

Handläggare

Daniel Björkegren, Anette
Petersson
Telefon: 08-508 24 024, 08-508
24 420

Till

Skärholmens stadsdelsnämnd

Remissvar angående betänkande - en väg till ökad tillsyn (SOU 2013:50)

Förvaltningens förslag till beslut

1. Skärholmens stadsdelsnämnd godkänner detta remissvar
2. Omedelbar justering
3. Remissvaret skickas till socialroteln i digital form, e-post: RVII-remissvar@stockholm.se, ange ärenderubrik KS 001-1318/2013 och till KF/KS kansli i pappersform, adress: KF/KS kansli, Stadshuset, 105 35 Stockholm

Kerstin Sandström
Stadsdelsdirektör

Britt Karlsson
Avdelningschef

Sammanfattning

En remiss har inkommit till Skärholmens stadsdelsnämnd. Den gäller ”Betänkande – En väg till ökad tillsyn (SOU 2013:50)”. Den statliga utredningen behandlar marknadsföring av alkohol och tobak samt e-handel och hemleverans av alkoholdrycker. Utredningen slår fast att marknadsföringen har blivit mer intensiv de senaste åren och att sociala medier har blivit ett dominerande inslag i den. Detta är problematiskt eftersom barn och ungdomar är överrepresenterade i dessa medier. Förslagen som utredningen lämnar omfattar bland annat att kommunerna ska ha tillsynsansvar över e-handel med alkoholdrycker. Förvaltningen delar bilden av att marknadsföringen förändrats och instämmer i att barn och ungdomar inte ska behöva utsättas för sådan marknadsföring. Förvaltningen önskar även tydligare riktlinjer från ansvarig statlig myndighet vad gäller marknadsföring av tobaksvaror hos återförsäljare. Förvaltningen ställer sig till största delen positiv till förslagen om tillsyn och kontrollköp men ser ett antal svårigheter med den praktiska utformningen av sådan tillsyn.

Bakgrund

En remiss har inkommit till Skärholmens stadsdelsnämnd. Den gäller ”Betänkande – En väg till ökad tillsyn (SOU 2013:50)”. Den statliga utredningen behandlar marknadsföring av alkohol och tobak samt e-handel och hemleverans av alkoholdrycker. Uppdraget utredningen hade var att föreslå åtgärder som kan bidra till en effektivare tillsyn av reglerna om marknadsföring samt lämna förslag om hur tillsyn av e-handel och hemleverans av alkoholdrycker – utifrån gällande regler – ska bedrivas och hur ålderskontrollen i samband med sådan handel ska säkerställas.

Den kartläggning av marknadsföring som gjorts i utredningen visar att det har skett en stor ökning av alkoholrelaterad reklam under de senaste åren. Det framkommer även att marknadsföringen har bytt skepnad och tagits vidare till de sociala medierna. Utredningen kommer fram till att det finns anledning att ifrågasätta motiven bakom en sådan inriktning då barn och ungdomar är överrepresenterade i dessa medier och ifrågasätter lagligheten kring sådan marknadsföring. Det konstateras att möjligheterna till riktad marknadsföring är mycket större och detta försvårar tillsynsmyndigheternas arbete, vilket ställer högre krav på de konsumenter som vill anmäla sådant de anser är otillbörligt.

Utredningen anser att den nuvarande fördelningen av tillsyn gällande marknadsföring inte behöver förändras i grunden, men föreslår att ansvaret för tobaksförpackningarnas utseende ska överföras till Statens folkhälsoinstitut, där kommunen kommer att fortsätta att genomföra den operativa tillsynen.

Utredningen föreslår även att Konsumentombudsmannen (KO) ska få ökade möjligheter att snabbt ingripa och kunna besluta om ett vitessanktionerat förbud utan att först väcka talan i Marknadsdomstolen, något KO behöver göra idag.

Utredningen lämnar ett förslag till större sanktionsmöjligheter utifrån den skyddsregel som finns idag kring marknadsföring riktad mot barn och ungdomar.

De regler som finns för annonser för alkoholhaltiga drycker i tryckta skrifter föreslås gälla tidningar som ges ut på internet.

Verksamheter som levererar alkoholdrycker till privatpersoner föreslås bli ansvariga för att anmäla detta och krav på egenkontroll ska knytas till denna anmälningsplikt. Utredningen föreslår att den operativa tillsynen av hemleverans av alkoholhaltiga drycker ska utföras av kommunerna. Utredningen öppnar även för kontrollköp av leveranserna där personalen ska förvissa sig om kundens ålder.

Provköpen får genomföras utan att näringsidkaren meddelas i förväg, men ska snarast efter genomfört köp underrättas.

Utredningen bedömer inte att detta kommer att belasta kommunernas resurser i större omfattning än att tillsynen kan finansieras med tillsynsavgifter. Därför bedömer utredningen att ingen grund för resurstillskott till kommunerna föreligger.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts av avdelningen Förskola och fritid där tillsynsansvaret för tobak och folköl ligger.

Förvaltningens synpunkter och förslag

Förvaltningen instämmer i att marknadsföringen kring alkoholhaltiga drycker och tobak har intensifierats och har ändrat skepnad. Mycket av marknadsföringen sker idag på internet och sociala medier där den kan riktas individuellt beroende på vilka sökord eller webbsidor som användaren tidigare använt eller besökt. Detta ställer, som utredningen säger, större krav på den enskilde konsumenten och gör det svårare för kommunerna att komma åt marknadsföring som kan anses vara otillbörlig. Förvaltningen anser att barn och ungdomar inte ska utsättas för alkohol- eller tobaksreklam i någon form och ser en stor problematik i den utveckling som sker.

Vad gäller ansvarsfördelningen av tillsyn kring marknadsföringen i fysiska butiker har förvaltningen ingen åsikt kring var huvudansvaret ligger. Däremot önskar förvaltningen tydligare riktlinjer kring vad som anses vara aggressiv marknadsföring, något som idag är mycket oklart och som med stor sannolikhet bedöms olika i landet. En ansvarig myndighet skulle kunna få i uppgift att upprätta riktlinjer kring vad tillsynsansvariga särskilt bör uppmärksamma eller en nationell kunskapsbank där olika beslut och exempel publiceras. Detta skulle främja en likvärdig bedömning av marknadsföringen över hela landet.

Förvaltningen anser att det är positivt att KO för större möjligheter att agera på marknadsföring som strider mot marknadsföringslagen, men undrar hur ett vitessanktionerat försäljningsförbud kommer att meddelas och följas upp. Ansvarig myndighet, i det här fallet KO, måste se till att relevanta parter meddelas så att besluten kan verkställas och följas upp.

Gällande överträdelser av skyddsregeln kring marknadsföring riktad mot barn och ungdomar, anser förvaltningen att det är oklart vem som ska administrera och bevaka den marknadsföring som sker.

Förvaltningen anser att det skickar fel signaler att jämställa tillsynen kring e-handel med alkoholhaltiga drycker med tillsynen över detaljhandeln med folköl. Den är att jämställa med den tillsyn som kommunen bedriver gällande serveringstillstånd, eftersom den innefattar drycker med större volymprocent än folköl. Därför bör tillsynen med e-handel av alkoholhaltiga drycker närmast jämföras med arbetet med serveringstillstånd.

Förvaltningen välkomnar även det förslag som läggs gällande kontrollköp, men vill samtidigt se att det även införs för tillsyn över tobaksvaror och folköl. Det finns några aspekter som behöver utredas innan kontrollköp kan genomföras och en är frågan om ansvarsfördelning. Ska ansvaret ligga på den kommun som verksamheten befinner sig i? Hur ser ansvaret ut om verksamheten anlitar budfirmor som befinner sig i andra kommuner? Hur ser ansvaret ut om verksamheten har sin bas utomlands? Förvaltningen vill också se ett förtydligande till hur kontrollen ska ske i praktiken. Det bör bland annat förtydligas till vem som leveranserna för kontrollköp ska skickas. Ska kommunerna använda egen personals hemadress eller ska privatpersoner involveras? Båda lösningarna har arbetsmiljöaspekter kring säkerhet som måste beaktas. Kontrollen bör även innefatta ytterligare aspekter än ålderskontroll. Leverans bör inte ske till personer som är berusade eller när langning till minderåriga personer misstänks. Detta behöver förtydligas och bli en självklar del av tillsynen. Kontrollköpen som kommunerna skulle utföra bör omfatta alla aktörer inom kommunens gränser, inklusive Systembolaget AB:s hemleveranser.

Bilagor

- 1 Betänkande – En väg till ökad tillsyn (SOU 2013:50), sammanfattning.