

Diarienummer: dnr 2023/1005

Inskickat: 2024-05-10

Ansvarig tjänsteman: Mona Lauermann Orheden

Från:

Svensk Dagligvaruhandel

Till:

Konsumentverket

Konsumentverket@konsumentverket.se

Rättsakkunnig Emma Hedge

emma.hedge@konsumentverket.se

Revidering av Konsumentverkets allmänna råd för marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter (KOVFS 2019:3)

Svensk Dagligvaruhandel är branschorganisationen för dagligvaruhandeln i Sverige. Våra medlemsföretag är Axfood AB, City Gross AB, Coop Sverige AB, ICA Sverige AB, Lidl Sverige KB och Livsmedelshandlarna. Tillsammans står vi för drygt 95 procent av dagligvaruhandeln i Sverige, med butiker över hela landet. Dagligvaruhandeln sysselsätter runt 100 000 personer, varav en tredjedel är unga (15-24 år).

Svensk Dagligvaruhandels remissvar

Svensk Dagligvaruhandel tackar för möjligheten att inkomma med synpunkter på revidering av Konsumentverkets allmänna råd för marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter (KOVFS 2019:3).

Svensk Dagligvaruhandel första synpunkt gäller belysning i tobak- och tobaksfri nikotinprodukters utrustning/skåp. Vi önskar att det tydligt framgår av de allmänna råden att belysning i utrustning avsedd för tobaksvaror är tillåten. Idag tillåter vissa kommuner belysning, medan andra kommuner inte tillåter det med argument om att belysningen betraktas som otillåten marknadsföring.

Förvaring i kylar och skåp medför normalt begränsade möjligheter att se de produkter som tillhandahålls i utrymmet, i jämförelse med de varor som ligger öppet i butiken, eftersom de inte i lika hög grad nås av belysning från taken. Belysningen inuti sådana utrymmen kan därmed sägas fylla en särskiljande funktion på så vis att konsumenten får möjlighet att se och skilja mellan de olika tobaksvarorna. Belysningen är även av vikt för personalens arbetsmiljö.

Det har kommit flera rättsfall där domstolen slagit fast att belysning i utrustningen för tobak och nikotinfria produkter har varit tillåten, exempelvis mål nr 7070-23 från förvaltningsrätten i Göteborg. Många kommuner har trots detta fortsatt att påstå att belysningen är en otillåten marknadsföring och fortsätter att sätta avvikelser.

I ovannämnda avgörande ansåg domstolen dels att belysning i snuskyl och cigarettskåp inte utgör marknadsföring som är att anse som påträngande, uppsökande eller uppmanar till bruk av tobaksvaror, dels att en ”upplyst skylt” ovanför snuskynen inte heller är att betrakta som otillåten marknadsföring. Svensk Dagligvaruhandels ståndpunkt är att belysning dvs upplyst skylt över skåpen ska vara tillåten och att Konsumentverket bekräftar det i de allmänna råden.

Svensk Dagligvaruhandeln andra synpunkt gäller pris-och varulistor på digitala skärmar, där vi välkomnar ett klargörande. Sammanfattningsvis har olika kommuner fått en väldigt skild uppfattning om rättsläget om användandet av digitala skärmar. Det sätt som vissa kommuner på tveksamma grunder - väljer att tolka rättsläget, innebär i praktiken ett totalförbud mot digitala skärmar vilket får stora konsekvenser för branschen.

En del kommuner anser att all digital information är uppseende väckande och således otillåten marknadsföring, och därmed otillåten, även om det endast är prisuppgifter som visas på en digital skärm. Flertal kommuner har vid tillsynsbesök hos detaljhandlare framfört att användandet av digitala skärmar vid marknadsföring av tobaksvaror är otillåten – inklusive pris-och varulistor – och att de följaktligen ska släckas/stängas av. Ofta framförs varken någon grund eller hänvisning till lagtext till stöd för denna tolkning. Flertal kommuner menar att användandet av digitala skärmar har avsevärt begränsats genom dom av den 14 januari 2020 från kammarrätten i Göteborg, mål nr 2210-18. Denna inställning har i vissa av dessa kommuner omöjliggjort användandet av digitala skärmar och därmed i praktiken resulterat i ett bildskärmsförbud. Kommunernas tolkning av domen är dock inte korrekt och kommunernas inställning resulterar i funktionen att förhindra användandet av digitala skärmar och inte att förhindra otillåten marknadsföring av tobaksvaror. LTLP har bland annat till syfte att skydda konsumenter mot hälsorisker som är förbundna med bruk av tobak. Svensk Dagligvaruhandel ställer sig frågande till på vilket sätt konsumenters rätt till prisinformation enligt prisinformationslagen (2004:347) riskerar att vara skadligt för folkhälsan bara för det faktum att det visas på en digital skärm.

Vi anser att butiker måste kunna få visa prisuppgifter på en digital skärm utan att det ska vara uppseende väckande reklam dvs otillåten marknadsföring. Det vore därför mycket önskvärt med uppdaterad vägledning där ett tydligt ställningstagande fastställs angående användandet av digitala skärmar.

Svensk Dagligvaruhandel anser att digitala displayer ska vara tillåtna då butikerna allt mer går över till digitala system för prisinformation till konsumenterna.

Vår tredje synpunkt rör helhetsbedömning. Inspektören ska göra en helhetsbedömning enligt de allmänna råden. Identisk utrustning i en liten butik väcker ofta större uppmärksamhet jämfört med vad den gör i en större butik. Vi tycker att detta bör bedömas på ett likvärdigt sätt oavsett butikens storlek och karaktär. Vi efterfrågar ett förtydligande i de allmänna råden.

Slutligen ser vi en risk med att det fortsatt kommer finnas utrymme för kommunala lokala tolkningar. Vår önskan är att det blir så tydligt som möjligt i de allmänna råden om vad det är som gäller. Här skulle vi gärna se att de allmänna råden kompletteras med konkreta exempel i dokumentet.

Med vänliga hälsningar

Mona Lauermann Orheden