



EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Bryssel den 1.8.2023
C(2023) 5384 final

Tobias Billström
Utrikesminister
Utrikesdepartementet
Arvfurstens palats
Gustav Adolfs torg 1
SE - 103 23 Stockholm

Ämne: Anmälan 2023/233/S

**Konsumentverkets allmänna råd om marknadsföring av
alkoholdrycker och alkoholdrycksliknande preparat till konsumenter**

**Synpunkter enligt artikel 5.2 i direktiv (EU) 2015/1535 av den
9 september 2015**

Herr minister,

Inom ramen för det anmälningsförfarande som fastställts i direktiv (EU) 2015/1535 ⁽¹⁾ anmälde de svenska myndigheterna den 11 maj 2023 utkastet till *Konsumentverkets allmänna råd om marknadsföring av alkoholdrycker och alkoholdrycksliknande preparat till konsumenter* (nedan kallat *det anmälda utkastet*).

Enligt anmälningsmeddelandet anknyter de allmänna råden till bestämmelser om marknadsföring av alkoholdrycker och alkoholdrycksliknande preparat till konsumenter i alkohollagen (2010:1622) samt till marknadsföringslagen (2008:486). De allmänna råden behandlar marknadsföring genom framställning i text och bild inklusive förpackningar och etiketter, kommersiella annonser i periodiska skrifter och i radio- och tv-sändningar samt marknadsföring på internet. De allmänna råden innehåller även avsnitt som behandlar särskilda marknadsföringsmetoder som exempelvis direktreklam och utomhusreklam samt säljfrämjande åtgärder som rabatter och kombinationserbjudanden. De allmänna råden syftar till att upplysa om vilka bestämmelser som kan tillämpas på marknadsföring av alkoholdrycker och alkoholhaltiga preparat samt lämna vägledning i hur dessa kan eller bör tolkas och tillämpas. I synnerhet syftar de allmänna råden till att precisera det generella kravet på särskild måttfullhet. Målsättningen är att främja en enhetlig tillämpning av marknadsföringsbestämmelserna i alkohollagen, både gentemot

¹) Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/1535 av den 9 september 2015 om ett informationsförfarande beträffande tekniska föreskrifter och beträffande föreskrifter för informationssamhällets tjänster, EUT L 241, 17.9.2015, s. 1.

verksamma branscher och lokala tillsynsmyndigheter, samt bidra till utveckling av praxis i viss riktning. Råden är inte rättsligt bindande.

Granskningen av det anmälda utkastet har resulterat i följande synpunkter från kommissionens sida.

I avsnitt 4.4 anges i de allmänna råden att "[p]unkt 4.2–4.3 omfattar inte dagligvaruhandlars webbplatser som, utöver marknadsföring för bland annat livsmedel, endast innehåller marknadsföring för folköl" (med mer än 2,25 volymprocent alkohol men som inte överstiger 3,5 volymprocent alkohol). På samma sätt anges i avsnitt 6.1 i de allmänna råden att "[s]edvanlig direktreklam från dagligvaruhandeln omfattande ett flertal olika varor, till exempel veckobrev eller liknande, får innehålla marknadsföring av folköl, under förutsättning att marknadsföringen är förenlig med kravet på särskild måttfullhet" och i avsnitt 6.4.4 att "[s]edvanligt erbjudande från dagligvaruhandeln för folköl får förekomma".

Kommissionen förstår att dessa undantag för folköl beror på den låga alkoholhalten i denna typ av öl. Det är dock oklart varför dessa undantag endast gäller öl med låg alkoholhalt men inte andra alkoholdrycker med lika låg alkoholhalt, till exempel vissa typer av cider.

Kommissionen uppmanar de svenska myndigheterna att ta hänsyn till ovanstående synpunkter.

Kommissionen erinrar vidare om att när den slutliga texten har antagits ska den överlämnas till kommissionen i enlighet med artikel 5.3 i direktiv (EU) 2015/1535.

Högaktningsfullt,

å kommissionens vägnar

Janusz WOJCIECHOWSKI
Ledamot

