



TOBAKSFAKTA

ÖBEROENDE TANKESMEDJA

S2013/5136/FST  
Socialdepartementet  
Enheten för familj och sociala tjänster  
103 33 STOCKHOLM

# Yttrande över En väg till ökad tillsyn: marknadsföring av och e-handel med alkohol och tobak (SOU 2013:50)

Tobaksfakta – oberoende tankesmedja har inbjudits att yttra sig över rubr. betänkande och får anföra följande. Synpunkterna begränsas till de delar av betänkandet som avser tobak.

## Allmänt

Tobaksbrukets enorma skadeverkningar för folkhälsa, miljö och samhällsekonomi är kända och väl visade sedan länge. De nu gällande, av riksdagen beslutade, folkhälsomålen för tobak har "ett minskat tobaksbruk" som övergripande mål. Därutöver finns specifika etappmål (till 2014) på tobaksområdet samt en särskild s.k. ANDT-strategi som även innefattar tobaksfrågor.

Sverige har ratificerat Världshälsoorganisationens (WHO:s) tobakskonvention (Framework Convention on Tobacco Control, FCTC). Därigenom har Sverige åtagit sig att fortsätta och kraftigt förstärka sitt arbete (inkl. fortsatta lagstiftningsinsatser) för minskat tobaksbruk.

Man kan nu konstatera att de fastställda etappmålen inte kommer att uppnås. Det kan likaså konstateras att ANDT-strategin **inte** har innehållit de insatser på tobaksområdet som varit erforderliga för att etappmålen skulle kunna uppnås. Inte heller de åtgärder som den nu aktuella utredningen (med de begränsningar som utredningsdirektiven medfört) föreslår, kan förväntas ge något betydande bidrag till måluppfyllelsen. Vi efterlyser därför en mer kraftfull, allsidig och effektiv tobakspolitik, i enlighet med WHO:s tobakskonvention. Först därmed blir det möjligt att förverkliga de mål och insatser som Sverige redan har åtagit sig att uppnå.

## Utredningens förslag

Tobaksfakta tillstyrker de förslag som utredningen lämnat betr. tillsynen över marknadsföring av och e-handel med tobak. Åtgärderna framstår dock som otillräckliga mot bakgrund av utredningens beskrivning av hur marknadsföringen i elektroniska medier utvecklas.

Förändringarna måste också åtföljas av adekvata instruktioner och adekvat resurstilldelning för de myndigheter som ska utföra tillsynen. Tobaksfakta befarar att den förändring som f.n. pågår gällande myndighetsstrukturen på folkhälsoområdet, kommer att medföra att tillsynen (liksom andra insatser för folkhälsan) försvagas, åtminstone temporärt. Regeringen bör noggrant följa hur tobaksarbetet utvecklas

under förändringsperioden, och vidta alla lämpliga åtgärder, både för att säkerställa att myndigheternas arbete inte påtagligt försvagas, och för att ge andra parter i arbetet, däribland den ideella sektorn, förbättrade förutsättningar att verka.

### **Utredningens iakttagelser i övrigt**

I anslutning till de iakttagelser och förslag som utredningen redovisar, vill Tobaksfakta också föra fram ytterligare förslag till insatser mot tobaken. Förslagen har sin grund såväl i de svenska folkhälsomålen som i Sveriges åtaganden enligt WHO:s tobakskonvention.

Utredningens kartläggning av marknadsföringen av tobak visar (avsnitt 11.2.2), "att cigarettpaketens, tobakspaketens och snusdosornas design i dag används för att attrahera kunder och för att rikta in marknadsföringen mot bestämda målgrupper", inte minst ungdomar och unga kvinnor. Utredningen noterar även att "tobaksförpackningarnas spridning erbjuder goda möjligheter till marknadsföring även utanför säljstället".

Det finns således tungt vägande skäl att ytterligare reglera förpackningarnas utseende och utformning. Det gäller inte bara färger, logotyper o. dyl. utan även själva förpackningens form. Dessa frågor behandlas f.n. inom ramen för den pågående revideringen av EU:s tobaksprodukt direktiv. Såvitt nu kan bedömas, kan det kommande reviderade direktivet förväntas förbjuda särskilt påfallande förpackningsutformningar (t.ex. runda paket som påminner om godis- eller kosmetikaförpackningar). Andra marknadsföringsknep, t.ex. "slim-cigarett", kan dock komma att förbli tillåtna.

Det nya tobaksprodukt direktivet förväntas leda till att varningstexter, inkl. varningsbilder, upptar en större del av förpackningen än f.n. Betydande utrymme kommer dock att finnas kvar för förpackningsreklam. Själva förpackningarna kan självfallet inte förbjudas, men det vore av stort värde att införa s.k. exponeringsförbud, dvs. att förpackningarna inte får exponeras på säljstället så att de attraherar barn och ungdomar eller överhuvud taget kunder som inte redan är tobakskonsumenter (inkl. kunder som försöker sluta med tobak).

I syfte att ytterligare förhindra marknadsföring utanför säljstället, bör själva förpackningsdesignen också göras så neutral som möjligt. Detta kan ske genom regler om standardiserade paket.

E-handeln med cigaretter innefattar idag omfattande marknadsföring av s.k. e-cigarett. Sådana varor är ännu till stor del helt oreglerade. Läke medelsverket har utfärdat förbud (vid vite) mot försäljning av e-cigarett med nikotin, men detta har överklagats till Förvaltningsdomstolen, och fortsatt försäljning tillåts i avvaktan på dom.

### **Skärpt tobakspolitik**

Mot denna bakgrund föreslår Tobaksfakta att Sverige nu tar tillfället i akt att genomföra insatser mot tobaksbruket utöver vad utredningen föreslagit. En del av de åtgärder som nämnts (större hälsovarningar inkl. bilder på paketen, reglering av e-cigarett) bereds redan inom ramen för arbetet på ett nytt tobaksprodukt direktiv inom EU. Sverige bör i detta arbete eftersträva att direktivet blir så kraftfullt och effektivt som möjligt. Detta gäller även andra delar av direktivet, t.ex. förbud mot vissa smakämnen.

Andra åtgärder (neutrala paket, exponeringsförbud) kommer troligen inte att införas (men heller inte förhindras) av ett nytt EU-direktiv. De har redan införts i en del andra länder, både inom och utanför EU. Sverige bör på nationell nivå genomföra sådana skärpta insatser. Detta bör även innefatta en reglering av smaktillsatser i snus, som troligen inte kommer att ingå i EU-direktivet. Kontroll av tillsatser är en viktig åtgärd för att minska tobaksdebuter bland barn och unga. Idag tillsätter tobaksbolagen i sina produkter ämnen som såväl förstärker nikotinets effekter som gör produkterna mer smakliga och attraktiva.



Det är snart 30 år sedan den stora, vetenskapligt förankrade Cancerkommittén år 1984 krävde krafttag mot tobaksbruket. Kommittén utgick ifrån att rökningen inom några decennier skulle ha upphört; varje annan utveckling i ett modernt samhälle vore, enligt kommittén, ett misslyckande. Under de följande två decennierna skedde också en avsevärd förstärkning av tobakspolitiken. Efter år 2005, då serveringslokaler gjordes rökfria, har dock inga större nya initiativ tagits, trots att opinionsundersökningar visar att befolkningen efterfrågar sådana. I en färsk opinionsundersökning som genomförts av Tobaksfakta (november 2013), framgick att hela 83 procent av den svenska allmänheten anser det angeläget att det införs en lag som förbjuder exponering av tobak på försäljningsställen.

Det är hög tid att åter ställa upp målet om ett rökfritt Sverige, gärna till 2025. Andra länder i vår närhet har redan ställt upp detta slags mål. Hur de kan förverkligas, framgår av WHO:s tobakskonvention. Att sådana insatser förverkligas, är ett åtagande Sverige gjort genom att ratificera konventionen. Det är dags att gå från ord till handling.



Göran Boëthius

Ordförande Tobaksfakta – oberoende tankesmedja

[boethius@tobaksfakta.se](mailto:boethius@tobaksfakta.se)

