

Konsekvensutredning

Revidering av allmänna råd för marknadsföring av alkoholdryck till konsumenter

1. Beskrivning av problemet och vad som vill uppnås

Syftet med Konsumentverkets nu gällande allmänna råd för marknadsföring av alkoholdryck till konsumenter (KOVFS 2016:1) är att precisera hur marknadsföring av alkoholdryck får ske samt att främja en enhetlig tillämpning av reglerna för marknadsföring av alkoholdryck. Att samla rättskällor som lagtext, domstolspraxis, förarbetsuttalanden och i viss mån ge uttryck för Konsumentverket/Konsumentombudsmannens egen tolkning av lagstiftningen i ett dokument bör förenkla för aktörerna att få tillgång till och förstå reglerna.

Sedan den senaste revideringen har ny domstolspraxis tillkommit på området. Marknadsföringsbestämmelserna i alkohollagen har (med några undantag) utvidgats till att även omfatta alkoholdrycksliknande preparat. Vidare behöver strukturen för de allmänna råden göras om i syfte att följa den nya strukturen som är gemensam för samtliga av myndighetens allmänna råd på folkhälsoområdet. Den nya strukturen innehåller dels allmänna råd, dels kommentarer. Syftet med införandet av kommentarer är att kunna lämna ytterligare vägledning och öka förståelsen för de allmänna råden. Därutöver är det Konsumentverkets bedömning att vissa textavsnitt i viss mån behöver omformuleras och flyttas, primärt i syfte att tydliggöra dem och öka tillgängligheten för läsaren.

Mot den bakgrunden är det Konsumentverkets bedömning att KOVFS 2016:1 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 dock

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 (tillverkare, grossister och detaljister) samt lokala tillsynsmyndigheter (kommuner).

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

Precis som nu gällande allmänna råd bör de reviderade allmänna råden innebära besparingar eftersom en förenklad tillgänglighet till regler och information om gällande rättsläge bör innebära att näringsliv och tillsynsmyndigheter behöver lägga ned mindre tid 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

Regleringen går utöver de skyldigheter som följer av Sveriges anslutning till Europeiska unionen. Konsumentverkets allmänna råd knyter an till den svenska alkohollagstiftningen. De allmänna råden syftar till att precisera innebörden av särskild måttfullhet i alkohollagen och att främja en enhetlig tillämpning av reglerna för marknadsföring av alkoholdryck. Alkohollagstiftningen är inte harmoniserad inom EU. Sverige har restriktivare regler än många andra medlemsstater. Den restriktiva alkohollagstiftningen är dock motiverad med hänsyn till skydd för människors hälsa och liv.

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

Det bedöms inte vara nödvändigt att ta någon särskild hänsyn till tidpunkten för ikraftträdande.

Konsumentverket avser att efter färdigställande informera om och publicera de reviderade 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 tillverkare av alkoholdryck, grossister, detaljister och andra tillståndshavare enligt alkohollagen.

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

Precis som nu gällande allmänna råd bör de reviderade råden innebära tidsbesparingar då förenklad tillgänglighet till regler och information om gällande rättsläge bör innebära att näringsliv och tillsynsmyndigheter 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

Revideringen bedöms inte medföra några extra kostnader eller kräva ändringar i företagens verksamhet jämfört med tidigare.

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 054-19 40 53

Josefin Holmberg: josefin.holmberg@konsumentverket.se 054-19 40 45