositarien mottog ett instrument om godtagande från minst två tredjedelar av parterna i konventionen.
5. Ändringen träder i kraft för varje annan part nittio dagar efter den dag då denna part hos depositarien deponerade ett instrument om godtagande av ändringen.

Artikel 29*Antagande av och ändringar i bilagor till denna konvention*

1. Bilagor till denna konvention och ändringar av den skall föreslås, antas och träda i kraft enligt det förfarande som anges i artikel 28.
2. Bilagor till konventionen skall utgöra en integrerande del därav och, om inget annat uttryckligen föreskrivs, skall en hänvisning till konventionen även utgöra en hänvisning till dessa bilagor.
3. Bilagor skall endast innehålla förteckningar, formulär och annat beskrivande material som rör procedurfrågor eller vetenskapliga, tekniska eller administrativa frågor.

DEL XI: SLUTBESTÄMMELSER

Artikel 30*Reservationer*

Inga reservationer får göras mot denna konvention.

Artikel 31*Frånträde*

1. En part kan när som helst efter två år från den dag då konventionen trädde i kraft för den parten frånträda konventionen genom en skriftlig underrättelse till depositarien.

2. Varje sådant frånträde träder i kraft ett år efter den dag då depositarien mottog underrättelsen om frånträde, eller den senare dag som kan anges i underrättelsen om frånträde.
3. Varje part som frånträder konventionen skall anses även ha frånträtt de protokoll den är part i.

Artikel 32

Rösträtt

1. Varje part i denna konvention skall ha en röst, utom i de fall som föreskrivs i punkt 2 i denna artikel.
2. Regionala organisationer för ekonomisk integration skall i frågor inom sitt kompetensområde ha rätt till lika många röster som antalet av deras medlemsstater som är parter i konventionen. En sådan organisation får inte utöva sin rösträtt om någon av dess medlemsstater utövar sin rösträtt och vice versa.

Artikel 33

Protokoll

1. Varje part får föreslå protokoll. Sådana förslag skall övervägas av partskonferensen.
2. Partskonferensen får anta protokoll till denna konvention. Vid antagandet av dessa protokoll skall alla ansträngningar göras för att nå konsensus. Om alla ansträngningar att nå konsensus har misslyckats, och ingen överenskommelse kommit till stånd, skall protokollet som en sista utväg antas med tre fjärdedelars majoritet av de parter som är närvarande och röstar vid mötet. Vid tillämpningen av denna artikel avses med parter som är närvarande och röstar alla parter som är närvarande och röstar för eller emot förslaget.
3. Texten till varje föreslaget protokoll skall av sekretariatet tillställas parterna minst sex månader före det möte då protokollet föreslås bli antaget.
4. Endast parter i konventionen kan vara parter i ett protokoll.
5. Varje protokoll till konventionen skall vara bindande endast för parterna i protokollet i fråga. Endast parter i ett protokoll får fatta beslut i frågor som enbart gäller sagda protokoll.
6. Villkoren för ett protokolls ikraftträdande skall fastställas i det instrumentet.

Artikel 34

Undertecknande

Denna konvention skall vara öppen för undertecknande för alla medlemmar i Världshälsoorganisationen och för alla stater som inte är medlemmar i Världshälsoorganisationen men är medlemmar i Förenta nationerna, samt för regionala organisationer för ekonomisk integration, vid Världshälsoorganisationens högkvarter i Genève från och med den 16 juni 2003 till och med den 22 juni 2003 och därefter vid Förenta nationernas högkvarter i New York, från och med den 30 juni 2003 till och med den 29 juni 2004.

Artikel 35

Bilaga 1

Ratifikation, godtagande, godkännande, formell bekräftelse eller anslutning

1. Denna konvention skall vara föremål för ratifikation, godtagande, godkännande eller anslutning av stater och formell bekräftelse eller anslutning av regionala organisationer för ekonomisk integration. Den skall vara öppen för anslutning från och med dagen efter den dag den stängs för undertecknande. Instrument om ratifikation, godtagande, godkännande, formell bekräftelse eller anslutning skall deponeras hos depositarien.
2. En regional organisation för ekonomisk integration som blir part i konventionen utan att någon av dess medlemsstater är part skall vara bunden av alla skyldigheter enligt konventionen. I det fall en eller flera medlemsstater i en sådan organisation är parter i konventionen skall organisationen och dess medlemsstater besluta om sina respektive förpliktelser vad gäller fullgörandet av deras skyldigheter enligt konventionen. I sådana fall skall inte organisationen och medlemsstaterna ha rätt att samtidigt utöva sina rättigheter enligt konventionen.
3. Regionala organisationer för ekonomisk integration skall i sina instrument om formell bekräftelse eller instrument om anslutning ange omfattningen av sin behörighet på områden som regleras i denna konvention. Organisationerna skall också informera depositarien, som i sin tur skall informera parterna, om varje väsentlig ändring av omfattningen av behörigheten.

Artikel 36

Ikraftträdande

1. Denna konvention träder i kraft den nittionde dagen efter den dag det fyrtionde instrumentet om ratifikation, godtagande, godkännande, formell bekräftelse eller anslutning deponerades hos depositarien.
2. För varje stat som ratificerar, godtar eller godkänner konventionen eller ansluter sig till den efter det att de villkor för ikraftträdande som anges i punkt 1 i denna artikel har uppfyllts, träder konventionen i kraft den nittionde dagen efter den dag då den deponerade sitt ratifikations-, godtagande-, godkännande- eller anslutningsinstrument.
3. För varje regional organisation för ekonomisk integration som deponerar ett instrument om formell bekräftelse eller ett instrument om anslutning efter det att de villkor för ikraftträdande som anges i punkt 1 i denna artikel har uppfyllts, träder konventionen i kraft den nittionde dagen efter den dag instrumentet om formell bekräftelse eller anslutning deponerades.
4. Vid tillämpningen av denna artikel skall instrument som deponerats av en regional organisation för ekonomisk integration inte räknas utöver dem som deponerats av medlemsstater i organisationen.

Artikel 37

Depositarie

Förenta nationernas generalsekreterare skall vara depositarie för denna konvention och ändringar i den och för protokoll och bilagor som antagits i enlighet med artiklarna 28, 29 och 33.

Artikel 38

Bilaga 1

Autentiska texter

Originalen till denna konvention, vars arabiska, engelska, franska, kinesiska, ryska och spanska texter är lika giltiga, skall deponeras hos Förenta nationernas generalsekreterare.

Till bekräftelse härav har undertecknade, därtill vederbörligen befullmäktigade, undertecknat denna konvention.

Upprättad i Genève den 21 maj 2003.

**EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV
2003/33/EG
av den 26 maj 2003
om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra
författningar om reklam för och sponsring till förmån för
tobaksvaror
(Text av betydelse för EES)**

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR
ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 47.2 och artiklarna 55 och 95 i detta,

med beaktande av kommissionens förslag¹,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande²,

efter att ha hört Regionkommittén,

i enlighet med förfarandet i artikel 251 i fördraget³, och av följande skäl:

(1) Det föreligger skillnader mellan medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror. Denna reklam och denna sponsring sprids över medlemsstaternas gränser och utgör verksamhet som omfattas av artikel 49 i fördraget. Skillnaderna i nationell lagstiftning kan leda till ökade hinder för den fria rörligheten mellan medlemsstaterna för de varor eller tjänster som stöder sådan reklam och sponsring. När det gäller reklam i tidningar har vissa hinder redan påträffats. När det gäller sponsring kommer snedvridningen av konkurrensvillkoren sannolikt att öka, vilket redan har noterats i samband med att vissa idrotts- och kulturevenemang har anordnats.

(2) Dessa hinder bör undanröjas, och i detta syfte bör i vissa fall bestämmelserna om reklam för tobaksvaror och sponsring till förmån för tobaksvaror tillnärmas. I synnerhet behöver det anges i vilken utsträckning tobaksreklam är tillåten i vissa typer av publikationer.

(3) Enligt artikel 95.3 i fördraget skall kommissionen i sina förslag som rör upprättandet av den inre marknaden och dess funktion utgå från en hög skyddsnivå. Även Europaparlamentet och rådet strävar inom ramen för sina respektive befogenheter efter att uppnå detta mål. Den lagstiftning i medlemsstaterna som skall tillnärmas är avsedd att skydda folkhälsan genom att reglera marknadsföringen av tobak, som är en beroendeframkallande produkt som förorsakar över en halv miljon dödsfall om året inom gemenskapen, och därigenom förhindra att ungdomar till följd av marknadsföringen börjar röka vid låg ålder och blir beroende.

¹ EGT C 270 E, 25.9.2001, s. 97.

² EGT C 36, 8.2.2002, s. 104.

³ Europaparlamentets yttrande av den 20 november 2002 (ännu ej offentligt i EUT) och rådets beslut av den 27 mars 2003.

(4) Spridningen av publikationer såsom tidskrifter, dagstidningar och veckotidningar på den inre marknaden är utsatt för en betydande risk för hinder i den fria rörligheten till följd av de lagar och andra författningar i medlemsstaterna som förbjuder eller reglerar tobaksreklam i dessa medier. För att säkerställa fri rörlighet för alla dessa medier på den inre marknaden måste tobaksreklamen på den inre marknaden begränsas till de veckotidningar och tidskrifter som inte är avsedda för allmänheten, till exempel publikationer avsedda enbart för yrkesverksamma inom tobaksindustrin och publikationer som trycks och ges ut i tredje land och som inte i första hand är avsedda för gemenskapens marknad.

(5) Medlemsstaternas lagar och andra författningar om vissa typer av sponsring till förmån för tobaksvaror med gränsöverskridande verkan leder till en betydande risk för snedvridning av konkurrensen för denna verksamhet på den inre marknaden. För att undanröja denna snedvridning är det nödvändigt att förbjuda sådan sponsring endast för verksamhet eller evenemang som har gränsöverskridande verkan, som annars kan vara ett sätt att kringgå de restriktioner som införs för direkt reklam, utan att sponsring på rent nationell nivå regleras.

(6) Informationssamhällets tjänster används i allt större utsträckning som medel för att göra reklam för tobaksvaror i takt med att allmänheten i ökad utsträckning utnyttjar och får tillgång till sådana tjänster. Dessa tjänster, liksom radiosändningar, som också kan överföras med hjälp av informationssamhällets tjänster, är särskilt attraktiva och tillgängliga för unga konsumenter. Tobaksreklam i dessa båda medier är i sig gränsöverskridande och bör därför regleras på gemenskapsnivå.

(7) Gratisutdelning av tobaksvaror omfattas av restriktioner i flera medlemsstater, eftersom denna ofta kan leda till beroende. Gratisutdelning har förekommit i samband med sponsring av evenemang som har gränsöverskridande verkan och bör därför förbjudas.

(8) Internationellt tillämpliga standarder för reklam för tobaksvaror och sponsring till förmån för tobak håller på att förhandlas fram i samband med utarbetandet av Världshälsoorganisationens (WHO) ramkonvention om kontroll av tobak. Genom dessa förhandlingar skall det införas bindande internationella regler som kompletterar reglerna i detta direktiv.

(9) Kommissionen bör upprätta en rapport om genomförandet av detta direktiv. Det bör skapas en möjlighet att inom ramen för de relevanta gemenskapsprogrammen studera hur detta direktiv inverkar på folkhälsan.

(10) Medlemsstaterna bör vidta lämpliga och effektiva åtgärder för att säkerställa kontrollen av genomförandet av de bestämmelser som antas med stöd av detta direktiv i enlighet med deras nationella lagstiftning, enligt kommissionens meddelande till Europaparlamentet och rådet om påföljdernas betydelse för genomförandet av gemenskapslagstiftningen för den inre marknaden och rådets resolution av den 29 juni 1995 om enhetlig och effektiv tillämpning av gemenskapsrätten och om sanktioner som skall tillämpas vid överträdelser av dennas bestämmelser om den inre marknaden⁴. Dessa åtgärder bör innefatta bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer som har ett berättigat intresse av att stoppa verksamhet som strider mot detta direktiv får möjlighet att ingripa.

(11) De påföljder som föreskrivs i detta direktiv bör inte påverka andra påföljder eller rättsliga åtgärder som anges i nationell lagstiftning.

⁴EGT C 188, 22.7.1995, s. 1

(12) I detta direktiv regleras reklam för tobaksvaror i andra medier än televisionen, nämligen i tidningar och i andra tryckta publikationer, i radiosändningar och i informationssamhällets tjänster. I detta direktiv regleras också tobaksföretags sponsring av radioprogram och av evenemang eller verksamhet som berör eller som äger rum i flera medlemsstater eller på annat sätt har gränsöverskridande verkan; inklusive gratisutdelning eller rabatterad försäljning av tobaksvaror. Andra former av reklam, till exempel indirekt reklam, och sponsring av evenemang eller verksamhet utan verkningar över gränserna faller utanför detta direktivs räckvidd. Med förbehåll för fördraget behåller medlemsstaterna behörigheten att reglera dessa frågor på det sätt som de anser nödvändigt för att garantera skyddet av människors hälsa.

(13) Marknadsföring av humanläkemedel omfattas av Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/83/EG av den 6 november 2001 om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel⁵. Reklam för produkter som är avsedda för tobaksavvänjning omfattas inte av det här direktivet.

(14) Detta direktiv bör inte påverka tillämpningen av bestämmelserna i rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television⁶, enligt vilket alla former av TV-reklam för cigaretter och andra tobaksvaror är förbjudna. I direktiv 89/552/EEG föreskrivs att TV-program inte får sponsras av företag, vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av cigaretter och andra tobaksprodukter eller tillhandahållande av tjänster för vilka reklam är förbjuden enligt direktivet. Även teleshopping av tobaksprodukter är förbjuden enligt direktiv 89/552/EEG.

(15) Reklamens transnationella karaktär erkänns i rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam⁷. Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/37/EG av den 5 juni 2001 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillverkning, presentation och försäljning av tobaksvaror⁸ innehåller bestämmelser om vilseledande produktbeskrivningar på tobaksvarors förpackningar, vilkas gränsöverskridande verkan också har erkänts.

(16) Europaparlamentets och rådets direktiv 98/43/EG av den 6 juli 1998 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror⁹ ogiltigförklarades av domstolen i mål C-376/98, Förbundsrepubliken Tyskland mot Europaparlamentet och Europeiska unionens råd¹⁰. Hänvisningar till direktiv 98/43/EG bör därför tolkas som hänvisningar till det här direktivet.

(17) I överensstämmelse med proportionalitetsprincipen är det nödvändigt och lämpligt för att förverkliga det grundläggande målet med en väl fungerande inre marknad att fastställa regler om reklam för tobaksvaror och tobaksrelaterad sponsring. Detta direktiv går inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå det eftersträfvade målet i enlighet med artikel 5 tredje stycket i fördraget.

⁵ EGT L 311, 28.11.2001, s. 67.

⁶ EGT L 298, 17.10.1989, s. 23. Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG (EGT L 202, 30.7.1997, s. 60).

⁷ EGT L 250, 19.9.1984, s. 17. Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/55/EG (EGT L 290, 23.10.1997, s. 18).

⁸ EGT L 194, 18.7.2001, s. 26.

⁹ EGT L 213, 30.7.1998, s. 9.

¹⁰ [2000] REG I-8419.

(18) I detta direktiv respekteras de grundläggande rättigheterna och iakttas de principer som erkänns särskilt i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna. Detta direktiv avser särskilt att säkerställa respekten för den grundläggande rätten till yttrandefrihet.

Bilaga 2

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Syfte och räckvidd

1. Detta direktiv syftar till att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för tobaksvaror och främjande av dessa varor

a) i tidningar och andra tryckta publikationer,

b) i radiosändningar,

c) i informationssamhällets tjänster, och

d) genom sponsring till förmån för tobaksvaror, inklusive gratisutdelning av tobaksvaror.

2. Avsikten är att säkerställa frirörlighet för berörda medier och därmed förknippade tjänster samt att undanröja hinder för den inre marknadens sätt att fungera.

Artikel 2

Definitioner

I detta direktiv används följande beteckningar med de betydelser som här anges:

a) *tobaksvaror*: alla varor som är avsedda att rökas, snusas, sugas på eller tuggas, om de är tillverkade, även delvis, av tobak.

b) *reklam*: varje form av kommersiella meddelanden vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja en tobaksvara.

c) *sponsring*: varje form av offentligt eller privat bidrag till ett evenemang, en verksamhet eller en person med syftet eller den direkta eller indirekta verkan att främja en tobaksvara.

d) *informationssamhällets tjänster*: tjänster enligt definitionen i artikel 1.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/34/EG av den 22 juni 1998 om ett informationsförfarande beträffande tekniska standarder och föreskrifter¹¹.

Artikel 3

Reklam i tryckta medier och informationssamhällets tjänster

1. Reklam i tidningar och andra tryckta publikationer är bara tillåten i publikationer som endast är avsedda för personer som är yrkesverksamma inom tobaksbranschen

¹¹ EGT L 204, 21.7.1998, s. 37. Direktivet ändrat genom direktiv 98/48/EG (EGT L 217, 5.8.1998, s. 18).

och i publikationer som trycks och ges ut i tredje land, när dessa publikationer inte i första hand är avsedda för gemenskapsmarknaden. Bilaga 2

Övrig reklam i tidningar och andra tryckta publikationer skall vara förbjuden.

2. Reklam som inte är tillåten i tidningar och andra tryckta publikationer skall inte vara tillåten i informationssamhällets tjänster.

Artikel 4

Radioreklam och sponsring

1. Alla former av radioreklam för tobaksvaror skall vara förbjudna.
2. Radioprogram får inte sponsras av företag vilkas huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av tobaksvaror.

Artikel 5

Sponsring av evenemang

1. Sponsring av evenemang och verksamhet som berör eller äger rum i flera medlemsstater eller på något annat sätt har gränsöverskridande verkan skall vara förbjuden.
2. All gratisutdelning av tobaksvaror i samband med sponsring av sådana evenemang som avses i punkt 1 vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja sådana produkter skall vara förbjuden.

Artikel 6

Rapport

Kommissionen skall senast den 20 juni 2008 lämna en rapport om genomförandet av detta direktiv till Europaparlamentet, rådet och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén. Rapporten skall åtföljas av de förslag till ändringar av direktivet som kommissionen anser nödvändiga.

Artikel 7

Påföljder och säkerställande av efterlevnaden

Medlemsstaterna skall fastställa regler om påföljder för överträdelser av nationella bestämmelser som har antagits med tillämpning av detta direktiv och skall vidta de åtgärder som krävs för att se till att dessa påföljder tillämpas. Påföljderna måste vara effektiva, proportionella och avskräckande. Medlemsstaterna skall anmäla dessa regler till kommissionen senast den dag som anges i artikel 10, och alla senare ändringar som gäller dem så snart som möjligt.

Dessa regler skall innehålla bestämmelser som säkerställer att personer eller organisationer som i enlighet med nationell lagstiftning kan styrka att de har ett berättigat intresse av att förhindra reklam, sponsring eller andra frågor som är oförenliga med det här direktivet kan vidta rättsliga åtgärder mot sådan reklam eller sponsring eller anmäla sådan reklam eller sponsring till ett administrativt organ som har behörighet antingen att yttra sig över klagomålet eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.

Fri rörlighet för varor och tjänster

Medlemsstaterna får inte förbjuda eller begränsa den fria rörlighet för varor eller tjänster som följer bestämmelserna i detta direktiv.

Artikel 9

Hänvisningar till direktiv 98/43/EG

Hänvisningar till det ogiltigförklarade direktivet 98/43/EG skall tolkas som hänvisningar till det här direktivet.

Artikel 10

Genomförande

1. Medlemsstaterna skall sätta i kraft de bestämmelser i lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den 31 juli 2005. De skall genast underrätta kommissionen om detta.

När medlemsstaterna antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

2. Medlemsstaterna skall till kommissionen överlämna texten till de centrala bestämmelserna i nationell lagstiftning som de antar inom det område som omfattas av detta direktiv.

Artikel 11

Ikraftträdande

Detta direktiv träder i kraft samma dag som det offentliggörs i Europeiska unionens officiella tidning.

Artikel 12

Adressater

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Bryssel den 26 maj 2003.

På Europaparlamentets vägnar
P. COX
Ordförande

På rådets vägnar
G. DRYS
Ordförande

Sammanfattning av betänkandet Tobakskontroll i ett internationellt perspektiv. Betänkande av utredningen om genomförande av WHO:s ramkonvention om tobakskontroll m.m. SOU 2004:88.

Utredningens uppdrag avser att lämna förslag till det nationella genomförandet av dels WHO:s ramkonvention om tobakskontroll, dels EG-direktivet om reklam för och sponsring av tobaksvaror (Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/33/EG av den 26 maj 2003 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror). Till utredningen har även överlämnats EG-rekommendationen om förebyggande av rökning m.m. (Rådets rekommendation 2003/54/EG av den 2 december 2002 om förebyggande av rökning och om initiativ för en effektivare tobakskontroll) samt Konsumentverkets PM 2003:02 Stopp för utomhusreklam för tobak.

WHO-konventionen spänner över ett stort antal politik- och lagstiftningsområden. I EU har vissa av de åtgärder som anges i konventionen redan genomförts på gemenskapsnivå, t.ex. beträffande märkning av tobaksvaror. Andra åtgärder har genomförts på det nationella planet. Endast ett mindre antal av förpliktelserna i konventionen föranleder därför ändringar i svensk lagstiftning.

De viktigaste förändringarna som konventionen medför för svensk del gäller reglerna om reklam, marknadsföring och sponsring, där konventionen utgår från ett totalförbud. EG-direktivet innehåller förbud mot reklam i vissa medier samt sådan sponsring som har gränsöverskridande effekt. Utredningens förslag avser att tillgodose såväl konventionen som direktivet. Också EG-rekommendationen innehåller vissa uttalanden angående annan reklam och sponsring än sådan som åsyftas i direktivet. Rekommendationen tar även upp vissa andra frågor vilka även behandlas i konventionen, bl.a. vissa åtgärder för att begränsa minderårigas möjligheter att köpa tobak.

Direktivet och rekommendationen utarbetades och beslutades samtidigt som förhandlingen om WHO-konventionen pågick och bildade grund för EU:s gemensamma ståndpunkt i förhandlingen. Utredningen utgår därför från att konventionen och direktivet kan tolkas på likartat sätt trots vissa skillnader i uttryckssätt. Detta har bl.a. betydelse för frågan om den nya lagstiftningen på reklamområdet kräver grundlagsändringar eller inte. Utredningen har, mot bakgrund av konventionsregleringens utformning m.m., gjort bedömningen att Sverige inte är förpliktat att genomföra en reglering på reklamområdet som skulle kunna komma i konflikt med grundlag. Utredningens förslag har därför som utgångspunkt att den nya regleringen om reklam, marknadsföring och sponsring så långt som möjligt skall genomföra konventionens och direktivets förpliktelser, men att regleringen måste utformas med hänsyn till vad svensk grundlag – tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen – tillåter.

Utredningens förslag beträffande *reklam och marknadsföring* av tobaksvaror innebär följande. I princip införs ett allmänt förbud mot reklam och marknadsföring till konsumenter. Det gäller alltså inte branschinterna meddelanden. Förbudet omfattar även marknadsföring på Internet. Vad gäller tryckta skrifter, radio- och TV-program samt sådana tekniska upptagningar som åtnjuter grundlagskydd är förbudet begränsat till kommersiella annonser.

Från förbudet görs undantag för den grundlagsskyddade rätten till spridning av tryckta skrifter m.m. och även för kommersiella meddelanden eller märkningar som endast skall göra det möjligt för konsumenter att skilja mellan olika varor. Vidare gäller förbudet inte kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen för tobaksvaror. Det sistnämnda undantaget skall tillämpas restriktivt och får sålunda inte utnyttjas för påträngande eller annars olämplig marknadsföring. Pris- och varuinformation i neutral form anses inte som reklam. Nuvarande regler om s.k. indirekt tobaksreklam – användning av varukännetecken för tobaksvaror vid

marknadsföring av andra varor – anpassas till vad som föreslås beträffande tobaksreklamen. För denna form av reklam finns dessutom, liksom nu, vissa ytterligare undantagsmöjligheter.

Beträffande *sponsring* föreslås ett generellt förbud för tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror att sponsra ett evenemang eller en verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt. Vad gäller sponsring av radio- och TV-program finns redan ett förbud. Det är alltså åtgärder av den s.k. tobaksindustrin som åsyftas, åtgärder vilka är ägnade att nå en bred publik. Detaljhandlares eventuella bidrag till t.ex. en lokal ungdomsverksamhet omfattas sålunda inte av förbudet. Samma aktörer, dvs. tobaksindustrin, föreslås också få en skyldighet att lämna uppgifter om sina kostnader för sådan reklam, marknadsföring och sponsring som inte är förbjuden.

För *detaljhandeln* föreslås flera nya regler vilka syftar till att bättre upprätthålla åldersgränsen för inköp och till att försvåra för minderåriga att köpa tobak. Det gäller tydlig skyltning om förbudet mot försäljning till den som är under 18 år, förbud mot sådan självbetjäning som innebär att kunder själva kan plocka tobaksvaror innan de betalat för dessa, placering och övervakning av tobaksvaruautomater samt förbud mot försäljning av lösa cigaretter eller cigaretter i små förpackningar.

Beträffande *skydd mot exponering för tobaksrök* föreslås en allmän hänsynsregel, vilken skall komplettera de bestämmelser som finns om förbud mot rökning på vissa uppräknade platser.

Konventionens artiklar om bl.a. beskattning av tobaksvaror, illegal handel samt skadestandsfrågor föranleder inga förslag om lagändringar.

De åtgärder som genomförs på tobaksområdet skall enligt konventionen vara effektiva, dvs. lagar och bestämmelser måste efterlevas. Hur *tillsynen* och sanktionerna på tobaksområdet mera generellt skall kunna göras effektivare är en fråga som faller utanför det nu aktuella uppdraget. Utredningen förordar en vidare utredning av dessa frågor. Utredningen föreslår för sin del endast en begränsad förändring av tillsynsansvaret, vilken sammanhänger med de skärpta reglerna för marknadsföring av tobaksvaror. Enligt utredningens förslag skall kommunerna, vilka redan idag har tillsyn över att åldersgränsen för inköp av tobaksvaror respekteras i detaljhandeln, även få ansvaret för tillsyn över marknadsföringen på samma försäljningsställen. Kommunernas ökade kostnader för tillsynen kan täckas genom tillsynsavgifter. Den som bedriver tobaksförsäljning till konsumenter föreslås vidare få en skyldighet att utöva s.k. egentillsyn.

Betänkandets (Tobakskontroll i internationellt perspektiv) författningsförslag (SOU 2004:88)

Förslag till lag om ändring i tobakslagen (1993:581)

Härigenom föreskrivs i fråga om tobakslagen (1993:581)

dels att nuvarande 12 a § skall betecknas 12 d §, 14 b § betecknas 9 a § och 19 a § betecknas 19 b §,

dels att de nya 9 a och 12 d §§ skall ha följande lydelse,

dels att 12, 14, 14 a, 15, 19 och 27 §§ samt rubrikerna före 8 och 14 §§ skall ha följande lydelse,

dels att det i lagen skall införas nya bestämmelser, 8 a, 12 a–12 c, 14 b, 18 b och 19 a §§ samt närmast före 12–12 d, 14–14 b, 15 och 18 b §§ nya rubriker av följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

Rökfri arbetsmiljö

Skydd mot exponering för tobaksrök

8 §

I andra fall än som avses i 2 och 4 §§ svarar arbetsgivaren för att en arbetstagare inte mot sin vilja utsätts för tobaksrök i den arbetslokal eller det liknande utrymme där arbetsgivaren är verksam. Som arbetstagare räknas här personer som avses i 1 kap. 2 § första stycket och 3 § arbetsmiljölagen (1977:1160).

8 a §

Den som röker bör även i andra fall än som avses i 2 § se till att andra människor inte mot sin vilja utsätts för tobaksrök.

14 b §

Vid marknadsföring av tobaksvaror får inte texter, namn, varumärken och figurativa eller andra märken som ger intryck av att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra användas på förpackningar till tobaksvaror.

9 a §

Texter, namn, varumärken och figurativa eller andra märken som ger intryck av att en viss tobaksvara är mindre skadlig än andra *får inte* användas på förpackningar till tobaksvaror.

Åldersgräns

12 §

Tobaksvaror får inte säljas eller på annat sätt lämnas ut i näringsverksamhet till den som inte har fyllt 18 år. Den som lämnar ut tobaksvaror skall förvissa sig om att mottagaren har uppnått nämnda ålder.

På varje försäljningsställe för tobaksvaror skall finnas en tydlig och klart synbar skylt med information om förbudet att sälja eller lämna ut sådana varor till den som inte har fyllt 18 år.

Om det finns särskild anledning att anta att en tobaksvara är avsedd att lämnas över till någon som inte har fyllt 18 år får varan inte lämnas ut.

Självbetjäning

12 a §

Tobaksvaror som säljs till konsumenter får inte tillhandahållas på så sätt att varorna kan plockas av kunden innan betalning erlagts (självbetjäning).

Varuautomater

12 b §

Tobaksvaror får försälas genom varuautomater endast om automaterna placeras och övervakas så att den i 12 § angivna åldersgränsen upprätthålls.

Styckeförsäljning m.m.

12 c §

Tobaksvaror som säljs till konsumenter får inte tillhandahållas i form av lösa cigaretter eller i förpackningar om tio cigaretter eller mindre.

Anmälan och egentillsyn

12 a §

Den som i näringsverksamhet säljer tobaksvaror till konsumenter skall anmäla försäljningen hos den kommun där försäljningen sker. Anmälan skall göras senast när försäljningen påbörjas.

12 d §

Den som i näringsverksamhet säljer tobaksvaror till konsumenter skall anmäla försäljningen hos den kommun där försäljningen sker. Anmälan skall göras senast när försäljningen påbörjas.

Den som bedriver försäljning av tobaksvaror till konsumenter skall utöva särskild tillsyn (egentillsyn) över försäljningen. För tillsynen skall det finnas ett för verksamheten lämpligt program.

Marknadsföring**Marknadsföring m.m.****Reklam och marknadsföring**

14 §

En näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter får inte använda kommersiella annonser i periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig. *Inte heller får vid sådan marknadsföring användas kommersiella annonser i ljudradio- eller TV-program. Detta gäller även sådana TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844).*

Vid marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter på något annat sätt än som avses i första stycket skall en näringsidkare iaktta särskild måttfullhet. I synnerhet gäller att reklam eller annan marknadsföring inte får vara påträngande, uppsökande eller uppmåna till bruk av tobak.

En näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter får inte använda kommersiella annonser i

1. periodiska skrifter eller andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,

2. ljudradio- eller TV-program eller TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844), eller

3. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.

Annan marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter än som avses i första stycket är förbjuden. Detta gäller dock inte

a) spridning av tryckta skrifter eller av tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig,

b) kommersiella meddelanden eller märkningar som endast fyller funktionen att göra det möjligt för konsumenter att skilja mellan olika tobaksvaror, och

c) kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen för tobaksvaror.

Varukännetecken

14 a §

En näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till konsumenter får inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara, om marknadsföringen sker

En näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till konsumenter får inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara, om marknadsföringen sker i kommersi-

1. i kommersiella annonser i periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig, eller

2. i kommersiella annonser i ljudradio- eller TV-program eller i TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844).

Om en näringsidkare använder ett sådant varukännetecken som avses i första stycket vid marknadsföring till konsumenter på något annat sätt än som där sägs, skall näringsidkaren iaktta den måttfullhet som är betingad av att kännetecknet också kan förknippas med tobaksvaran.

Bestämmelserna i första och andra styckena tillämpas inte

1. i fråga om ett varukännetecken som i endast begränsad omfattning förekommer vid marknadsföring av tobaksvaror,

2. i fråga om ett varukännetecken som framträder i en form som tydligt skiljer sig från utseendet på tobaksvarans kännetecken, eller

3. i andra fall om det är oskäligt.

ella annonser i

1. periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,

2. ljudradio- eller TV-program eller i TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844), eller

3. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.

Om ett sådant varukännetecken som avses i första stycket används vid annan marknadsföring till konsumenter än som avses där gäller vad som stadgas i 14 § andra stycket.

Sponsring

14 b §

Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror får inte sponsra ett evenemang eller en verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt.

Bestämmelser om förbud mot sponsring av program i radio och TV finns i radio- och TV-lagen (1996:844).

Sanktioner enligt marknadsföringslagen

15 §

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14–14 b §§ skall vid tillämpningen av 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenter. En marknadsföringsåtgärd

En marknadsföringsåtgärd som avser annan marknadsföring än sådan på eller i anslutning till försäljningsställen som avses i 12–12 d §§ och som strider mot 14–14 b §§ skall vid tillämpningen av 4,

som strider mot 14 § första stycket *andra och tredje meningen* eller 14 a § första stycket 2 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenterna. En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § första stycket 2 eller 3 eller 14 a § första stycket 2 eller 3 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

Uppgifter om kostnader för reklam m.m.

18 b

Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror skall, i den utsträckning som föreskrivs av regeringen, till Statens folkhälsoinstitut lämna uppgifter om sina kostnader för sådan reklam, marknadsföring och sponsring som inte är förbjuden enligt 14–14 b §§.

Tillsyn

19 §

Den centrala tillsynen över att denna lag och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller

a) lokaler och andra utrymmen som avses i

2 § och som är upplåtna enbart för personal, och

b) lokaler och andra utrymmen på vilka 8 § skall tillämpas, *samt*

2. Statens folkhälsoinstitut när det gäller

a) miljöer som avses i 2 § och som inte är upplåtna enbart för personal,

b) lokaler som avses i 4 §,

c) varningstexter m.m. enligt 9–11 §§,

d) handel enligt 12 § och anmälan enligt 12 a §, och

e) produktkontroll m.m. enligt 16–18 §§.

Den centrala tillsynen över att denna lag och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller

a) lokaler och andra utrymmen som avses i 2 § och som är upplåtna enbart för personal, och

b) lokaler och andra utrymmen på vilka 8 § skall tillämpas,

2. Statens folkhälsoinstitut när det gäller

a) miljöer som avses i 2 § och som inte är upplåtna enbart för personal,

b) lokaler som avses i 4 §,

c) varningstexter m.m. enligt 9–11 §§,

d) handel enligt 12–12 c §§ och anmälan enligt 12 d §, och

e) produktkontroll m.m. enligt 16–18 §§, samt

3. Konsumentombudsmannen när det gäller marknadsföring m.m.

Den omedelbara tillsynen utövas enligt 14–14 b §§.
av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller lokaler och andra utrymmen för vilka verket har den centrala tillsynen, och

2. den eller de nämnder som kommunfullmäktige bestämmer när det gäller dels de miljöer och lokaler för vilka Statens folkhälsoinstitut har den centrala tillsynen, dels handel enligt 12 § och anmälan enligt 12 a §.

Länsstyrelsen utövar inom länet tillsyn enligt andra stycket 2.

För tillsyn över efterlevnaden av bestämmelserna för marknadsföring finns särskilda regler i marknadsföringslagen (1995:450).

Vid Konsumentombudsmannens tillsyn tillämpas bestämmelserna i marknadsföringslagen (1995:450).

19 § andra stycket

Den omedelbara tillsynen utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller lokaler och andra utrymmen för vilka verket har den centrala tillsynen, och

2. den eller de nämnder som kommunfullmäktige bestämmer när det gäller dels de miljöer och lokaler för vilka Statens folkhälsoinstitut har den centrala tillsynen, dels handel enligt 12 § och anmälan enligt 12 a §.

19 § tredje stycket

Länsstyrelsen utövar inom länet tillsyn enligt andra stycket 2.

19 a §

Den omedelbara tillsynen över att denna lag och föreskrifter som meddelas med stöd av lagen följs utövas av

1. Arbetsmiljöverket när det gäller lokaler och andra utrymmen för vilka verket har den centrala tillsynen, och

2. den eller de nämnder som kommunfullmäktige bestämmer när det gäller

a) de miljöer och lokaler för vilka Statens folkhälsoinstitut har den centrala tillsynen,

b) bestämmelserna om handel m.m. enligt 12–12 d §§, och

c) bestämmelserna om marknadsföring m.m. i 14 och 14 a §§ såvitt gäller marknadsföringsåtgärder på eller i anslutning till försäljningsställen som avses i 12–12 d §§.

Länsstyrelsen utövar inom länet tillsyn enligt första stycket

2. Länsstyrelsen skall därvid

– följa kommunernas verksamhet och biträda kommunerna med information och råd, och

– främja samarbete mellan olika tillsynsmyndigheter och mellan

Ansvar

27 §

Den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot 12 § döms för olovlig tobaksförsäljning till böter eller fängelse i högst sex månader.

Den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot *11 § eller 12 § första eller tredje stycket* döms för olovlig tobaksförsäljning till böter eller fängelse i högst sex månader.

Är gärningen att anse som ringa döms inte till ansvar.

Den som har överträtt ett vitesföreläggande eller ett vitesförbud skall inte dömas till ansvar enligt denna lag för gärning som omfattas av föreläggandet eller förbudet.

-
1. Denna lag träder i kraft den 1 juli 2005.
 2. Anordningar för utomhusreklam vid försäljningsställen som är i bruk vid lagens ikraftträdande får användas till utgången av juni månad 2006.

Remisslista, Betänkandet Tobakskontroll i internationellt perspektiv (SOU 2004:88)

1. Hovrätten för Övre Norrland
2. Malmö Tingsrätt
3. Kammarrätten i Göteborg
4. Länsrätten i Gävleborgs län
5. Riksåklagaren
6. Ekobrottsmyndigheten
7. Rikspolisstyrelsen
8. Styrelsen för internationellt utvecklingssamarbete, Sida
9. Kommerskollegium
10. Socialstyrelsen
11. Statens folkhälsoinstitut
12. Handikappombudsmannen
13. Tullverket
14. Skatteverket
15. Statistiska centralbyrån
16. Länsstyrelsen i Stockholms län
17. Länsstyrelsen i Skåne län
18. Länsstyrelsen i Örebro län
19. Länsstyrelsen i Västerbottens län
20. Ungdomsstyrelsen
21. Marknadsdomstolen
22. Konsumentverket
23. Arbetsmiljöverket
24. Konkurrensverket
25. NUTEK, Verket för näringslivsutveckling
26. Lidingö kommun
27. Salems kommun
28. Gislaveds kommun
29. Gotlands kommun
30. Ronneby kommun
31. Malmö kommun
32. Vellinge kommun
33. Halmstads kommun
34. Kungsbacka kommun
35. Bengtsfors kommun
36. Skara kommun
37. Sotenäs kommun
38. Årjängs kommun
39. Västerås kommun
40. Malungs kommun
41. Vansbro kommun
42. Timrå kommun
43. Östersunds kommun
44. Robertsfors kommun
45. Kiruna kommun
46. Handikappförbundens samarbetsorgan, HSO
47. Svenska Kommunförbundet

48. Landstingsförbundet
49. Svensk Handel
50. Svenskt Näringsliv
51. Tjänstemännens Centralorganisation, TCO
52. Sveriges Akademikers Centralorganisation, SACO
53. Landsorganisationen i Sverige, LO
54. Näringslivets regelnämnd, NNR
55. Annonsörföreningen
56. Astma- och Allergiförbundet
57. Elevorganisationen i Sverige
58. En Rökfri Generation
59. Fastighetsägarna Sverige
60. Företagarna
61. Hotell- och Restaurang Facket
62. Spel & Servicehandlarnas Riksförbund
63. Svensk Dagligvaruhandel
64. Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare, SHR
65. Sveriges Konsumenter i Samverkan
66. Sveriges Konsumentråd
67. Swedish Match
68. Tobaksleverantörsföreningen
69. Yrkesföreningar mot Tobak

Rådets rekommendation 2003/54/EG av den 2 december 2002

ur Europeiska gemenskapernas officiella tidning L22, 25.1.2003, s. 31

II

(Rättsakter vilkas publicering inte är obligatorisk)

RÅDET

RÅDETS REKOMMENDATION av den 2 december 2002 om förebyggande av rökning och om initiativ för en effektivare tobakskontroll

(2003/54/EG)

EUROPEISKA UNIONENS RÅD UTFÄRDAR DENNA REKOMMENDATION

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 152.4 andra stycket i detta,

med beaktande av kommissionens förslag¹, och

av följande skäl:

(1) I artikel 152 i fördraget föreskrivs att gemenskapens insatser, som skall komplettera den nationella politiken, skall inriktas på att förbättra folkhälsan, förebygga ohälsa och sjukdomar hos människor och undanröja faror för människors hälsa.

(2) I den resolution om ett förbud mot rökning på offentliga platser² som antogs av rådet och av medlemsstaternas hälsoministrar, församlade i rådet den 18 juli 1989, ges riktlinjer för medlemsstaterna i syfte att skydda icke-rökare mot passiv rökning. Till följd av kommissionens rapport om medlemsstaternas reaktioner på detta initiativ³ stärks skyddet i denna rekommendation och inriktas på särskilt sårbara grupper.

(3) I rådets resolution av den 26 november 1996 om minskning av rökningen i Europeiska gemenskapen⁴ erkänns behovet av att utarbeta en effektiv strategi för bekämpning av tobakskonsumtion; resolutionen innehåller vissa inslag som ingår i denna rekommendation.

(4) I rådets slutsatser av den 18 november 1999 om kampen mot tobakskonsumtion⁵ framhävs behovet av att utveckla en övergripande strategi som inbegriper vissa av de åtgärder som ingår i denna rekommendation för skydd av

¹ Förslag av den 18 juni 2002 (ännu ej offentliggjort i EGT).

² EGT C 189, 26.7.1989, s. 1.

³ KOM(96) 573 slutlig.

⁴ EGT C 374, 11.12.1996, s. 4

⁵ EGT C 86, 24.3.2000, s. 4.

(5) I rådets resolution av den 29 juni 2000 om hälsofaktorer⁶ noterades resultatet av överläggningarna vid Europeiska konferensen om hälsofaktorer i Europeiska unionen som hölls i Evora den 15 och 16 mars 2000 och som lade särskild vikt vid bland annat tobak och som rekommenderade en rad praktiska och målinriktade åtgärder för att möta utmaningarna på dessa områden.

(6) De åtgärder som rekommenderas är nödvändiga mot bakgrund av 500 000 tobaksrelaterade dödsfall årligen i Europeiska gemenskapen och en oroande ökning av antalet barn och ungdomar som börjar röka. Tobaksrökning skadar människors hälsa, då rökare blir beroende av nikotin och drabbas av livshotande och handikappande sjukdomar såsom lungcancer och andra former av cancer, ischemisk hjärtsjukdom och andra hjärt- och kärlsjukdomar samt sjukdomar i andningsorganen såsom emfysem.

(7) Förebyggande av rökning och tobakskontroll är redan prioriterade mål i medlemsstaternas och EU:s folkhälsopolitik. Tobaksrökning fortsätter att vara den främsta orsaken till dödsfall inom Europeiska unionen som är möjliga att förebygga, och resultaten när det gäller att minska tobakskonsumtionen och andelen rökare i befolkningen är alltför nedslående. Dessutom bidrar tobaksindustrins reklam, marknadsföring och säljfrämjande åtgärder till att öka tobakskonsumtionen, vilket leder till en ökning av den redan nu höga tobaksrelaterade mortaliteten och sjukligheten. Vissa av dessa strategier verkar vara inriktade på skolungdomar och studerande för att ersätta det stora antal rökare som dör årligen. Det har fastställts att 60 % av rökarna börjar röka innan de fyllt 13 år och 90 % innan de fyllt 18.

(8) Genom programmet Europa mot cancer⁷ har Europeiska gemenskapen ställt upp som ett av sina mål att bidra till bättre hälsa för medborgarna genom att minska antalet cancerfall och andra sjukdomar som orsakas av tobaksrökning.

(9) I Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/37/EG av den 5 juni 2001 om tillverkning, presentation och försäljning av tobaksvaror⁸ och förslaget till direktiv om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror⁹ behandlas tobakskontroll inom ramen för fullbordandet och konsolideringen av den inre marknaden och undanröjandet av hinder för en smidigt fungerande marknad, med utgångspunkt från en hög nivå på folkhälsoskyddet.

(10) Vissa åtgärder som bör vara del av en övergripande politik för tobakskontroll, såsom förbud mot reklamaffischer och reklamskyltar eller reklam på bio, kan för närvarande inte harmoniseras enligt gemenskapens bestämmelser om den inre marknaden i en särskild åtgärd mot tobaksbruk.

(11) Alla ovan nämnda faktorer lyfter fram behovet av ett övergripande angreppssätt för tobakskontroll för att minska förekomsten av tobaksrelaterade sjukdomar i gemenskapen.

(12) Som en del av en övergripande politik för tobakskontroll är det viktigt att anta åtgärder som särskilt minskar efterfrågan på tobaksvaror bland barn och ungdomar. Sådana åtgärder kan vara insatser för att minska utbudet av tobaksvaror till barn och ungdomar och för att förbjuda vissa typer av reklam, marknadsföring och

⁶ EGT C 218, 31.7.2000, s. 8.

⁷ EGT L 95, 16.4.1996, s. 9.

⁸ EGT L 194, 18.7.2001, s. 26.

⁹ EGT C 270, 25.9.2001, s. 97.

säljfrämjande åtgärder för tobaksvaror, med hänsyn till att sådana strategier utan åtskillnad påverkar ungdomar och andra åldersgrupper.

(13) Vissa former av försäljning och distribution av tobaksvaror underlättar barns och ungdomars tillgång till dessa varor, och bör därför regleras av medlemsstaterna.

(14) Eftersom varuautomater är synliga för såväl konsumenter som icke-konsumenter, bör de inte förses med annat reklammaterial än sådant som är oundgängligt för att upplysa om de produkter som säljs.

(15) Två andra viktiga åtgärder på EG-nivå tar itu med tobaksreklam och sponsring av tobaksvaror. Genom direktivet om television utan gränser från 1989¹⁰ förbjuds alla former av TV-reklam för tobaksvaror och i det föreskrivs att TV-program inte får sponsras av fysiska eller juridiska personer, vars huvudsakliga verksamhet består i tillverkning eller försäljning av tobaksvaror. I det aktuella förslaget till direktiv om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror ingår ett förbud mot tobaksreklam i tidningar och andra tryckta publikationer, i radio och via informationssamhällets tjänster. I förslaget förbjuds även tobaksbolags sponsring av radioprogram och evenemang som äger rum i flera medlemsstater eller på annat sätt har gränsöverskridande effekter.

(16) Rekommendationen behandlar andra typer av reklam, marknadsföring och säljfrämjande åtgärder som industrin använder för att främja tobakskonsumtion, som kan nå barn och ungdomar utan åtskillnad. Sådana metoder är användningen av tobaksvarumärken på varor eller tjänster som inte har något samband med tobak (brand-stretching) och/eller kläder (merchandising), användning av PR-material (vanliga föremål som askkoppar, tändare, parasoller och andra liknande föremål) och av tobaksvaruprover, användning och förmedling av säljfrämjande åtgärder, (t.ex. rabatter, gåvor, premier eller möjligheter att delta i reklamtävlingar eller spel) användning av skyltar, affischer och andra reklammetoder inomhus eller utomhus (reklam på varuautomater), tobaksreklam på biografer samt alla andra former av reklam, sponsring eller metoder som direkt eller indirekt syftar till att främja tobaksvaror. Medlemsstaternas myndigheter bör anta lämpliga lagstiftnings- eller förvaltningsåtgärder för att, i enlighet med nationella konstitutioner eller konstitutionella principer, särskilt förbjuda sådan verksamhet som på något sätt främjar tobaksvaror samtidigt som den kringgår sådana förbud mot direkt tobaksreklam som redan gäller för vissa medier.

(17) Världshälsoorganisationen och Världsbanken rekommenderar alla länder att förbjuda alla former av tobaksreklam och marknadsföring av tobak. I de fall då endast vissa former av direkt tobaksreklam förbjuds, flyttar tobaksindustrin ofta reklambudgeten till andra strategier för marknadsföring, sponsring och säljfrämjande åtgärder genom att använda kreativa och indirekta sätt att främja tobaksvaror, särskilt till ungdomar. På så sätt kan effekten av partiella förbud mot reklam för tobaksvaror bli begränsad. Vidare har Världsbanken dragit slutsatsen att reklam ökar konsumtionen av cigaretter och att lagstiftning som förbjuder reklam skulle minska konsumtionen under förutsättning att förbudet är övergripande och omfattar alla medier och all användning av varumärkesnamn och logotyper. En sådan minskning av cigarettkonsumtionen skulle ha omedelbara positiva följder för folkhälsan på både kort och lång sikt. Uppgifter om tobaksindustrins totala utgifter för säljfrämjande åtgärder för tobaksvaror är därför en viktig förutsättning för att man skall kunna kontrollera om politiken för tobakskontroll är effektiv ur ett folkhälsoperspektiv. Med hjälp av sådana uppgifter kan man fastställa om bestämmelser kringgås, särskilt genom omläggning av budgetmedel till nya eller oregle-

¹⁰ EGT L 298, 17.10.1989, s. 23.

rade marknadsföringsformer. Tobaksindustrin bör ha skyldighet att regelbundet redovisa sådana utgifter. Bilaga 6

(18) Med tanke på hälsoriskerna med passiv rökning, bör medlemsstaterna inrikta sig på att rökare och icke-rökare skyddas mot passiv rökning.

(19) Medlemsstaterna bör fortsätta utvecklingen av strategier och insatser för att minska tobaksbruket, bland annat genom att stödja program för hälsoundervisning för att öka förståelsen för riskerna med tobaksbruk och andra förebyggande program för att motverka rökning.

(20) I Världshälsoorganisationens ramkonvention om tobakskontroll, för närvarande under förhandling, ingår många av de frågor som tas upp i denna rekommendation. Därför är det viktigt att se till att åtgärderna i denna rekommendation stämmer överens med det utkast till ramkonvention som just nu diskuteras.

HÄRIGENOM REKOMMENDERAS ATT MEDLEMSSTATERNA

1. antar lämpliga lagar och/eller andra författningar i överensstämmelse med nationell praxis och nationella förhållanden för att förhindra tobaksförsäljning till barn och ungdomar, och bland annat

a) kräver att de som säljer tobaksvaror tar reda på att köparna har uppnått den lägsta ålder för inköp av sådana varor som fastställs i nationell lagstiftning, om en sådan åldersgräns finns,

b) undantar tobaksvaror från självbetjäning i butiker,

c) begränsar tillgången till tobaksautomater till platser dit endast sådana personer har tillträde som uppnått den lägsta ålder för inköp av tobaksvaror som fastställs i nationell lagstiftning, om en sådan åldersgräns finns, eller på annat, lika effektivt sätt reglerar tillgången till de tobaksvaror som säljs i sådana automater,

d) begränsar distansförsäljning av tobaksvaror inom detaljhandeln, såsom försäljning via Internet, till vuxna genom att använda relevanta tekniska medel,

e) förbjuder försäljning av sötsaker och leksaker avsedda för barn och tillverkade med en klar avsikt att produkten och/eller dess förpackning till utseendet skall likna en typ av tobaksvara,

f) förbjuder försäljning av cigaretter styckvis eller i förpackningar om mindre än 19 cigaretter.

2. antar lämpliga lagar och/eller andra författningar för att i överensstämmelse med nationella konstitutioner eller konstitutionella principer förbjuda följande former av reklam och marknadsföring:

a) användning av tobaksvarumärken på varor eller tjänster som inte har något samband med tobak,

b) användning av PR-material (askkoppar, tändare, parasoller osv.) och tobaksvaruprover,

c) användning och förmedling av säljfrämjande åtgärder, t.ex. rabatter, gåvor, premier eller möjligheter att delta i reklamtävlingar och spel,

d) användning av skyltar, affischer och andra reklammetoder inomhus eller utomhus (såsom reklam på tobaksautomater), Bilaga 6

e) användning av reklam på biografer, samt

f) alla andra former av reklam, sponsring eller metoder som direkt eller indirekt syftar till att marknadsföra tobaksvaror,

3. antar lämpliga åtgärder, genom att införa lagstiftning eller genom andra metoder i överensstämmelse med nationell praxis och nationella förhållanden, kräver att tillverkare, importörer och andra som i stor skala handlar med tobaksvaror och med andra varor och tjänster som har samma varumärke som tobaksvaror, för medlemsstaterna redovisar sina utgifter för reklam, marknadsföring, sponsring och säljfrämjande kampanjer som inte omfattas av förbud i nationell lagstiftning eller gemenskapslagstiftning,

4. ser till att myndigheter eller andra organ på lämplig nivå genomför lagstiftning och/eller andra effektiva åtgärder i överensstämmelse med nationell praxis och nationella förhållanden som ger ett adekvat skydd mot exponering för passiv rökning på arbetsplatser inomhus, på avgränsade offentliga lokaler och på kollektiva färdmedel. Prioritet bör bland annat ges åt utbildningsanstalter, sjukvårdsinrättningar och platser som tillhandahåller tjänster åt barn,

5. fortsätter att utarbeta strategier och insatser för att minska tobaksbruket, bland annat genom att stödja program för en övergripande hälsoinformation, särskilt i skolor, och allmänna program för att motverka tobaksbruk och övervinna tobaksberoendet,

6. ser till att ungdomars bidrag till hälsorelaterad politik och verksamhet riktad mot ungdomar utnyttjas fullt ut, särskilt på informationsområdet, samt främjar särskilda verksamheter som igångsätts, planeras, genomförs och utvärderas av ungdomar,

7. antar och genomför lämpliga pris- och skatteåtgärder på tobaksvaror för att motverka tobakskonsumtion,

8. inför alla nödvändiga och lämpliga förfaranden för att kontrollera efterlevnaden av de regler som anges i denna rekommendation, och

9. informerar kommissionen en gång vartannat år om de åtgärder som vidtagits på grundval av denna rekommendation.

HÄRIGENOM UPPMANAS KOMMISSIONEN ATT

1. följa och bedöma utvecklingen och de åtgärder som vidtas i medlemsstaterna och på gemenskapsnivå,

2. rapportera om genomförandet av de föreslagna åtgärderna på grundval av uppgifter från medlemsstaterna, senast ett år efter mottagandet av denna information från medlemsstaterna enligt denna rekommendation, och

3. överväga om de åtgärder som anges i denna rekommendation fungerar effektivt och överväga behovet av ytterligare åtgärder, särskilt om skillnader konstateras inom den inre marknaden på de områden som omfattas av denna rekommendation. Bilaga 6

Utfärdad i Bryssel den 2 december 2002.

På rådets vägnar

B. BENDTSEN

Ordförande

Sammanfattning av Konsumentverkets PM 2003:02 Stopp för utomhusreklam för tobak. Rapportering av ett regeringsuppdrag.

Konsumentverket har i samverkan med Statens folkhälsoinstitut, FHI, på regeringens uppdrag utrett möjligheterna till att ytterligare begränsa marknadsföringen av tobaksvaror på och vid säljställen. Förutom undantaget i s.k. fackpress är reklamen på och vid säljställen (inomhus och utomhus) den i praktiken enda kvarvarande marknadsföringskanalen för tobaksvaror i Sverige idag. Övrig utomhusreklam anses strida mot tobakslagens (1993:581) krav på särskild måttfullhet vilket framgår av Konsumentverkets riktlinjer för marknadsföring av tobaksvaror till konsument.

Konsumentverket föreslår nu att det införs ett förbud i tobakslagen mot alla former av utomhusreklam för tobaksvaror. Detta betyder i praktiken att alla säljställen för tobak – exempelvis kiosker och livsmedelsbutiker – skall upphöra med utomhusreklam för tobaksvaror.

Konsumentverket har också haft i uppdrag att se över reglerna kring s.k. tobaksfester. Mot bakgrund av Marknadsdomstolens dom MD 2002:29 KO mot Gallaher Sweden AB har Konsumentverket dock funnit att något behov av lagstiftning inte föreligger.