



NDM

Socialdepartementet

103 33 Stockholm

s.registrator@regeringskansliet.se

s.fs@regeringskansliet.se

Stockholm den 30 april 2018

Remissyttrande över betänkandet Alkoholreklam i sociala medier m.m., (S2018/00262/FS)

NDM – Näringslivets Delegation för Marknadsrätt - är ett samarbetsorgan inom svenskt näringsliv, främst i frågor som rör konsumentpolitik och marknadsrätt. En medlemsförteckning bifogas.

NDM har inte fått betänkandet Alkoholreklam i sociala medier m.m. på remiss men vill, då förslaget om ett totalförbud av alkoholreklam i sociala medier är av stor principiell betydelse för näringslivet, yttra sig på ett övergripande plan. Vidare hänvisas till respektive remissyttrande ingivna av berörda medlemmar.

Förslaget om reklamförbud i sociala medier

NDM avstyrker förslaget att införa ett totalförbud avseende alkoholreklam i sociala medier, då det dels redan är förbjudet att rikta alkoholreklam till personer under 25 år (oaktat marknadsföringskanal), och dels då ett totalförbud inte kan anses förenligt med proportionalitetsprincipen enligt EU-rätten.



Behovet av att införa totalförbud av reklam i sociala medier

Utredningens utgångspunkt kring att barn och unga rör sig i sociala medier och där exponeras för alkoholreklam är inte korrekt och leder utredningen fel i slutsatsen av att det föreligger ett behov av ett totalförbud av alkoholreklam i sociala medier.

Barn och unga använder visserligen vissa sociala medier men det gör även vuxna människor. Att reklam förekommer i sociala medier gör den således inte i sig riktad till barn och unga och ett totalförbud kan då inte motiveras med skydd för just barn och unga. Det är redan idag förbjudet med alkoholreklam som riktas till personer under 25 år. Vidare görs typiskt sett inte alkoholreklam i de sociala medier som idag främst frekventeras av barn och unga, exempelvis WhatsApp och Snapchat. I sammanhanget måste hänsyn också tas till att sociala medier är den enda kanal där det är möjligt att blockera personer som inte har den rätta åldern för budskap från att ta emot kommunikation.

NDM anser att alkohol är en produkt som av folkhälsoskäl kräver särskild reglering. Sådan reglering finns redan idag genom såväl lagstiftning som långtgående självreglering där branschen är ansvarstagande genom rekommendationer och Alkoholgranskningsmannens funktion. Överträdelser av gällande reglering är en fråga för tillsynsmyndigheten oavsett i vilken kanal det sker.

Alkoholreklam riktad till unga är redan förbjuden. Om syftet med regleringen är att förhindra att barn och unga exponeras för återhållsam kommersiell information i sociala medier så uppkommer givetvis frågan varför det är nödvändigt och proportionerligt att även vuxna människor ska träffas av förbudet. Resultatet av införande av ett totalförbud mot alkoholreklam i sociala medier blir i princip ett förbud mot kommunikation av korrekt konsumentupplysning till människor som, i egenskap av konsument, vill ha upplysning om produkter men förvägras detta.

Sammanfattningsvis ser NDM det som ytterst problematiskt och olämpligt att mot bakgrund av direkt felaktiga antaganden föreslå en sådan ingripande åtgärd i form av ett totalförbud av en marknadsföringskanal.

Totalförbudets förenlighet med EU-rätten

I och med EU-rättens förpliktelser om fri rörlighet för varor och tjänster ifrågasätter NDM förslaget förenligt med EU-rätten. Effekten av ett totalförbud torde i praktiken innebära att regleringen stänger dörren för nya aktörer som vill kunna nå den svenska marknaden. Effekten av detta blir handelshindrande och inte minst konkurrensbegränsande.

NDM vill framhålla att det, enligt EU-domstolens praxis, krävs att ett undantag som begränsar möjligheterna att göra reklam i syfte att skydda folkhälsan måste vara dels *ändamålsenligt*, dels *nödvändigt* för att det aktuella



skyddsändamålet ska kunna uppnås och även *proportionerligt* på så vis att de inte får ha ett större handelshindrande verkan än vad som krävs för att tillgodose skyddsändamålet.

Mot bakgrund i vad som nämnts ovan om befintlig reglering och möjligheten till ökad och effektiviserad tillsyn på området anser inte NDM att förslaget om ett totalförbud mot alkoholreklam i sociala medier är förenligt med proportionalitetsprincipen.

NDM, NÄRINGSLIVETS DELEGATION FÖR MARKNADSRÄTT

Anna-Karin Strömquist
Ordförande



NDMs medlemmar

BIL Sweden

(BIL Sweden – manufacturers/importers of cars, trucks & buses)

Direkthandelns Förening

(Swedish Direct Selling Association)

Finansbolagens Förening

(Association of Swedish Finance Houses)

Företagarna

(Swedish Federation of Business Owners)

IAB Sverige

(Interactive Advertising Bureau, IAB Sweden)

Kontakta

(Swedish Contact Center Association)

Lantbrukarnas Riksförbund

(Federation of Swedish Farmers)

Läkemedelsindustriföreningen

(Swedish Association of the Pharmaceutical Industry)

Motorbranschens Riksförbund

(Swedish Association for Motor Retail Trades and Repairs)

Spelplan – ASGD (Dataspelsbranschen)

(Swedish Games Industry)

Stockholms Handelskammare

(Stockholm Chamber of Commerce)

SWEDMA

(Swedish Data & Marketing Association)

Svensk Digital Handel

(Swedish Distance Sellers (SDS))

Svensk Försäkring

(Insurance Sweden)

Svensk Handel

(Swedish Trade Federation)

Svenska Bankföreningen

(Swedish Bankers' Association)



Svenska Franchiseföreningen
(Swedish Franchise Association)

Sveriges Marknadsförbund
(Swedish Marketing Federation)

Sveriges Annonsörer
(Association of Swedish Advertisers)

Sveriges Kommunikationsbyråer
(Swedish Association of Communication Agencies)

Svenskt Näringsliv
(Confederation of Swedish Enterprise)

TidningsUtgivarna TU
(Swedish Media Publishers' Association)

Tobaksleverantörsföreningen
(Swedish Tobacco Association)

NDMs ordförande: Anna-Karin Strömqvist, Svensk Handel

NDMs vice ordförande: Tina Wahlroth, Kontakta

Adress:

NDM
c/o Föreningen Kontakta
Box 1029
171 21 Solna
Tel: 0735- 66 55 22
E-post: tina.wahlroth@kontakta.se