

Kommittédirektiv



Alkoholhaltiga preparat avsedda för
förtäring och vissa marknadsföringsfrågor

Dir.
2016:80

Beslut vid regeringssammanträde den 29 september 2016

Sammanfattning

I syfte att säkerställa en sammanhållen och systematisk reglering inom alkoholområdet för att skydda folkhälsan och framför allt skydda barn och unga mot skadliga effekter orsakade av alkohol ska utredaren bl.a.

- analysera och lämna förslag, inklusive författningsförslag, om hur alkoholhaltiga preparat som är avsedda för förtäring bör regleras,
- analysera och lämna förslag, inklusive författningsförslag, om hur marknadsföring via framför allt digitala medier kan begränsas i syfte att skydda barn och unga mot att exponeras för marknadsföring av alkohol,
- analysera tillämpningen av alkohollagen i vissa delar och vid behov lämna förslag, inklusive författningsförslag, om hur lagstiftningen bör förtydligas i dessa delar i syfte att skapa förutsättningar för en förutsebar, effektiv och konsekvent tillämpning.

Uppdraget omfattar inte att föreslå ändringar i grundlag.

Uppdraget om reglering av alkoholhaltiga preparat avsedda för förtäring ska redovisas senast den 1 juni 2017 och övriga delar ska slutredovisas senast den 31 december 2017.

Alkoholpolitiska utgångspunkter

Den svenska alkoholpolitikens mål är att främja folkhälsan genom att minska alkoholens medicinska och sociala skadeverkningar. Särskild vikt ska läggas vid att skydda barn och unga från skadliga effekter av alkohol. För att uppnå målet har Sverige en restriktiv lagstiftning på alkoholområdet. Det statliga detaljhandelsmonopolet motiveras av skyddet för folkhälsan och desintresseringsprincipen utgör en viktig del för att uppnå detta ändamål. Desintresseringsprincipen innebär att det privata vinstintresset på den svenska detaljhandelsmarknaden utesluts i syfte att hålla nere konsumtionen. Även marknadsföringen av alkohol är strikt reglerad och måste vara särskilt måttfull och får bl.a. inte uppmuntra till bruk av alkohol.

Att säkerställa en sammanhängande och systematisk alkoholreglering är viktigt för att värna den svenska alkoholpolitiken ur ett EU-perspektiv. EU-domstolen har klargjort att restriktiva nationella alkoholregleringar och liknande regleringar inom andra områden är legitima när de motiveras av folkhälsoskäl. Domstolen har vidare klargjort att det ankommer på medlemsländerna att bestämma nivån på skyddet för folkhälsan. EU-domstolens praxis visar att den nationella lagstiftningen uppfyller det av medlemslandet åberopade syftet om den på ett sammanhängande och systematiskt sätt tillgodoser det behov som lagstiftningen syftar till att uppnå. Under alla omständigheter ska dessa restriktioner tillämpas på ett icke-diskriminerande sätt.

En sammanhängande och systematisk reglering av alkoholhaltiga preparat som är avsedda för förtäring

Handel med alkoholhaltiga preparat regleras i dagsläget i 6 kap. 6–10 §§ alkohollagen (2010:1622). Med alkoholhaltigt preparat avses enligt 1 kap. 10 § alkohollagen en vara som färdigställts för slutlig användning, som innehåller mer än 2,25 volymprocent alkohol och inte är alkoholdryck, teknisk sprit eller sådant läkemedel som omfattas av läkemedelslagen (2015:315). Enligt 6 kap. 10 § alkohollagen får regeringen eller den myn-

dighet regeringen bestämmer meddela föreskrifter om denaturering av alkoholhaltiga preparat samt om handel i övrigt med alkoholhaltiga preparat som behövs till skydd för liv och hälsa. Av 6 kap. 7 § alkohollagen följer att alkoholhaltiga preparat inte får säljas eller lämnas ut om det finns särskild anledning att anta att varan är avsedd att användas i berusningssyfte.

Under senare år har ett flertal typer av alkoholhaltiga produkter i annan form än dryck, men som ändå är avsedda att förtäras, lanserats på marknaden, både i Sverige och internationellt. Ett exempel är alkoholhaltig glass med en alkoholhalt på fem volymprocent och en smakprofil hämtad från välkända drinkar.

Andra produkter som har introducerats, bland annat i USA, är alkohol i form av tabletter och pulver. Dessa produkter ska tillsättas vätska och har därmed inte färdigställts för slutlig förtäring.

Nuvarande lagstiftning har visat sig otillräcklig för att uppnå en lämplig reglering av de produkter som nu finns och som i framtiden kan komma att introduceras på den svenska marknaden. Det innebär att de nya alkoholhaltiga produkterna i princip fritt kan införas och säljas till konsumenter i Sverige utan krav på kontroll av ålder, berusning eller risk för langning. Den i nuläget oreglerade försäljningen av alkoholhaltiga preparat avsedda för förtäring riskerar att rubba viktiga grundprinciper som genomsyrar den svenska alkoholpolitiken.

Olikheterna mellan de produkter som finns och som kan komma att introduceras innebär att de medicinska och sociala riskerna med dessa kan komma att bedömas olika.

Jämfört med alkoholhaltig glass, som i allt väsentligt kan jämföras med alkoholdryck, är alkohol i tablett- eller pulverform av en annan karaktär. Hälsoriskerna som kan förknippas med dessa produkter kan göra att det finns skäl att helt hindra dessa och liknande produkter från att introduceras på den svenska marknaden. På narkotikaområdet finns möjlighet att klassificera en produkt som hälsofarlig vara och därmed hindra produkten från att komma ut på den svenska marknaden. När det gäller produkter som kan jämföras med alkoholdryck, t.ex. alkoholhaltig glass, framstår ett förbud som alltför långtgående.

Det är därför angeläget att utredarens analys och förslag omfattar det breda spektrum av produkter som det i dag finns kännedom om, liksom beaktar att nya produkter kan komma att introduceras framöver.

De produkter som nu finns på den svenska marknaden är i allt väsentligt jämförbara med alkoholdrycker och bör omfattas av samma överväganden när det gäller risker för medicinska och sociala skadeverkningar som alkoholdrycker. Dessa överväganden ligger till grund för alkohollagens bestämmelser om hur alkoholdrycker får marknadsföras, säljas till konsument och serveras och det finns därför skäl att analysera och bedöma om alkohollagens definitioner bör ändras eller om det finns andra sätt att säkerställa en ändamålsenlig reglering av alkoholhaltiga preparat avsedda att förtäras.

Utredaren ska också bedöma vilken eller vilka myndigheter som lämpligen bör ansvara för att regleringen upprätthålls och hur ansvaret fördelas mellan nationell, regional och lokal nivå.

Analysen och bedömningen ska utgå från vikten av att säkerställa en sammanhängande och systematisk alkoholpolitik till skydd för folkhälsan med beaktande av de förpliktelser som följer av EU-medlemskapet. Restriktioner eller förbud mot försäljning genom lagstiftning måste bedömas enligt EUF-fördragets regler om fri rörlighet för varor såsom framgår av artikel 34 (förbud mot kvantitativa importrestriktioner och åtgärder med motsvarande verkan) och artikel 36 (undantagsbestämmelser om rättfärdigande och proportionalitet). Även de tidsmässiga aspekterna vid eventuella förbud och restriktioner bör beaktas. Beslut kan behöva anmälas till Europeiska kommissionen i enlighet med det anmälningsförfarande som följer av Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/1535 av den 9 september 2015 om ett informationsförfarande beträffande tekniska föreskrifter och beträffande föreskrifter för informationssamhällets tjänster. Vid förbud mot en viss produkt kan Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 764/2008 av den 9 juli 2008 om förfaranden för tillämpning av vissa nationella tekniska regler på produkter som lagligen saluförts i en annan medlemsstat och om upphävande av beslut nr 3052/95/EG bli tillämplig.

Även frågor om lämplig reglering av marknadsföring aktualiseras. Reglerna om marknadsföring i 7 kap. alkohollagen tillämpas på alkoholdrycker och alltså inte på alkoholhaltiga preparat som är avsedda för förtäring. Det saknas således en reglering som anger hur alkoholhaltiga preparat som är avsedda för förtäring ska få marknadsföras. Det innebär att dessa produkter kan marknadsföras på ett sätt som helt strider mot de regler som gäller för marknadsföring av alkoholdrycker. Som exempel kan nämnas att s.k. alkoglass med tydliga referenser till välkända drinkar har marknadsförts på reklampelare utomhus, vilket strider mot marknadsföringsreglerna för alkoholdrycker. Regler om sponsring saknas i alkohollagen. Mot denna bakgrund bedömer regeringen att marknadsföringsreglerna behöver ses över i syfte att skapa en konsekvent och restriktiv reglering när det gäller marknadsföring av alkoholhaltiga preparat avsedda för förtäring. Utredaren behöver i detta sammanhang förhålla sig till bestämmelserna i tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL).

Det är även vanligt förekommande att näringsidkare marknadsför sina varor och tjänster genom att sponsra idrottsevenemang och idrottsklubbar. Beträffande sådan sponsring, liksom annan sponsring som kan innebära särskild risk för att barn och ungdomar exponeras för alkoholreklam, ska utredaren bedöma om det finns skäl att tydliggöra vad som ska vara tillåtet och i så fall föreslå en lämplig reglering. Utredaren ska däremot inte göra överväganden kring varumärkeskombinationer (s.k. co-branding).

Även frågan om en lämplig organisation för tillsyn aktualiseras. Folkhälsomyndigheten har tillsynsansvar på nationell nivå när det gäller efterlevnaden av alkohollagen och anslutande föreskrifter. Länsstyrelserna utövar regional tillsyn inom respektive län och ska biträda kommunerna med råd i deras verksamhet. Kommunerna och Polismyndigheten utövar den direkta och omedelbara tillsynen när det gäller servering av alkoholdrycker liksom detaljhandel av folköl. Enligt 9 kap. 10 § alkohollagen ska statliga och kommunala myndigheter underätta den myndighet som regeringen bestämmer om de i sin

verksamhet får kännedom om något som kan ha betydelse för tillämpningen av bestämmelserna om alkoholhaltiga preparat.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att lagstiftaren inte har förutsett den produktutveckling som sker inom alkoholområdet. Det gör att regleringen behöver ses över för att upprätthålla de grundläggande principer som genomsyrar alkoholpolitiken och särskilt för att skydda barn och unga från skadeverkningar orsakade av alkohol. Regeringen lämnar till utredaren att bedöma på vilket sätt alkoholhaltiga preparat avsedda för förtäring bäst bör regleras samt föreslå hur tillsynen bör organiseras, med utgångspunkt från nuvarande tillsynsstruktur. Regleringen ska dock utformas på ett sätt som möjliggör en proaktiv alkoholpolitik till skydd för människors hälsa och som beaktar att nya typer av produkter och företeelser kan vara svåra att förutse.

Skattefrågor

Punktskatt på alkohol utgör ett viktigt alkoholpolitiskt instrument. Genom ökade priser begränsas tillgängligheten till alkohol ekonomiskt vilket leder till minskad efterfrågan och konsumtion. Etylalkohol som ingår i alkoholhaltiga preparat omfattas av skatteplikt enligt 6 § lagen (1994:1564) om alkoholskatt, såvida alkoholen inte undantas från skatteplikten i enlighet med 7 § samma lag. Även nya typer av alkoholhaltiga preparat avsedda att förtäras kan alltså i vissa fall komma att omfattas av alkoholskatt och i vissa fall inte.

Av 7 kap. 1 § lagen (1994:200) om mervärdesskatt framgår att skattesatsen för spritdrycker, vin och starköl är 25 procent medan skattesatsen för livsmedel i övrigt är 12 procent. Kategorin livsmedel kan tänkas omfatta olika typer av alkoholhaltiga preparat avsedda för förtäring. Det kan därigenom redan i dagsläget tänkas finnas alkoholhaltiga preparat som behandlas som livsmedel i mervärdesskattehänseende trots att preparatets alkoholinnehåll är jämförbart med alkoholinnehållet i spritdrycker, vin och starköl.

Regeringen bedömer att det även finns skäl att analysera och bedöma om skatteinstrumentet bör omfatta alkoholhaltiga

preparat som är avsedda för förtäring. Några författningsförslag i fråga om beskattning ska dock inte tas fram.

Uppdraget

Utredaren ska analysera och bedöma samt lämna förslag, inklusive författningsförslag, om lämplig reglering av alkoholhaltiga preparat som är avsedda för förtäring med beaktande av den svenska alkoholpolitiken och de förpliktelser som följer av EU-medlemskapet. Särskild vikt ska läggas vid att skydda barn och unga från skadliga effekter orsakade av alkohol. Analysen och bedömningen samt förslagen ska omfatta

- reglering av försäljning till konsument via detaljhandel och servering,
- reglering av marknadsföring och sponsring,
- lämplig organisation för myndigheters ansvar på området vad gäller bland annat tillsyn, med utgångspunkt från befintliga strukturer,
- beskattning (dock inte författningsförslag),
- översyn av definitioner i lagstiftningen för att säkerställa lämplig reglering av nya produkter som i dag faller utanför lagstiftningens definitioner,
- eventuella förbud där det finns skäl att hindra produkter från att introduceras på den svenska marknaden,
- övriga frågor som aktualiseras under utredningens gång.

Utredarens uppdrag omfattar inte att föreslå ändringar i grundlag.

Reglering av marknadsföring via digitala medier i syfte att skydda barn och unga från marknadsföring av alkohol

Marknadsföring av alkoholdrycker regleras i 7 kap. 1–9 §§ alkohollagen (2010:1622). Marknadsföringslagen (2008:486) innehåller också allmänna bestämmelser om marknadsföring. Den 1 oktober 2016 träder vissa förändringar av regleringen i fråga om Konsumentombudsmannens (KO) befogenheter i kraft (prop. 2015/16:168). Förändringarna innebär att KO får besluta om förbud och ålägganden enligt marknadsföringslagen utan

näringsidkarens godkännande, vilket innebär att sådana beslut ska gälla omedelbart. Dessutom genomförs förändringar som syftar till att sanktionen marknadsstörningsavgift ska bli mer förutsebar och enklare för domstolarna att tillämpa. Konsumentverket har i allmänna råd för marknadsföring av alkoholdryck till konsumenter (KOVFS 2015:1) förtydligat bestämmelserna om marknadsföring i alkohollagen och marknadsföringslagen.

Marknadsföring av alkoholdrycker i Sverige ökar i snabb takt och tar sig också nya uttryck. Utredningen om tillsyn av marknadsföring och e-handel med alkoholdrycker m.m. hade bland annat i uppdrag att kartlägga omfattningen, inriktningen och formerna för sådan marknadsföring av alkoholdrycker som riktar sig till konsumenter och särskilt i vilken omfattning barn och ungdomar exponeras för marknadsföring av alkoholdrycker och tobak via digitala medier och tv samt vilka metoder som används.

Utredningen, som nedan kallas Tillsynsutredningen, konstaterade i sitt betänkande En väg till ökad tillsyn: marknadsföring av och e-handel med alkohol och tobak (SOU 2013:50) att marknadsföringen av alkoholdrycker har ökat närmast lavinartat under de senaste åren, både när det gäller medieinvesteringar och spridningsvägar. Marknadsföringen har bytt skepnad dels genom att en övergång har skett från traditionella kommunikationskanaler till digitala medier, dels genom att gränserna för vad som är annonsering respektive annan typ av publicering har blivit svårare att bedöma. Den snabba tekniska utvecklingen på marknadsföringsområdet innebär att nya metoder och kanaler utvecklas kontinuerligt. En av de mer påtagliga trenderna som Tillsynsutredningen pekar på är att marknadsföringsinsatser tas vidare till de sociala medierna. Genom att använda sociala medier kan industrin sprida sin marknadsföring till en mycket låg kostnad och kan skapa en direktrelation med sin målgrupp genom att låta dem vara delaktiga i utformningen och marknadsföringen av produkterna. Dessutom blir målgruppen i praktiken märkesambassadörer då de delar t.ex. foton och videoklipp med företagets produkter. Inslaget av interaktion och förekomsten av användargenererat

innehåll i dessa medier gör det svårt att i det enskilda fallet fastställa gränsen mellan marknadsföring och andra budskap som saknar ett bakomliggande kommersiellt syfte.

Tillsynsutredningen menar att det förhållandet att reklam-budskap och andra marknadsföringsåtgärder i de sociala medierna i flera fall anspelar på populära ungdomsmiljöer ger anledning att ifrågasätta motiven bakom sådana åtgärder. Utredningen menar vidare att med hänsyn till barns och ungdomars överrepresentation i sociala medier kan lämpligheten, och i vissa fall lagligheten, att överhuvudtaget marknadsföra alkoholdrycker i sådana kanaler ifrågasättas. Sammanfattningsvis konstaterar utredningen att det står klart att barn och ungdomar de facto exponeras för marknadsföring av alkoholdrycker i en inte obetydlig omfattning.

Tillsynsutredningen konstaterade att det i deras arbete inte framkommit något särskilt behov av förtydliganden av de materiella marknadsföringsreglerna avseende alkohol och tobak, utan att dessa i allt väsentligt framstår som tydliga. Även med beaktande av den utveckling som beskrivits ovan bedömde utredningen att det befintliga regelverket i princip är ändamålsenligt för att fånga upp olika marknadsföringsföreteelser.

Sedan utredningen lämnade sitt betänkande 2013 har Finland tagit initiativ till att skärpa lagstiftningen när det gäller alkoholreklam. Den 1 januari 2015 trädde nya regler i kraft som hanterar alkoholreklam i digitala medier. Sedan den 1 januari 2015 är det i Finland förbjudet för en kommersiell aktör att bedriva reklam och indirekt reklam eller annan säljfrämjande verksamhet i en datanätstjänst som denne kontrollerar genom att använda sig av text- eller bildinnehåll som produceras av konsumenter eller att med hjälp av tjänsten sprida eller distribuera text- eller bildinnehåll som aktören själv eller som konsumenter producerar. Förändringen tar fasta på just det förhållande som beskrivs ovan, nämligen att industrin kan skapa en direktrelation med sin målgrupp genom att låta personer som ingår i målgruppen vara delaktiga i utformningen och spridningen av marknadsföringen av produkterna och att personer som ingår i målgruppen i praktiken blir märkesambassadörer då de delar t.ex. foton och videoklipp med företagets produkter.

Den 25 maj 2016 beslutade Europeiska kommissionen om ett förslag till reviderat direktiv om audiovisuella medietjänster, det s.k. AV-direktivet.¹ Förslaget att revidera direktivet för audiovisuella medietjänster syftar till att förenkla och modernisera direktivet med hänsyn till den tekniska utvecklingen och ändrade konsumtionsmönster. Kommissionen konstaterar att bl.a. utvecklingen av beställtjänster och nya medieplattformar för med sig en ny konkurrenssituation och nya risker för tittarna och att detta påverkar alla medlemsstater. I förslaget föreslås därför en utvidgning av direktivets tillämpningsområde till att omfatta audiovisuella tjänster med användargenererat material, s.k. videodelningsplattformar. Dessa tjänster ska regleras för att garantera ett grundläggande likvärdigt skydd av minderåriga och skydd mot uppmaningar till våld och hat. Regleringen ska ske genom samreglering och nationella uppförandekoder. I kommissionens ursprungliga förslag saknas reglering av alkoholreklam när det gäller dessa tjänster. Sverige anser att de regleringar som avser videodelningsplattformar även bör omfatta alkoholreklam. Förhandlingarna väntas pågå under hösten 2016.

Regeringen bedömer att de förhållanden som Tillsynsutredningen pekar på framför allt vad gäller ungas exponering för alkoholreklam, utvecklingen av nya alkoholhaltiga preparat avsedda för förtäring, liksom den utveckling av lagstiftningen som skett i t.ex. Finland, ger anledning att återigen se över lagstiftningen. Utredaren behöver även i denna del ta hänsyn till regleringen i TF och YGL vid bedömningen. Utredningen ska i sitt arbete även beakta utvecklingen av den EU-gemensamma lagstiftningen inom området.

¹ Förslag till ändring av direktiv 2010/13/EU om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster, mot bakgrund av ändrade marknadsförhållanden, KOM (2016) 287 final.

Uppdraget

Mot bakgrund av ovanstående ska utredaren

- lämna förslag, inklusive författningsförslag, om hur framför allt barn och unga på ett bättre sätt än i dag kan skyddas från marknadsföring av alkohol via digitala medier. Utredaren ska ta sin utgångspunkt i det arbete som genomfördes av Tillsynsutredningen och den utveckling av lagstiftningen som skett i t.ex. Finland och inom EU. Utredarens uppdrag omfattar inte att föreslå ändringar i grundlag.

Förtydligande av alkohollagen i vissa delar

Tillverkning utanför skatteupplag

Enligt 2 kap. 1 och 3 §§ alkohollagen får sprit, spritdrycker och alkoholdrycker endast tillverkas av den som har godkänts som upplagshavare för sådana varor enligt 9 § lagen (1994:1564) om alkoholskatt eller som skattebefriad förbrukare enligt 31 e § i samma lag. Det innebär att det är Skatteverket som beslutar om vilka som ska godkännas. Det saknas däremot bestämmelser i alkohollagen som specificerar var tillverkning av sprit och alkoholdrycker får ske eller hur en sådan lokal ska vara beskaffad om den inte är ett skatteupplag. Utredaren ska därför bedöma om det finns skäl att föreslå en reglering av vilka krav som ska ställas på de lokaler där sprit och alkoholdrycker tillverkas och då lagring sker utanför ett skatteupplag samt överväga administrativa sanktionsmöjligheter och lämplig tillsynsmyndighet.

Skatteverket ska anmäla till Folkhälsomyndigheten om verket i sin kontrollverksamhet får anledning att anta att det har begåtts brott mot alkohollagen samt lämna uppgifter om upplagshavare och skattebefriade förbrukare för att Folkhälsomyndigheten ska kunna föra register över tillverkare. Skatteverkets uppgifter utgår dock från beskattningsverksamheten och vad gäller verksamheten avser de främst förhållandena vid ansökan om ett godkännande som upplagshavare eller skattebefriad förbrukare. Av uppgifterna framgår därför inte alltid om

en godkänd upplagshavare eller skattebefriad förbrukare vid senare tillfälle faktiskt tillverkar alkohol eller endast lagrar den. Utredaren ska därför bedöma och om det finns behov av det föreslå förändring eller förtydligande av denna ordning i syfte att underlätta Folkhälsomyndighetens skyldighet att föra register över tillverkare. Eventuella förslag ska inte innebära några nya åtaganden för Skatteverket utan ska hanteras inom förvaltningens befintliga uppdrag och inom angivna medel.

Egenkontroll och tillståndsplikt

Både alkohollagen och tobakslagen (1993:581) innehåller bestämmelser om egenkontrollprogram för den som driver försäljning av folköl respektive tobaksvaror. Enligt tobakslagen ska den som anmäler försäljning av tobaksvaror till kommunen samtidigt bifoga en kopia av sitt egenkontrollprogram. Någon motsvarande bestämmelse finns inte i alkohollagen. Tobaksdirektivutredningen har lämnat förslag på att införa tillståndskrav för tobaksförsäljning (SOU 2016:14). Det finns därför skäl att överväga om motsvarande bestämmelse bör införas när det gäller försäljning av folköl. En rimlig princip ur rättssäkerhetssynpunkt är att regelverken är samordnade på så sätt att de krav som ställs i det ena fallet bör ställas även i det andra fallet. Särskilt tydligt blir detta behov när de båda lagstiftningarna träffar samma försäljare. Utredaren ska därför se över och om det finns skäl föreslå hur de båda lagstiftningarna på lämpligt sätt kan bli mer samstämmiga i denna del.

Begreppen "lokal" respektive "visst avgränsat utrymme"

I alkohollagens bestämmelser om servering och catering används uttrycken "lokal" respektive "visst avgränsat utrymme". Folkhälsomyndigheten har framfört att valet av begrepp får betydelse för tillämpningen av lagstiftningen och att det därmed uppstår skillnader i bedömning av olika serveringstillstånd. Det gäller bland annat vad som är tillåtet och inte tillåtet i fråga om catering, t.ex. när det gäller möjligheten att bedriva catering utomhus och om det i sådana fall ska ställas krav på avgränsad serveringsyta. Regeringen bedömer därför att det finns skäl att

se över och bedöma om det finns skäl för dessa skillnader eller om lagstiftningen bör ändras i syfte att uppnå en mer förutsebar och konsekvent tillämpning.

Underrättelser om misstänkt brott mot alkohollagen

Enligt alkohollagen 9 kap. 16 § ska Skatteverket underrätta Folkhälsomyndigheten om verket i sin kontrollverksamhet får anledning att anta att det har begåtts brott mot bestämmelserna i alkohollagen. Av uttalandena i propositionen till alkohollagen (prop. 2009/10:125) framgår att det primära syftet med bestämmelsen är att komplettera tillsynen och kontrollen över handeln med tekniskt sprit, men att bestämmelsen inte är begränsad enbart till detta utan även avser andra överträdelser av alkohollagens bestämmelser som Skatteverket upptäcker i sin skattekontroll.

Folkhälsomyndigheten har framfört att det är oklart hur myndigheten förväntas använda denna information. Det är oklart om syftet är att Folkhälsomyndigheten ska polisanmäla överträdelser, eller om det är att kartlägga överträdelser.

Regeringen bedömer att det därför finns skäl att se över och bedöma om denna underrättelseskyldighet fyller en funktion och i så fall föreslå hur syftet kan tydliggöras.

Uppdraget

Mot bakgrund av ovanstående ska utredaren

- bedöma om det finns skäl att föreslå en reglering av vilka krav som ska ställas på de lokaler där sprit och alkohol-drycker tillverkas och då lagring sker utanför ett skatteupplag samt överväga administrativa sanktionsmöjligheter och lämplig tillsynsmyndighet samt bedöma och om det finns behov av det föreslå förändring eller förtydligande i syfte att underlätta Folkhälsomyndighetens skyldighet att föra register över tillverkare,
- se över och om det finns skäl föreslå hur bestämmelserna om egenkontroll och tillståndsplikt i alkohollagen och tobakslagen på lämpligt sätt kan bli mer samstämmiga,

- se över begreppen ”lokal” respektive ”visst avgränsat utrymme” och bedöma om lagstiftningen bör ändras i syfte att uppnå en mer förutsebar och konsekvent tillämpning,
- se över och bedöma om Skatteverkets underrättelseskyldighet till Folkhälsomyndigheten fyller en funktion och i så fall föreslå hur syftet kan tydliggöras.

Konsekvensbeskrivningar

Utredaren ska analysera kostnader och konsekvenser i enlighet med kommittéförordningen. Konsekvenser och kostnader för myndigheter ska analyseras. Utredaren ska även bedöma hur förslagen kan komma att påverka barn och unga. När det gäller eventuella kostnadsökningar eller intäktsminskningar för det offentliga ska utredaren föreslå en finansiering. Vidare ska utredaren redogöra för om förslagen har några konsekvenser för Sveriges internationella åtaganden liksom de är förenliga med EU-rätten. Eventuella författningsförslag ska stå i överensstämmelse med det handlingsutrymme som följer av EU-rätten.

Samråd och redovisning av uppdraget

Utredaren ska samråda med myndigheter, organisationer och andra relevanta aktörer såsom t.ex. barn och unga i den utsträckning som utredaren finner lämpligt

Utredaren ska hålla sig informerad om och vid behov beakta relevant arbete som pågår inom Regeringskansliet, utredningsväsendet, EU och andra internationella organisationer.

Uppdraget ska slutredovisas senast den 31 december 2017. En delredovisning om reglering av alkoholhaltiga preparat avsedda för förtäring ska ske senast den 1 juni 2017.

(Socialdepartementet)