



Folketingets Europaudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

Besvarelse af spørgsmål 16 alm. del stillet af udvalget den 3. oktober 2018 efter ønske fra Søren Søndergaard (EL).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Ministeren bedes oplyse, om Danmark i overensstemmelse med EU-retten kan indføre et totalforbud imod kommercielle reklamer for alkohol i alle medier, som opererer i Danmark, sådan som Forebyggelseskommissionen i 2009 anbefalede ("Vi kan leve længere og sundere - Forebyggelseskommissionens anbefalinger til en styrket forebyggende indsats", Forebyggelseskommissionen, 2009)

Tlf. 33 92 33 50
Fax. 33 12 37 78
CVR-nr. 10092485
EAN nr. 5798000026001
em@em.dk
www.em.dk

Svar:

Jeg har forelagt spørgsmålet for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, der oplyser følgende:

"Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at det ikke vil være i strid med EU-retten at indføre et forbud mod kommercielle reklamer for alkohol, der er begrundet i hensynet til forbrugernes sundhed. Forbuddet vil dog ikke kunne dække alle medier, som opererer i Danmark.

Markedsføringsreglerne er reguleret i EU ved direktivet om urimelig handelspraksis. Der er tale om et totalharmoniseringsdirektiv, hvilket betyder, at der skal være ens krav til markedsføring i alle medlemsstater således, at virksomheder skal leve op til de samme regler, og forbrugerne møder den samme beskyttelse i alle EU-landene. Det betyder også, at medlemsstaterne ikke må indføre strengere eller mere vidtgående regler end dem, der følger af direktivet inden for direktivets anvendelsesområde.

Medlemsstaterne kan dog selvstændigt fastsætte forbud på områder, der ikke er omfattet af direktivets anvendelsesområde. Det følger af direktivet, at nationale bestemmelser vedrørende produkters sundheds- og sikkerhedsmæssige aspekter ikke er omfattet af direktivets anvendelsesområde. I betragtning 9 til direktivet er det angivet, at medlemsstaterne derfor kan indføre forbud vedrørende handelspraksis, der er begrundet i hensynet til forbrugernes sundhed på medlemsstatens område, uanset hvor

den erhvervsdrivende er etableret, f.eks. i forbindelse med alkohol. Dette er også en naturlig følge af, at direktivets anvendelsesområde er begrænset til de former for handelspraksis, der væsentligt forvrider eller kan forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos forbrugerne.

Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at direktivet om urimelig handelspraksis, ikke er til hinder for et forbud mod kommercielle reklamer for alkohol, da regulering begrundet i hensynet til forbrugernes sundhed falder uden for direktivets anvendelsesområde.

Et forbud vil som udgangspunkt kunne gælde for erhvervsdrivende, som markedsfører sig på det danske marked. Efter e-handelsdirektivet og direktivet om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet) gælder imidlertid et afsenderlandsprincip for markedsføring via internettet, andre online tjenester samt TV og on-demand audiovisuelle medietjenester. Afsenderlandsprincippet betyder, at erhvervsdrivendes markedsføring som udgangspunkt kun skal overholde den lovgivning, som gælder i det land, hvor den erhvervsdrivende er etableret. Hvis fx en tysk erhvervsdrivende via internettet, herunder via sociale medier, markedsfører sig over for danske forbrugere, skal markedsføringen som udgangspunkt kun overholde den tyske markedsføringslov.

Et forbud vil for så vidt angår virksomheder etableret i andre lande derfor ikke kunne dække alle medier, som opererer i Danmark.”

Med venlig hilsen

Rasmus Jarlov