

Konsekvensutredning

Revidering av allmänna råd för marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare till konsumenter

1. Beskrivning av problemet och vad man vill uppnå

Syftet med de allmänna råden är att precisera hur marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare får ske samt att främja en enhetlig tillämpning av reglerna för marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare. Att samla rättskällor som lagtext, domstolspraxis och förarbetsuttalanden samt ge uttryck för Konsumentverkets egen tolkning av lagstiftningen i ett dokument bör förenkla för aktörerna att få tillgång till och förstå reglerna.

Konsumentverkets nuvarande allmänna råd för marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare trädde i kraft 1 januari 2020. Nya regler om marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare inne på fysiska försäljningsställen har nu införts i lag (2018:2088) om tobak och liknande produkter och trädde i kraft 1 augusti 2022. Den största förändringen är att det nu finns ett särskilt måttfullhetskrav som omfattar kommersiella meddelanden inne på fysiska försäljningsställen för elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare. Därutöver har praxis från Patent- och marknadsöverdomstolen, som berör marknadsföring av aktuella produkter inom informationssamhällets tjänster (på internet), tillkommit.

Vidare behöver strukturen för de allmänna råden omarbetas i syfte att följa den struktur som framöver kommer att vara gemensam för samtliga av myndighetens allmänna råd. Den nya strukturen innebär att en så kallad beslutspromemoria innehållande bland annat kommentarer till de allmänna råden skapas. Beslutspromemorian publiceras inte i författningssamlingen. Syftet med införandet av en beslutspromemoria är att kunna lämna ytterligare vägledning och öka förståelsen för de allmänna råden samtidigt som innehållet i de allmänna råden renodlas. Det är även Konsumentverkets bedömning att vissa textavsnitt behöver omformuleras och flyttas, primärt i syfte att tydliggöra dem och öka tillgängligheten för läsaren.

Mot denna bakgrund är det Konsumentverkets uppfattning att KOVFS 2019:2 behöver revideras.

2. Beskrivning av alternativa lösningar för det man vill uppnå och vilka effekterna blir om någon reglering inte kommer till stånd

En alternativ lösning till allmänna råd kan vara att ha sammanfattande information på Konsumentverkets webbplats. Konsumentverket bedömer emellertid inte att information på en webbplats får samma genomslagskraft som allmänna råd samlade i ett dokument. Att enbart ha information på en webbplats riskerar även att skapa osäkerhet om innehållets ställning och betydelse.

3. Uppgifter om vilka som berörs av regleringen

Näringsliv och aktörer som marknadsför elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare mot konsumenter, i synnerhet aktörer som bedriver e-handel.

4. Uppgifter om kostnadsmässiga och andra konsekvenser regleringen medför och en jämförelse av konsekvenserna för de övervägda regleringsalternativen

De allmänna råden bör innebära besparingar eftersom förenklad tillgänglighet till regler och information om gällande rättsläge torde innebära att företag och tillsynsmyndigheter behöver lägga ned mindre tid inklusive kostnader på att själva utreda rättsläget och tolka lagstiftningen.

5. Bedömning av om regleringen överensstämmer med eller går utöver de skyldigheter som följer av Sveriges anslutning till Europeiska unionen

Konsumentverket bedömer att regleringen överensstämmer med de skyldigheter som följer av Sveriges anslutning till Europeiska unionen. Konsumentverkets allmänna råd knyter an till lag (2018:2088) om tobak och liknande produkter som genomför tobaksproduktdirektivets (2014/40/EU) bestämmelser om elektroniska cigaretter m.m.

6. Bedömning av om särskilda hänsyn behöver tas när det gäller tidpunkten för ikraftträdande och om det finns behov av speciella informationsinsatser

Inga särskilda hänsyn behöver tas för tidpunkten för ikraftträdande utöver att det bör ske skyndsamt mot bakgrund att nya lagbestämmelser varit i kraft sedan augusti 2022. Råden bör därför träda i kraft i nära anslutning till att de slutligt beslutats och inte senare än under andra kvartalet 2025.

Konsumentverket avser att efter rådets färdigställande informera om och publicera de allmänna råden på myndighetens webbplats samt skicka ut information till branschorganisationer och andra berörda parter.

7. Beskrivning av antalet företag som berörs, vilka branscher företagen är verksamma i samt storleken på företagen

Samtliga aktörer som marknadsför elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare inom informationssamhällets tjänster (på internet), i periodiska skrifter eller jämförbara skrifter eller genom radio- och tv-sändningar m.m. samt genom sponsring kommer att beröras. Konsumentverkets bedömning är att branschen primärt består av små till medelstora aktörer.

8. Beskrivning av vilken tidsåtgång regleringen kan föra med sig för företagen och vad regleringen innebär för företagens administrativa kostnader

De allmänna råden bör innebära tidsbesparingar då förenklad tillgänglighet till regler och information om gällande rättsläge bör innebära att näringsliv behöver lägga ned mindre tid på att själva utreda rättsläget och tolka lagstiftningen.

9. Beskrivning av vilka andra kostnader den föreslagna regleringen medför för företagen och vilka ändringar i verksamheten företagen kan behöva vidta till följd av den föreslagna regleringen

De allmänna råden bedöms inte medföra några extra kostnader eller kräva ändringar i företagens verksamhet utöver de som redan följer av gällande lagstiftning.

10. Beskrivning av i vilken utsträckning regleringen kan komma att påverka konkurrensförhållandena för företagen

Ökad tillgänglighet till regler torde medföra att färre företag på grund av okunskap eller liknande inte följer regleringen vilket i sin tur bör leda till konkurrens på lika villkor.

11. Beskrivning av hur regleringen i andra avseenden kan komma att påverka företagen

Konsumentverket bedömer inte att regleringen kommer att påverka företagen i andra avseenden.

12. Beskrivning av om särskilda hänsyn behöver tas till små företag vid reglernas utformning

Konsumentverket bedömer att det inte är nödvändigt att ta särskild hänsyn till små företag.

13. Kontaktpersoner

Emma Hedge: emma.hedge@konsumentverket.se

Josefin Holmberg: josefin.holmberg@konsumentverket.se

Linda Halvarsson: linda.halvarsson@konsumentverket.se