

Alkoholreklam i nya kläder – hänger lagstiftaren med?

- Vad är reklam?
- Alkoholreklam sociala medier & säljställe
- Framtidsspaning



Hjälp oss granska alkoholreklam!

Välkommen till Alkoholleverantörernas granskningsman (AGM). Här kan du läsa om AGM:s uppgifter och ansvarsområden. Du kan också anmäla alkoholreklam.

VAD GÖR AGM?

AGM bevakar hur företag informerar om och marknadsför alkoholhaltiga drycker i Sverige. Om ett företag bryter mot de rekommendationer och lagar som finns för reklam för alkohol- och lättdrycker, har AGM rätt att döma företaget och offentliggöra beslutet.

Vem som helst kan anmäla en reklam till AGM, som utreder, prövar och fattar beslut i ärendet.

VEM ÄR AGM?

Mattias Grundström tillträdde den 1 maj 2011 som ny AGM. Mattias var tidigare ansvarig för tillsynen av marknadsföring av bland annat alkohol på Konsumentverket.

 English
 Svenska



ANMÄL REKLAM HÄR

Senaste pressmeddelandet

- [Pressmeddelande](#)

Här kommer du kunna läsa de senaste pressmeddelandena från Alkoholgranskningsmannen.



Hur arbetar AGM

Information och övervakning.

Agerar på anmälningar men kan också inleda egna ärenden.

Besluten publiceras.

I sista hand vänder sig AGM till myndigheterna.



Vad är marknadsföring?

- Reklam
- Säljfrämjande åtgärder
- Ett passivt saluhållande av varor dvs.
att sälja produkten ifråga

När blir något marknadsföring?

- *Avsättningsfrämjande åtgärder*; allt som en näringsidkare gör i syfte att öka sin omsättning
- Framställningar om näringsidkarens affärsverksamhet eller däri tillhandahållna produkter.
- Varför, inte var eller hur!

Det handlar om alkoholreklam – inte reklam
som visar alkohol.

Kravet på särskild måttfullhet

Vid all marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter skall särskild måttfullhet iakttas.

Reklam- eller annan marknadsföringsåtgärd får inte vara påträngande, uppsökande eller uppmåna till bruk av alkohol.

Marknadsföring får inte rikta sig särskilt till, eller skildra barn eller ungdomar som inte fyllt 25 år.

Kravet på särskild måttfullhet

Reklambegränsningarna är en del av den svenska alkoholpolitiken som syftar till att skydda folkhälsan.

”Marknadsföringen ska inte medverka till att vidmakthålla eller öka konsumtionen av alkohol och inte heller bidra till en positiv inställning till bruket av aktuella varor”
(Marknadsdomstolen).

Kravet på särskild måttfullhet

En avvägning mellan behovet av information om olika produkter samt behovet av att skydda folkhälsan.

Vad behöver jag veta för att kunna välja produkt?

Utformning

Enligt Konsumentverket ska marknadsföringen begränsas till relevanta fakta rörande varan och dess egenskaper, presenterade i så saklig form som möjligt och utan ovidkommande inslag.

Det bör särskilt beaktas att citerade uppgifter tagna ur sitt sammanhang kan anses uppmana till bruk av alkohol.

Utformning

Enligt alkohollagen får en alkoholannons **endast** visa bild på:

- varan eller råvaror som ingår i varan
- enstaka förpackningar
- varumärke eller därmed jämförligt kännetecken

I princip är allt annat förbjudet!

Reklam på säljställe

Det är inte tillåtet med marknadsföring som utgör ett **dominerande inslag i miljön**.

Enligt Konsumentverket inkluderar detta t.ex. iögonfallande affisch eller omfattande varuexponering.

Dominerande inslag i miljön?

- Storlek
- Färg
- Belysning
- Placering
- Lokalens utformning
- Lokalens storlek

Hänger då lagstiftaren med?

- Kravet på särskild måttfullhet gäller **all** marknadsföring oavsett var den görs.
- Kravet gäller förutsatt att lagen tillämpas.
- Följs inte måttfullhetskravet beror den antingen på att lagen inte kan tillämpas **eller** på otillräckliga tillsynsåtgärder.
- AGM har ingripit vid 40 tillfällen 2012.