

## LAGRÅDET

Utdrag ur protokoll vid sammanträde 2022-03-11

**Närvarande:** F.d. justitieråden Karin Almgren och Stefan Lindskog  
samt justitierådet Mahmut Baran

### **Hårdare regler för nya nikotinprodukter**

Enligt en lagrådsremiss den 24 februari 2022 har regeringen (Socialdepartementet) beslutat inhämta Lagrådets yttrande över förslag till

1. lag om tobaksfria nikotinprodukter,
2. lag om ändring i lagen (1994:1551) om frihet från skatt vid import, m.m.,
3. lag om ändring i lagen (1996:701) om Tullverkets befogenheter vid Sveriges gräns mot ett annat land inom Europeiska unionen,
4. lag om ändring i livsmedelslagen (2006:804),
5. lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486),
6. lag om ändring i radio- och tv-lagen (2010:696),

7. lag om ändring i lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter.

Förslagen har inför Lagrådet föredragits av kanslirådet Sara Asp, biträdd av kanslirådet Hanna Eriksson.

Förslagen föranleder följande yttrande.

#### Förslaget till lag om tobaksfria nikotinprodukter

##### 3 §

I paragrafen definieras vissa uttryck som används i lagen. Punkt 3 och 4 innehåller definitioner av försäljningsställe respektive fysiskt försäljningsställe. Med försäljningsställe avses både ett fysiskt försäljningsställe och en webbplats där det bedrivs detaljhandel. Det bör klargöras i författningskommentaren att en webbplats innefattar alla digitala försäljningsmiljöer.

##### 11 §

Paragrafen innehåller förbudsbestämmelser om marknadsföring i tv-sändningar, beställ-tv, ljudradiosändningar och på videodelningsplattformar. Tanken är att bestämmelserna även ska tillämpas på sändningar från tredjeländer. Någon koppling till radio- och tv-lagen (2010:696) har därför inte gjorts.

Det bör klargöras i författningskommentaren att förbuden – som är utformade på samma sätt som motsvarande bestämmelser för tobaksvaror, elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare i lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter – inte omfattar marknadsföring i tv-sändningar, beställ-tv, ljudradiosändningar och på videodelningsplattformar som en annan EES-stat har jurisdiktion över, men däremot sådana sändningar som kommer från tredjeländer.

### 35 §

Paragrafens första stycke bör formuleras i överensstämmelse med 36 § och ges följande lydelse.

Kommunen och Polismyndigheten ska underrätta varandra om förhållanden som de i sin verksamhet får kännedom om och som är av betydelse för tillsynen.

### Förslaget till lag om ändring i lagen om tobak och liknande produkter

#### 4 kap. 1 §

I paragrafen finns bestämmelser om marknadsföringsförbud för tobaksvaror. Rubriken närmast före paragrafen föreslås ändras från *"Marknadsföring"* till *"Marknadsföring av tobaksvaror, elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare"*.

I författningskommentaren anges att det marknadsföringsbegrepp som gäller nu aktuella varor ska förstås utifrån en direktivkonform tolkning av i första hand tobaksreklamdirektivet, tobaksprodukt-direktivet och direktivet om audiovisuella medietjänster men även annan unionslagstiftning.

Enligt artikel 3 i tobaksreklamdirektivet är reklam för tobaksvaror förbjuden i tidningar, andra tryckta publikationer och i informations-samhällets tjänster, med undantag för publikationer som är avsedda för branschen och sådana publikationer som trycks och ges ut i tredjeland. Med reklam avses varje form av kommersiella meddelanden vars syfte eller direkta eller indirekta verkan är att främja en tobaksvara. I artikel 20.5 a och b i tobaksprodukt-direktivet ställs krav på att medlemsstaterna förbjuder kommersiella meddelanden i vissa medier när syftet eller den direkta eller indirekta effekten är att främja e-cigaretter och påfyllningsbehållare. Även i artikel 20.5 e i samma direktiv är det centrala begreppet kommersiellt meddelande. Direktivet om audiovisuella medietjänster förbjuder

också audiovisuella kommersiella meddelanden för cigaretter och andra tobaksvaror (artikel 9.1 d). Det kan således konstateras att bestämmelserna om marknadsföring i den sektorsspecifika unionsrättsliga regleringen inte är kopplade till ett generellt marknadsföringsbegrepp och att det centrala uttrycket i den regleringen är uttrycket kommersiella meddelanden.

Av remissens allmänmotivering framgår att utgångspunkten för den nu föreslagna regleringen är densamma som vid Sveriges tillträde till WHO:s ramkonvention – att marknadsföring av tobaksvaror till konsumenter ska vara förbjuden, med undantag för det område som skyddas av tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen.

Det sagda innebär således att en direktivkonform tolkning av den föreslagna regleringen inte kommer att omfatta begreppet marknadsföring utan utrymmet för en sådan tolkning kommer att vara begränsat till de delar som avser användningen av kommersiella meddelanden vars syfte eller direkta eller indirekta effekt är att främja en viss produkt. Detta bör klargöras i författningskommentaren.

Enligt Lagrådet är den föreslagna lydelsen av paragrafen svårläst eftersom den har utformats så att andra stycket innehåller undantag från första stycket och tredje stycket utgör undantag från vissa delar av undantaget. Lagrådet anser att paragrafen blir mer lättläst om andra och tredje styckena läggs ihop och paragrafen ges följande lydelse.

Det är förbjudet att marknadsföra tobaksvaror till konsumenter.

Förbudet i första stycket gäller dock inte uppgifter i

1. periodiska skrifter eller andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig, förutom när det är fråga om kommersiella annonser,
2. andra tryckta skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig,
3. tv-sändningar, beställ-tv eller ljudradiosändningar, förutom när det är fråga om kommersiella annonser, eller
4. andra överföringar eller tekniska upptagningar på vilka yttrandefrihetsgrundlagen är tillämplig.

### Övriga lagförslag

Lagrådet lämnar förslagen utan erinran.