

Konsumentverket  
Box 48  
651 02 Karlstad

Stockholm

2019-06-27

Dnr

2019/731

## **Revidering av Konsumentverkets allmänna råd för marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter (KOVFS 2009:7)**

Företagarna har beretts möjlighet att inkomma med synpunkter på Konsumentverkets förslag till reviderade råd för marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter. Här följer våra synpunkter.

Allmänna råd har stor praktisk betydelse för marknadsaktörer trots att de enbart utgör rekommendationer. Det är därför av vikt att utformningen av allmänna råd görs utifrån gällande lagstiftning och normhierarki.

Konsumentverket har i sin definitions katalog under punkten 1.3 angett att med försäljningsställe avses ett fysiskt försäljningsställe, vilket inte framgår av den nya tobakslagen som träder i kraft den 1 juli 2019, lag (2018:2088) om tobak och liknande produkter (nya Tobakslagen). Definitionen av försäljningsställe bidrar till en striktare reglering än vad som avses av lagstiftaren och bidrar till en inskränkning av näringsfriheten. Detta blir särskilt tydligt under avsnitt 3 ”Marknadsföring på internet”.

Lagregeln om marknadsföring av tobak genom kommersiella meddelanden i 4 kap. 2 § 1 st. p. 3 i nya Tobakslagen förbjuder inte kommersiella meddelanden på internet. Konsumentverkets förslag till allmänna råd om marknadsföring på internet skapar därför i praktiken ett förbud mot kommersiella meddelanden på e-handelsaktörers hemsidor. På detta sätt diskrimineras e-handelsaktörer gentemot aktörer med fysiskt försäljningsställe.

Som angetts i Konsumentverkets konsekvensutredning har rättsläget gällande marknadsföring av tobaksvaror på internet under en lång tid varit oklar. Regeringen avser därför att återkomma till riksdagen i frågan. Företagarna anser dock att fram tills att rättsläget klarnat så ska inte e-handel diskrimineras i förhållande till aktörer med fysiskt försäljningsställe.

Patrik Nilsson

Samhällspolitisk chef

Företagarna

Magnus Johansson

Konkurrens- och upphandlingsexpert

Företagarna