

Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse

Dato: 28. marts 2008
Kontor: Kommunal sundhed
J.nr.: 2008-1433-320
Sagsbeh.: hnm
Fil-navn: Tobak: Lovforslag-høringsnotat

Kommenteret høringsnotat til Folketingets Sundhedsudvalg

Forslag til lov om ændring lov om fremstilling, præsentation og salg af tobaksvarer, lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år og lov om forbud mod tobaksreklame m.v. (Aromastoffer, aldersgrænser for salg af tobak og udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder).

1. Hørte myndigheder, organisationer m.v.

Lovforslaget har i udkast være sendt i høring hos:

Astma-Allergi Forbundet, BUPL, Børnerådet, Coop Danmark, Danmarks Lungeforening, Danmarks Lærforening, Danmarks Restauranter og Cafeer (DRC), Dansk Arbejdsgiverforening, Dansk Erhverv, Dansk Industri, Dansk Supermarked, Dansk Ungdoms Fællesråd, Danske Regioner, Danske Skoleelever, De Samvirkende Købmænd, Det Nationale Råd for Folkesundhed, Diabetesforeningen, DSB, Finansministeriet, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Forebyggelses- og Patientrådet, Foreningen af Politimestre i Danmark, Handel, Transport og Service, Hjerteforeningen, HK-Handel, HORESTA - Hotel – Restaurant & Turisterhvervet, KL, Konkurrencestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Leverandørforeningen for Tobaks- og Konfektvarer, LO, Lægeforeningen, Nærbutikkernes Landsforening, Philip Morris ApS, Skatteministeriet, Skole og Samfund, Statsministeriet, Sundhedskartellet, Tobaksindustrien, Undervisningsministeriet og Økonomi- og Erhvervsministeriet.

Følgende myndigheder, organisationer m.v. har svaret på høringen:

Astma-Allergi Forbundet, Børnerådet, Coop Danmark, Danmarks Lungeforening, DA, Dansk Erhverv, Dansk Sygeplejeråd, Danske Regioner, De Samvirkende Købmænd, Diabetesforeningen, DSB, Forbrugerombudsmanden, HORESTA, KL, Lægeforeningen, Nærbutikkernes Landsforening, Philip Morris ApS, Skatteministeriet og Tobaksindustrien.

2. Generelle udtalelser

Dansk Arbejdsgiverforening oplyser, at lovforslaget falder uden for AD's virkefelt.

Dansk Sygeplejeråd mener, at de stramninger, der lægges op til i det foreliggende lovforslag, vil være positive elementer i en samlet indsats for at reducere antallet af rygere.

Danske Regioner finder det positivt, at regeringen iværksætter initiativer, der har til hensigt at reducere antallet af rygere – ikke mindst de unge rygere.

HORESTA har ingen bemærkninger til lovforslaget.

Skatteministeriet har ingen bemærkninger til lovforslaget.

3. Høringssvar vedrørende lov om fremstilling, præsentation og salg af tobak (tobaksvareloven)

Danmarks Lungeforening er enige i, at EU-direktivet implementeres fuldt ud, således at tobaksfabrikanterne skal angive de eksakte mængder af aromastoffer i deres cigaretter.

Lægeforeningen peger på, at der i fremstillingen af tobaksvarer anvendes flere tusinde tilsætningsstoffer, herunder aromastoffer. Foreningen finder det positivt, at tobaksfabrikanterne efter den foreslåede lovændring skal deklarerer alle tilsætningsstoffer.

Philip Morris ApS er af den stærke overbevisning, at offentlige myndigheder, forbrugerne og offentligheden bør have adgang til oplysninger om alle de ingredienser, der bruges i produktionen af tobaksprodukter til salg på det danske marked. De mener, at offentlige myndigheder bør modtage præcise mærkeopskrifter, forudsat en passende beskyttelse af forretningshemmeligheder.

De mener også, at forbrugerne og offentligheden bør have mulighed for at få tilsvarende oplysninger, men på en måde, der sikrer beskyttelse af forretningshemmeligheder. Når det gælder almindelige cigaretter bør producenter have mulighed for at gruppere smagsstoffer, brugt i små mængder, så forretningshemmeligheder kan bevares. På det grundlag har de afgivet detaljerede oplysninger om ingredienser, der bruges i deres produkter verden over – også i Danmark – på deres hjemmeside.

Tobaksindustrien har ingen indvendinger imod den foreslåede ophævelse af den pågældende bestemmelse, men forudsætter, at der findes en tilfredsstillende løsning på branchens legitime ønske om at beskytte forretningshemmeligheder af væsentlig økonomisk betydning.

Resten af høringssvarene indeholder ikke bemærkninger om forslaget til ændring af tobaksvareloven.

Kommentarer:

Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse har ved et møde med Tobaksindustrien (TI) i efteråret 2007 gjort TI opmærksom på, at håndtering af fortrolige oplysninger ikke er ukendt for de centrale sundhedsmyndigheder i Danmark. Som eksempel herpå kan nævnes, at der på lægemiddelområdet håndteres meget store mængder af fortrolige oplysninger, uden at dette giver anledning til problemer.

4. Høringssvar vedrørende lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år

4.1. Forhøjelse af aldersgrænsen fra 16 til 18 år

Astma-Allergi Forbundet hilser forslaget meget velkomment. Forbundet ser det som et fornuftigt tiltag i forbindelse med at reducere antallet af personer, der ryger i Danmark.

Børnerådet tilslutter sig den del af lovforslaget, der vedrører forbud mod salg af tobak til personer under 18 år. Det er rådets opfattelse, at den foreslåede lovændring vil føre til færre rygere blandt børn og unge i Danmark.

Coop Danmark finder det positivt, at aldersgrænsen for køb af tobak hæves til 18 år.

Danmarks Lungeforening finder det positivt, at aldersgrænsen for salg af tobak forhøjes fra 16 til 18 år, således at de unges adgang til tobak begrænses. Lungeforeningen ser det som et af flere tiltag, der kan forhindre, at unge får rygedebut. Foreningen mener, at forslaget bør følges op af målrettede kampagner og information til de unge.

Dansk Erhverv tilkendegiver, at erhvervslivet gerne tager det nødvendige sociale medansvar for at begrænse unges adgang til tobak og alkohol, men de vil samtidig tydeligt signalere, at forbud mod salg til unge under visse aldersgrænser langt fra er den bedste måde at løse problemet på. Der er først og frem-

mest tale om en holdningspåvirkning, som forældre og dernæst skolen har de bedste muligheder for at udøve.

Dansk Erhverv har ved flere lejligheder peget på, at det for erhvervslivet er forbundet med praktiske problemer at medvirke til at håndhæve salgsforbud, så længe de unge ikke kan fremvise en billedlegitimation. Erhvervet minder om, at den eksisterende adgang for unge til at få en billedlegitimation ikke bliver udnyttet, antagelig fordi gebyret på 150 kr. er større end de unge vil betale. Det er ikke muligt for erhvervet at tage stilling til aldersgrænserne, men uanset hvorledes disse fastlægges, er en billedlegitimation helt afgørende.

De Samvirkende Købmænd (DSK) kan tilslutte sig forslaget om, at aldersgrænsen for salg af tobak hæves fra 16 år til 18 år. DSK anfører endvidere, at salg af tobak til unge under 18 år udgør en forsvindende lille del af en moderne dagligvarebutiks omsætning. På den baggrund vurderer DSK ikke, at forslaget vil få nævneværdige økonomiske konsekvenser for købmændene. Endvidere er det DSK's vurdering, at der er "folkelig opbakning" til forhøjelse af aldersgrænsen for salg af tobak, hvilket ikke er uvæsentligt, men bydende nødvendigt, når loven i vid udstrækning forudsættes håndhævet af detailhandelen.

DSK beder om, at tidspunktet for ikrafttræden fastsættes således, at alle led – producenter, distributører, forhandlere og forbrugere – kan nå at indrette sig herpå. DSK foreslår, at fristen tidligst bliver 1. august 2008.

Endelig henleder DSK opmærksomheden på, at der vil være behov for nyt skiltemateriale til ophæng i butikker m.v.

Diabetesforeningen mener, at det er positivt, at man vil hæve grænsen for salg af tobak til 18 år. Det er et klart signal at sende, at man skal være myndig, før man træffer en så afgørende beslutning, som det er at begynde at ryge.

DSB bemærker, at den allerede eksisterende, og med udkast til lovforslag skærpede, aldersgrænse for køb af tobak, er vanskelig at håndtere for salgspersonalet. Ordningens håndtering medfører et øget ressourceforbrug i forhold til den enkelte kunde og kan medføre forsinkelser for øvrige kunder.

KL mener, at særligt forslaget om at hæve aldersgrænsen for salg af tobak er positivt, da netop regulering af tilgængelighed (og pris) er et af de mest effektive virkemidler i forhold til at begrænse f.eks. rygning og alkoholforbrug.

Lægeforeningen bemærker, at salget af tobak til personer under 18 år ikke er særlig stort, men som signal er det et godt forslag.

Nærbutikkernes Landsforening mener ikke, det er korrekt, når det i lovforslaget anføres, at det ikke vil have administrative konsekvenser for erhvervslivet. Foreningen mener, at lovforslaget vil kræve administrative byrder for indehavere og personale, da det i praksis skal dokumenteres af unge, hvilken alder de har. Foreningen kræver, at de nødvendige værktøjer stilles til rådighed for dem i form af, at staten udsteder automatiske ID-kort med billede til alle unge mennesker over 16 år, som også kan bruges i andre sammenhænge, bl.a. på restauranter og diskoteker.

Foreningen mener, at nærbutikkernes overlevelse er meget afhængig af tobakssalget, idet 50 % af deres omsætning er tobaksvarer.

Philip Morris ApS støtter fuldt og helt forslaget om at sætte minimumsalderen for salg af tobaksprodukter op fra 16 til 18 år. Rygning er årsag til alvorlige sygdomme hos rygerne og bør derfor alene være et valg, voksne, som er fuldt informerede om de alvorlige sundhedsrisici, kan træffe.

I den forbindelse foreslår de for at styrke overholdelse af aldersgrænsen, at der indføres et licenssystem, så detailhandelen kan idømmes bødestraf eller miste deres ret til at sælge tobaksprodukter, hvis de sælger til mindreårige. En enkel måde at indføre et sådant skridt ville være at indføje det i reglerne og retningslinjerne for det eksisterende næringsbrev, som detailhandlere allerede i dag skal have. Et detailhandels licenssystem, der omfatter tobakssalg, kunne også være en effektiv måde at undgå, at indsmuglede og/eller falske produkter kommer til salg. Et nyligt nordisk eksempel på et sådant system kan findes i Finland, hvor regeringen har foreslået at indføre et detailhandels licenssystem for at sikre overholdelse af aldersgrænsen og forhindre salg af ulovlige cigaretter.

Det er Tobaksindustriens grundholdning, at rygning er en nydelse for voksne. Tobaksindustrien er således selv talsmand for en aldersgrænse på 18 år, som derfor hilses velkommen.

Kommentarer:

Forslaget bliver altovervejende positivt modtaget.

Det er kun Dansk Erhverv og Nærbutikkernes Landsforening, der har indvendinger.

Nærbutikkerne mener, at det vil medføre administrative byrder for erhvervslivet, fordi de unge i praksis skal dokumentere deres alder. Opmærksomheden henledes på, at dette ikke indebærer nogen ændring i forhold til i dag.

Med hensyn til ID-kort er det ikke korrekt, at butikkerne ikke har det nødvendige værktøj til håndhævelse af reglerne i form af et legitimationskort. Legitimationskortet eksisterer, men problemet er, at butikkerne ikke beder om legitimation, når de unge køber tobak og alkohol. Hvis butikkerne var mere håndfaste over for de unge, ville de unge være nødt til at anskaffe sig et legitimationskort.

Det har tidligere været overvejet, om legitimationskort pr. automatik skulle udstedes til alle unge, når de fylder 16 år, og være gratis. Det blev imidlertid besluttet, at de unge selv skal bestille kortet hos kommunen, idet en automatisk udstedelse af kortet til alle unge vil kunne opfattes, som om sundhedsmyndighederne legitimerer, at unge drikker alkohol og ryger, så snart de fylder 16 år. Staten skal ikke pådutte de unge et "drukkort". Det vil være et helt forkert signal at sende. Det er de unges og deres forældres ansvar, hvis de drikker alkohol og ryger.

Indførelse af en licensordning som foreslået af Philip Morris vil kræve grundige overvejelser, hvorfor det af tidsmæssige årsager ikke er muligt at tage stilling til forslaget i denne forbindelse.

Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse er enig i, at alle parter skal kunne nå at indrette sig på de foreslåede ændringer. Ikrafttrædelsestidspunktet er derfor - som foreslået af DKS - fastsat til 1. august 2008.

Med hensyn til skiltemateriale kan det oplyses, at ministeriet allerede har kontakt med Sundhedsstyrelsen om en opdatering af dette.

4.2. Forhøjelse af aldersgrænsen for salg af alkohol fra 16 til 18 år

Børnerådet opfordrer ministeren til at overveje tilsvarende regler for alkohol, således at der også indføres forbud mod salg af alkohol til personer under 18 år. Børnerådet anfører, at skadevirkningerne ved alkohol og tidlig alkoholdebut er velkendte, og at et fælles forbud ville sende et klart signal til børn og unge om samfundets holdning til både tobak og alkohol. Det anføres, at alkoholindtaget er stort i denne aldersgruppe, og at danske unge fortsat er blandt de mest drikkende i Europa. En 18 års grænse vil svare til de gældende regler i bl.a. Norge, Finland, Polen, Grækenland og England.

Coop Danmark ville finde det hensigtsmæssigt, hvis aldersgrænsen for salg af alkohol fulgte samme aldersgrænse som salg af tobak, idet det er meget vanskeligt at formidle og i praksis at få butikspersonalet til at håndtere forskellige aldersgrænser for henholdsvis tobak og spiritus.

De Samvirkende Købmænd (DSK) anbefaler, at man ophæver undtagelsen i den gældende lovs § 3, hvoraf det følger, at forbuddet for unge under 16 år mod at indføre drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 1,2 eller derover fra andre EU-lande, ikke gælder for øl. DSK mener, at det forekommer urimeligt, at personer under 16 år lovligt kan grænsehandle og indføre øl, som man fra politisk hold ikke tillader dansk detailhandel at sælge til gruppen af personer under 16 år. DSK spørger, hvorfor man må indføre en vare, man ikke må købe i de danske butikker.

KL mener, at set fra en forebyggelsesfaglig synsvinkel kan det undre, at man har fastholdt aldersgrænsen for salg af alkohol ved 16 år – især i lyset af danske unges meget store alkoholforbrug. Med fastholdelse af denne aldersgrænse adskiller Danmark sig således fortsat fra både de øvrige nordiske lande, og fra en række europæiske lande, som vi normalt sammenligner os med. Disse lande har enten minimum 18 år som aldersgrænse for køb af alle former for alkohol, eller en differentieret aldersgrænse for køb af alkohol, hvor man skal være 18 år for at købe spiritus. Hertil kommer, at det også vil være lettere at administrere én og samme aldersgrænse. KL opfordrer derfor til, at den foreslåede lovændring af aldersgrænsen for salg af tobak også kommer til at gælde for salg af alkohol.

Lægeforeningen undrer sig over, at der ikke sker en tilsvarende stramning på alkoholområdet. Lægeforeningen finder det naturligt og ud fra en sundhedsmæssig betragtning lige så relevant, at man ved samme lejlighed kunne hæve aldersgrænsen for køb af alkohol fra 15 til 18 år. Dette begrundes med, 1. at danske unge har verdensrekord i alkoholforbrug, 2. at en forhøjelse af aldersgrænsen for køb af alkohol reducerer en række alkoholrelaterede skader og reducerer alkoholforbruget, 3. at en udskydelse af alkoholdebuten og udskydelse af et stort alkoholforbrug reducerer risikoen for alkoholproblemer senere i livet og reducerer risikoen for problemer med andre stoffer, og 4. at en forhøjelse af aldersgrænsen vil bringe denne i overensstemmelse med den grænse, der i forvejen eksisterer for servering af alkohol på restauranter og værtshuse.

Kommentarer:

Aldersgrænsen for butikssalg af alkohol er sat til 16 år, fordi man går fra at være barn til ung, når man fylder 16 år. 16 år er typisk det tidspunkt, hvor man forlader folkeskolen og går videre på en ungdomsuddannelse. Dvs. man går fra børnelivet til ungdomslivet.

Med hensyn til DSK's bemærkninger om undtagelsen for øl i lovens § 3 kan det oplyses, at det i sin tid var Skatteministeriet, som formulerede bestemmelsen og bemærkningerne hertil i betænkningen over lovforslaget. Begrundelsen for formuleringen var følgende:

”Det foreslås, at aldersgrænsen for indførsel af tobaksvarer og alkoholholdige drikkevarer ved indrejse i Danmark fra andre EU-lande er 16 år. Det foreslås dog samtidig, at øl må indføres uanset alder. Dette skal ses i lyset af, at Rådets direktiv 69/169 med senere ændringer (rejsegodsdirektivet) ikke indeholder aldersrestriktioner ved indførsel af øl fra lande uden for EU. Direktivet indeholder alene en aldersgrænse på 17 år for andre alkoholholdige drikkevarer end øl samt tobaksvarer. Det er opfattelsen, at der ikke bør lægges restriktioner på indførsel af øl fra andre EU-lande, når tilsvarende restriktioner ikke gælder ved indførsel fra tredjelande.”

Lovforslaget har været i høring hos Skatteministeriet, som ikke har haft bemærkninger hertil. Skatteministeriet er blevet gjort opmærksom på høringssvaret fra DSK.

5. Høringssvar vedrørende ændring af loven om forbud mod tobaksreklame m.v.

5.1. Undtagelsesbestemmelsen fra det generelle reklameforbud.

Astma-Allergi Forbundet ser forslaget om en neutral anbringelse af tobaksvarer i forbindelse med salg som et fornuftigt tiltag i forbindelse med at reducere antallet af personer, der ryger.

Børnerådet tilslutter sig den præcisering af tobaksreklameloven, der foreslås.

Coop Danmark kan støtte de foreslåede præciseringer af placering af tobaksvarer. Coop Danmark gør dog opmærksom på en salgsmetode, der vinder stadig større indpas i deres butikker, og som de formoder ikke vil være i konflikt med de foreslåede regler for anbringelse. For at reducere risikoen for tyveri og røveri, er tobaksvarer i nogle butikker at finde i en automat, typisk opstillet i butikkens forområde. Her kan man trække tobaksvarer ved at benytte et ”kort”, som typisk forefindes i tilknytning til kassen og betales ved kassen.

Danmarks Lungeforening er enig i den foreslåede præcisering af undtagelsesbestemmelsen i tobaksreklameloven, således at den bliver i overensstemmelse med den oprindelige mening med den pågældende undtagelsesbestemmelse.

De Samvirkende Købmænd (DSK) finder forslaget om præcisering af undtagelsen fra det generelle reklameforbud ikke bare restriktivt, men også ufleksibelt. Af praktiske hensyn – f.eks. risiko for tyveri – har hovedparten af supermarkederne deres cigaretter placeret i forbindelse med udgangskasser, men et vist antal butikker har i stedet for – eller som supplement – betjente kioskafdelinger. Her bør de to salgformer i butikkerne kunne konkurrere på lige vilkår. Derfor mener DSK, at det bør være tilladt at opsætte displays på montre i de situationer, hvor det er den mulige og ønskede indretning. Man bør være opmærksom på, at risikoen for svind er meget stor, hvorfor det kun sjældent er den rigtige løsning for en butik med display/montre på disken – men muligheden for en sådan eksponering bør efter DSKs opfattelse overlades til den enkelte detaillist.

Diabetesforeningen er positiv over for ændringen af tobaksreklameloven, så den kommer i overensstemmelse med den oprindelige intention med loven.

Forbrugerombudsmanden ser forslaget som en nødvendig præcisering af den pågældende bestemmelse i forlængelse af den af Østre Landsret afsagte dom, som der henvises til i bemærkningerne til lovforslaget.

Forbrugerombudsmanden anfører, at forslaget kun omfatter anbringelse af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder, men ikke selve udformningen af hylder og bokse. Da udformningen også kan have en reklameeffekt, f.eks. hvis hylderne eller boksene til tobaksvarerne får en størrelse og/eller udformning, som kan give en reklameeffekt, foreslår ombudsmanden, at bestemmelsen suppleres med yderligere et punkt med følgende formulering: ”3) og således, at hylderne og boksene ikke får en størrelse og/eller udformning, som giver en reklameeffekt.” Dette punkt 3 er inspireret af de oprindelige lovbemærkninger i L 134 til § 3, stk. 2, nr. 2 og 3.

Lægeforeningen mener, at den foreslåede ændring af tobaksreklameloven er et skridt i den rigtige retning.

Nærbutikkernes Landsforening er ikke enig i, at der kun er tale om en præcisering af gældende ret. Foreningen mener, at der er tale om en kraftig udvidelse af loven. Der gribes ind i deres muligheder for at indrette hver forretning mest hensigtsmæssigt, såvel for ejer som for personale.

Foreningen mener, at det er for stor en begrænsning, når der kun må være bokse, der hænger over kassen, men ikke hylder eller skabe placeret under kassen, eller hvor den enkelte butiksejer måtte finde det mest praktisk. Foreningen mener endvidere, at forslaget ikke tager højde for, at tobaksvarer dækker over et meget bredt sortiment som cigarer, cerutter, cigarillos, pibetobak, tobak til rulning, cigaretter samt røgfri tobak.

Foreningen mener, at tobakskunder ligesom andre kunder er interesseret i at orientere sig om nye produkter. Med de foreslåede regler bliver det langt vanskeligere at orientere tobakskunderne om nye varer. Foreningen mener, at når forslaget er så indgribende, som det er, vil det kræve fysiske ændringer i en række butikker. Foreningen anmoder derfor om, at loven tidligst træder i kraft den 1. oktober 2008.

Tobaksindustrien mener ikke, at forslaget handler om en præcisering af gældende regler, som anført i bemærkningerne til lovforslaget, men at der derimod er tale om en voldsom stramning af de gældende regler om udstilling af tobaksvarer, som vil være indgribende over for landets godt 20.000 tobaksudsalgssteder. Samtidig mener Tobaksindustrien, at forslaget vil forringe konkurrencen og stille forbrugerne ringere. Tobaksindustrien tager derfor kraftigt afstand fra dette forslag.

Tobaksindustrien anfører, at efter gældende regler er udstilling af tobaksvarer tilladt, men at placeringen skal være hensigtsmæssig for en rationel omsætning. Udstyret, der anvendes, må ikke have en reklameeffekt. Med lovforslaget vil der efter Tobaksindustriens opfattelse blive indført meget restriktive regler for, ikke blot hvordan, men også hvor på det enkelte salgssted, tobaksvarer må placeres. Forslaget vil have store konsekvenser. Først og fremmest vil indehaverne af landets ca. 20.000 tobaksudsalgssteder blive frataget friheden til at indrette deres forretning og placere varerne efter, hvad der praktisk og kommercielt giver mening. Hertil kommer, at forbrugernes mulighed for at orientere sig om udvalget af tobaksvarer, herunder nye produkter, forringes. Og endelig forringes konkurrencen mellem såvel mærker som produktkategorier. Ændringerne er efter Tobaksindustriens opfattelse særdeles vidtgående, og der forligger ingen reel begrundelse for, hvorfor et sådant vidtgående indgreb skulle være nødvendigt.

Kommentarer:

Der er opbakning til den foreslåede ændring af tobaksreklamelovens undtagelsesbestemmelse om udstilling af tobaksvarer – bortset fra De Samvirkende Købmænd, Nærbutikkernes Landsforening og Tobaksindustrien.

Som der er redegjort for i bemærkningerne til lovforslaget, er al reklame for tobaksvarer som udgangspunkt og som hovedregel forbudt. Der er ligeledes redegjort for, at den oprindelige hensigt med tilladelsen til udstilling af tobaksvarer på tobaksudsalgssteder var en tilladelse til en helt neutral udstilling af tobaksvarer og prisskilte. Det blev i denne forbindelse understreget i bemærkningerne til det oprindelige lovforslag, at anvendelse af udstyr, så som reoler, hylder, standere o.lign., der på grund af deres størrelse eller udformning ville give en reklameeffekt, ikke ville være tilladt.

Med den af Østre Landsret afsagte dom, der er nævnt i bemærkningerne til lovforslaget, er der skabt tvivl om dette. På denne baggrund foreslås det, at den pågældende bestemmelse ændres, således at det i detaljer kommer til at fremgå direkte af lovteksten, at undtagelsen kun gælder en neutral anbringelse af tobaksvarer.

Forslaget støttes af Coop Danmark. Samtidig oplyser DSK, at hovedparten af deres supermarkeder har deres cigaretter placeret i forbindelse med udgangskasserne, hvilket betyder, at de allerede opfylder kravene i den foreslåede bestemmelse. På denne baggrund er det svært at se, hvorfor der skulle være så store problemer forbundet med den foreslåede ændring af bestemmelsen.

Med hensyn til indvendingerne fra Nærbutikkernes Landsforening om, at der er for store begrænsninger på, hvor det vil være tilladt at anbringe tobaksvarerne, henledes opmærksomheden på, at hylder bag ved kassen, baren eller lignende også omfatter hylder under kassen, baren eller lignende steder. Hvis tobaksvarer anbringes under kassen, disken, baren eller lignende steder, vil kunderne jo ikke kunne se varerne, hvorfor der ikke vil kunne være en reklameeffekt i dette.

Opmærksomheden henledes endvidere på, at formuleringen i lovforslaget om, at tobaksvarer kun må placeres på hylder bag ved kassen, bag ved baren eller lignende også vil tillade, at tobaksvarer anbringes på hylder bag ved betjente kioskafdelinger, idet der jo også her typisk findes betalingskasser.

For at undgå misforståelser er formuleringen i lovtæksten ændret til: ”på hylder og i skabe bag ved eller under kassen, disken, baren eller lignende steder”.

Coop Danmark gør opmærksom på en forholdsvis ny salgsmetode, hvor tobaksvarer anbringes i en automat, typisk opstillet i butikkens forområde, og hvor man kan trække tobaksvarer ved at benytte et ”kort”, som typisk forefindes og betales ved kassen. Dette er der ligeledes taget hensyn til ved en ændring af formuleringen af den pågældende lovbestemmelse.

Med hensyn til DSK’s øvrige bemærkninger skal det ligeledes præciseres, at det aldrig har været tanken at tillade anbringelse af displays på montre, diske og lignende, ligesom formålet med tobaksreklameloven netop er at undgå eksponering af tobaksvarer.

Forbrugerombudsmandens forslag til udformning af hylder og bokse er medtaget i lovforslaget.

For så vidt angår tidspunktet for lovens ikrafttræden, er dette ændret til 1. august 2008 som foreslået af DSK, jf. foran under kommentarerne til pkt. 4.1.

5.2. Forbrugerombudsmandens tilsyn.

Forbrugerombudsmanden anfører, at i lyset af erfaringerne med de sager, som Forbrugerombudsmanden har behandlet siden tobaksreklamelovens ikrafttræden 1. januar 2002, er der behov for et bredere og mere fleksibelt tilsyn på området, svarende til det tilsyn, som Forbrugerombudsmanden udøver i medfør af markedsføringslovens regler med de heri angivne beføjelser for Forbrugerombudsmanden. Det vil give mulighed for en mere bredspektret indsats på området. Forbrugerombudsmanden oplyser, at en tilsvarende tilsynsmodel er valgt i forbindelse med lov om juridisk rådgivning, jf. denne lovs § 3.

Hvis tilsynet udøves i medfør af markedsføringslovens regler, vil det indebære, at tilsynet bliver underlagt et forhandlingsprincip, og at Forbrugerombudsmanden får mulighed for at indbringe sager om forbud for Sø - og Handelsretten i den civile retsplejes former i sager af mere principiel karakter. Endvidere vil Forbrugerombudsmanden kunne nedlægge foreløbigt forbud og meddele administrativt påbud efter reglerne i markedsføringsloven. Der vil også være mulighed for, at Forbrugerombudsmanden kan udstede retningslinier, indhente tilsagn og afgive forhåndsbesked. Endelig vil Forbrugerombudsmanden kunne anmode om tiltalerejsning for overtrædelse af tobaksreklamelovens strafbelagte bestemmelser og udføre tiltalen ved byretterne.

Det nævnte forslag vil kunne gennemføres ved at supplere tobaksreklamelovens § 6 med et nyt punktum: ”Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med lovens overholdelse. Tilsynet føres efter markedsføringslovens regler.”

Kommentarer:

Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse er enig i Forbrugerombudsmandens forslag om behovet for et bredere og mere fleksibelt tilsyn, hvorfor dette forslag er indarbejdet i lovforslaget. Der er ingen begrundelse for, hvorfor man ved tilsynet med markedsføring af tobaksvarer skulle anvende andre principper og fremgangsmåder end dem, der gælder på de områder, hvor markedsføringsloven er gældende.