



Lag om ändring i tobakslagen (1993:581);

utfärdad den 17 juni 2010.

Enligt riksdagens beslut¹ föreskrivs att 14, 14 a och 14 b §§ tobakslagen² (1993:581) ska ha följande lydelse.

14 § En näringsidkare som marknadsför tobaksvaror till konsumenter får inte använda kommersiella annonser i

1. periodiska skrifter eller andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,
2. ljudradio- eller tv-program eller tv-sändningar över satellit som omfattas av radio- och tv-lagen (2010:696), eller
3. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.

Även annan marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter än som avses i första stycket är förbjuden. Detta gäller dock inte

1. i tryckta skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig eller i överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig,

2. marknadsföring som endast består i att tillhandahålla tobaksvaror för försäljning, eller

3. kommersiella meddelanden inne på försäljningsställen som inte är påträngande, uppsökande eller uppmanar till bruk av tobak.

Kommersiella meddelanden enligt andra stycket 3 ska i den omfattning det är möjligt placeras så att de inte är synliga från utsidan av försäljningsstället.

14 a § En näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till konsumenter får inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara, om marknadsföringen sker i kommersiella annonser i

1. periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,
2. ljudradio- eller tv-program eller i tv-sändningar över satellit som omfattas av radio- och tv-lagen (2010:696), eller

¹ Prop. 2009/10:115, bet. 2009/10:KU25, rskr. 2009/10:331.

² Lagen omtryckt 2005:369.

SFS 2010:727

3. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.

Om en näringsidkare använder ett sådant varukännetecken som avses i första stycket vid marknadsföring till konsumenter på något annat sätt än som där sägs, ska näringsidkaren iaktta den måttfullhet som är betingad av att kännetecknet också kan förknippas med tobaksvaran.

Bestämmelserna i första och andra styckena tillämpas inte

1. i fråga om ett varukännetecken som i endast begränsad omfattning förekommer vid marknadsföring av tobaksvaror,
2. i fråga om ett varukännetecken som framträder i en form som tydligt skiljer sig från utseendet på tobaksvarans kännetecken, eller
3. i andra fall om det är oskäligt.

14 b § Tillverkare, partihandlare och importörer av tobaksvaror får inte sponsra ett evenemang eller en verksamhet dit allmänheten har tillträde eller som kan antas få gränsöverskridande effekt, om sponsringen kan antas medföra att avsättningen av tobaksvaror främjas.

Bestämmelser om förbud mot sponsring av program i radio och tv samt om produktplacering i tv finns i radio- och tv-lagen (2010:696).

Denna lag träder i kraft den 1 augusti 2010.

På regeringens vägnar

MARIA LARSSON

Lars Hedengran
(Socialdepartementet)