



Svenska  
Läkaresällskapet

2013-11-26

Socialdepartementet

103 33 Stockholm

**Remissvar ” Betänkande av Utredningen om tillsyn av marknadsföring  
och e-handel med alkoholdrycker m.m.” , SOU 2013:50**

Svenska Läkaresällskapet (SLS) är en politiskt och fackligt obunden organisation som arbetar för förbättrad hälsa och sjukvård med patientens bästa i fokus.

Svensk förening för beroendemedicin har lämnat synpunkter på betänkande av Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m, SOU 2013:50.

Svenska Läkaresällskapet ställer sig bakom detta yttrande.

Se bifogad bilaga.

För Svenska Läkaresällskapet

Stockholm den 26 november 2013

*Peter Friberg*  
Ordförande

Svensk förening för beroendemedicin  
20 november 2013

Svensk förening för beroendemedicin önskar lämna följande synpunkter på betänkandet från Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. (SOU 2013:50).

## E-HANDEL MED ALKOHOL I SVERIGE

Det har idag vuxit upp många företag som bedriver förtäckt detaljhandel med alkohol. Ofta sker mycket av försäljningsverksamheten i Sverige, det är egentligen bara varorna som sägs finnas utomlands. En ny stor aktör är City-Gross som tar upp beställning, tar betalt och levererar alkohol tillsammans med sina matkassar. Senast i raden är städföretaget The Clintons i Stockholm som erbjuder vinleveranser som tilläggstjänst.

Antalet aktörer som registrerar sig hos svenska skattemyndigheter har ökat från 21 stycken 2008 till 78 år 2012 och uppges idag vara över 90 stycken. Försäljningen har mer än tiodubblats mellan 2008 och 2012 enligt inbetalningarna till Skatteverket. Till detta ska läggas de aktörer som inte finns registrerade hos Skatteverket där vi vet mycket lite om antal och försäljningsvolym.

Det stora problemet är för närvarande inte hur mycket som säljs – även om detta kan bli ett problem på sikt – utan att verksamheten undergräver detaljhandelsmonopolet. Grundprincipen i svensk alkoholpolitik är att alkoholen medför så stora skador att marknadskrafterna som vinstintresse och konkurrens ska hållas borta från handeln med alkohol. E-handlarna och deras svenska försäljningsverksamhet hotar att undergräva monopolet EU-rättsligt om inte den svenska lagstiftningen tydliggörs och stoppar verksamheten. Dessutom undergrävs monopolet i allmänhetens ögon. Flera e-handlare beskriver sig själva som direkta konkurrenter till Systembolaget.

Det är inte EU-domstolen som kräver att dessa aktörer ska få sälja i Sverige. Domstolen sa i den så kallade Rosengrendomen att personer i Sverige måste få rätt att importera alkoholdrycker själva, men att Sverige hade rätt att ha kvar Systembolagets detaljhandelsmonopol. Norge och Finland har förtydligat sina lagstiftningar så att privatimport är möjlig men förmedling och försäljning är förbjuden. Där har man därför inte samma problem som i Sverige med kommersiell detaljhandelsliknande försäljning av alkohol.

### Utredningens direktiv

Utredningen har fått snäva direktiv, dels att titta på tillsyn av alkohol- och tobaksreklam, men inte att föreslå ändringar i lagstiftningen, och dels att föreslå regler för tillsyn av e-handel, men inte föreslå ändringar i lagstiftningen.

### Utredningens förslag

Utredningen konstaterar att man inte kan utforma en tillsyn för en verksamhet som inte är laglig och att lagen idag är oklar. Utredningen konstaterar också att det finns skäl att se över alkohollagstiftningen för att förtydliga vad lagstiftaren menar ska vara tillåtet som privatimport av alkohol. Utredningen konstaterar också och att en reglerad tillsyn kan ses som en legitimering av e-handlarnas verksamhet. Utredningen väljer ändå att föreslå en sådan, med hänvisning till det uppdrag man har fått och att utredningen bedömer att någon form av distanshandel inom ramen för Rosengrendomen kommer att tillåtas även i framtiden.

Utredningen föreslår en anmälningsplikt för transportföretag som levererar alkoholdrycker och att företagen ska ha ett system för egenkontroll av till exempel upprätthållandet av åldersregler. Anmälan ska göras till den kommun där företag är etablerat eller, om etablering i Sverige saknas, till Stockholms kommun. Tillsynsmyndigheten ska få göra kontrollköp. Utredningen föreslår också att alkohollagens förbud mot att lämna ut alkoholdrycker till personer under 20 år kompletteras med att det också ska vara förbjudet att leverera alkoholdrycker till sådana personer.

### Inget vinstintresse i detaljhandeln med alkohol

Alkohol är inte en vara där säljarens intresse att öka försäljningen ger goda samhällseffekter. Alkoholens risker, till skillnad från vanliga varor som bröd och böcker, är så omfattande att den drivkraft för ökad konsumtion som ett privat vinstintresse innebär, medför negativa konsekvenser för enskilda och samhället. Detta har legat till grund för svensk alkoholpolitik och är en av de viktigaste orsakerna till att politiken har varit framgångsrik (den så kallade desintresseringsprincipen).

Att inte ingripa mot kommersiell förmedling och försäljning av alkoholdrycker i Sverige innebär att principen om avsaknad av vinstintresse vid försäljning av alkohol till konsument undergrävs. Eftersom det krävs ett monopol för att sälja alkoholdrycker utan vinstintresse innebär den kommersiella förmedlingsverksamheten att monopolet undergrävs både politiskt och EU-rättsligt. EU-rätten kräver att den alkoholpolitiska regleringen i Sverige på ett sammanhängande och systematiskt sätt uppfyller syftet att skydda folkhälsan mot alkoholens skadeverkningar.

### I Norge och Finland är förmedling och försäljning från e-handlare förbjuden

I Finland är det enligt lag förbjudet att förmedla alkohol mot betalning. Lagstiftningen ger således inget utrymme för finska vinstdrivande aktörer att sälja alkohol via nätet. Precis som i Sverige har privatpersoner i Finland rätt att privatimportera alkohol. Finland har ett tydligare regelverk än Sverige för hur detta ska gå till.

Även om Norge inte är medlem i EU omfattas man av den inre marknaden genom EES-avtalet och medlemskapet i EFTA. Fram till 2009 fanns ett förbud i Norge mot privatimport av alkohol för privatpersoner. Efter Rosengrendomen ändrades

alkohollagen så att förbudet upphörde 2009, efter att Norge hade utarbetat regler och kontrollsystem för den nya situationen. Lagändringen innebär att det i dag är tillåtet att som privatperson importera alkoholdrycker för privat bruk.

Den svenska alkohollagstiftningen behöver förtydligas i likhet med vad som har skett med det norska och finska regelverket.

Tydighet och avsaknaden av tolkningsutrymme har haft till följd att Norge och Finland inte har kommersiella näthandlare som bedriver detaljhandel. På så sätt hotas inte detaljhandelsmonopolet och den nordiska modellen för att begränsa alkoholens skadeverkningar.

Vad behövs för att näthandel med alkohol inte ska undergräva svensk alkoholpolitik och detaljhandelsmonopolet?

- En lagstiftning som slår fast att inga mellanhänder förutom transportföretag får vara inblandade i privatimport.
- Ett förbud i alkohollagen mot kommersiell förmedling av alkoholdrycker.

Alkohollagsutredningen (SOU 2009:22) lade fram ett förslag om förbud mot kommersiell förmedling av alkoholdrycker i Sverige, eftersom utredningen kom fram till att lagen var otydlig. Utredningens förslag lades aldrig fram till Riksdagen. Eftersom förslaget är remissbehandlat skulle det kunna läggas fram för Riksdagen omgående.

Vi kan nu dra lärdom av erfarenheterna från Norge och Finland. Riksdagen bör omedelbart införa alkohollagsutredningens förslag om förbud mot kommersiell förmedling av alkoholdrycker i Sverige. Det skulle stoppa en utveckling som hotar den svenska ansvarsfulla alkoholpolitiken, där Systembolagets ensamrätt är en grundbult.

## E-HANDELSUTREDNINGEN OM MARKNADSFÖRING

Utredningen beskriver att marknadsföringen av alkoholdrycker har ökat närmast lavinartat, både när det gäller volym (=reklamkostnader) och spridningsvägar. Marknadsföringen finns nu också på sociala medier och anspelar i flera fall på populära ungdomsmiljöer.

Utredningens förslag till åtgärder för att förbättra tillsynen av marknadsföringen av alkohol är ett steg i rätt riktning. Men det är särskilt viktigt:

- Att tillsynen blir initierad av tillsynsmyndigheten (istället för nu som enbart anmälningsstyrd) och mer proaktiv. Utredningen har visat att Konsumentverkets tillsynsarbete inte har fungerat tillfredsställande.
- Att begränsa marknadsföringen av alkoholdrycker ytterligare. Detta ingick inte i utredningens uppdrag. Men till exempel bör alkoholreklamreglerna göras medieneutrala, som i Norge, så att det inte är möjligt att byta medium, till exempel mellan tidningar, internet och mobiltelefoner, för att kringgå reklamagstiftningen

Norge har dessutom behållit ett generellt förbud mot alkoholreklam, ett liknande förbud som tidigare fanns i Sverige men som avskaffades efter den så kallade Gourmet-domen. Den norska högsta domstolen tolkade den rådgivande domen i EFTA-domstolen så att det norska förbudet kunde behållas, medan den svenska marknadsdomstolen 2003 drog slutsatsen av motsvarande rådgivande dom från EU-domstolen att det svenska förbudet inte längre kunde tillämpas.

Emellertid har sedan dess ytterligare forskningsrapporter visat att alkoholreklam påverkar ungdomars alkoholvanor negativt, både så att alkoholdebuten kommer tidigare och att de ungdomar som dricker, dricker mer. Det bör därför finnas underlag för att återinföra det svenska förbudet, och att överföra tillämpningen av den svenska alkohollagens bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker från marknadsdomstolen till de allmänna domstolarna, som tillämpar alkohollagens bestämmelser i övrigt.

För styrelsen i Svensk förening för beroendemedicin

Jörgen Engel  
Ordförande