



## **INSPIRATIONSPUNKTER**

### **[KUN DET TALTE ORD GÆLDER]**

20. september 2018

**Samråd i SUU den 20. september 2018 – Spørgsmål AY-AZ stillet efter ønske fra Flemming Mortensen (S)**

#### **[Spørgsmål AY:]**

*Ministrene bedes redegøre for, om det er lovlig placering af cigaretter, når British American Tobacco laver kontrakter med diskoteker og restaurationslivet, der indebærer, at cigaretterne får en plads i en oplyst montre i baren?*

#### **[Spørgsmål AZ:]**

*Agter regeringen at tage nye politiske værktøjer i brug for at hæmme tobaksindustriens mulighed for at lokke flere unge til at begynde at ryge, når de færdes i nattelivet, eksempelvis i form af øget kontrol med de kontrakter, som tobaksindustrien indgår med restauranter og barer, ved at kræve offentlighed om disse kontrakter eller ved at skærpe kontrollen med måden, tobak udstilles på i nattelivet?*

**[Sundhedsministeren lægger ud ift. spørgsmål til tobaksreklameforbuddet i tobaksreklameloven og regeringens politik på ryge-området generelt. Herefter gives ordet til erhvervsministeren]**

#### **[Indledning]**

- Tak formand, tak for ordet og tak for invitationen til dette samråd i dag om lovlig placering af cigaretter i restauranter, barer og på diskoteker.
- Sundhedsministeren har lige fortalt om, hvordan tobaksreklameloven slår fast, at det ikke er tilladt at reklamere for tobaksprodukter.
- Jeg vil redegøre for håndhævelsen af reglerne i tobaksreklameloven. Jeg vil også kort komme ind på de konkurrencemæssige betragtninger, som Flemming Møller Mortensens forslag om kontrol med og offentliggørelse af kontrakter mellem aktørerne i nattelivet.

#### **[Forbrugerombudsmanden håndhæver tobaksreklameloven]**

- Det er Forbrugerombudsmanden, der som uafhængig myndighed fører tilsyn med, at reglerne i tobaksreklameloven

overholdes. Det vil sige, at det er Forbrugerombudsmanden, der fører tilsyn med, at barer og diskoteker m.v. ikke udstiller tobakken på en måde, der udgør ulovlig reklame.

- Forbrugerombudsmandens uafhængighed betyder, at det er op til Forbrugerombudsmanden at beslutte omfanget af tilsynet. Det sker selvfølgelig i prioritering med Forbrugerombudsmandens øvrige tilsynsområder. Det er også Forbrugerombudsmanden, der beslutter, hvilke konkrete sager, hun vil tage op.
- Forbrugerombudsmandens tilsyn følger et forhandlingsprincip, som sikrer en fleksibel og omkostningsbesparende måde at sikre, at de erhvervsdrivende overholder loven.
- Forhandlingsprincippet betyder, at Forbrugerombudsmanden skal søge at påvirke de erhvervsdrivende til at handle i overensstemmelse med lovens principper for god skik og til at overholde loven i øvrigt.
- Formålet med forhandling er at bringe ulovlig adfærd hurtigt til ophør og at påvirke virksomhedernes fremtidige adfærd generelt.
- Som et eksempel på forhandlingsprincippet, så kan jeg fx henvise til en sag fra 2016, hvor Forbrugerombudsmanden politianmeldte 7-Eleven og House of Prince for deres brug af cigaretbokse bag kasserne i 7-Eleven butikkerne.
- Forbrugerombudsmanden vurderede, at cigaretboksene var i strid med tobaksreklameforbuddet på grund af boksenes størrelse og anvendelsen af lys, grafik og farvesammensætning. 7-Eleven og House of Prince var ikke enige i, at de havde overtrådt loven.
- Efter dialog med Forbrugerombudsmanden valgte selskerne dog at ændre cigaretboksenes layout, så de efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var i overensstemmelse med tobaksreklameloven.

- Det er selvfølgelig ikke altid, at forhandling er vejen frem. Nogle gange, så er det ikke muligt at blive enige med virksomhederne. Det kan også fx være fordi, den konkrete overtrædelse har en sådan karakter, at der må gribes håndfast ind.
- Forbrugerombudsmanden kan derfor også – uden forudgående forhandling – vælge at kræve retsforfølgelse ved at anmelde den pågældende virksomhed til politiet eller lægge sag an mod virksomheden om forbud mod den retsstridige adfærd.
- På den baggrund er det min opfattelse, at Forbrugerombudsmanden har de rette værktøjer til at gå efter de erhvervsdrivende, der ikke overholder tobaksreklameloven.

**[Konkurrencemæssige betragtninger ift. kontrakterne]**

- I spørgsmål AZ spørges der til, om regeringen agter at tage politiske værktøjer i brug for at hæmme tobaksindustriens udbredelse på markedet overfor især de unge.
- Sundhedsministeren har fortalt om regeringens ambitioner i regi af *Røgfri generation 2030*-partnerskabet, som hele regeringen står bag.
- Som konkurrenceminister må jeg også gøre opmærksom på, at cigaretter jo trods alt er lovlige produkter. Det betyder, at vi har en pligt til at sørge for, at der gælder fair og lige spilleregler – også for aktørerne på tobaksmarkedet.
- I forhold til spørgerens *forslag om øget myndighedskontrol med virksomhedernes kontrakter*, så er udgangspunktet herhjemme, at vi har aftalefrihed. Det betyder, at virksomhederne kan aftale, hvad de vil – selvfølgelig under forudsætning af, at det er inden for rammerne af den gældende lovgivning.
- Den gældende lovgivning indeholder – ud over tobaksreklameforbuddet – også et forbud i konkurrencelovgivningen

mod, at virksomhederne indgår konkurrencebegrænsende aftaler.

- Det betyder, at tobaksvirksomhederne – lige som alle andre – ikke må misbruge fx en dominerende stilling på markedet eller indgå aftaler, der har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen på et marked.
- Hvis det viser sig, at en tobaksvirksomhed har indgået en kontrakt, der er i strid med konkurrencereglerne, kan man melde virksomheden til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, der som uafhængig myndighed håndhæver reglerne på konkurrenceområdet.
- Styrelsen beslutter så herefter, om der er grundlag for at undersøge sagen nærmere og starte en sag for overtrædelse af konkurrenceretten.
- Styrelsen kan også selv tage sager om kontrakter, der ikke overholder konkurrencereglerne, op af egen drift. Styrelsen kan også tage den slags sager op efter henvisning fra Europa-Kommissionen eller andre EU-konkurrencemyndigheder.
- Så, vi har altså et veletableret system på plads for konkurrencemyndighedernes kontrol med tobaksvirksomhedernes kontrakter.
- Jeg har ikke noget specielt grundlag for at tro, at der sker flere overtrædelser af konkurrencereglerne på tobaksmarkedet, end man ser i andre brancher. Ud fra en konkurrence-retlig vinkel så er der ikke nogen speciel grund derfor til at skulle øge kontrollen med tobaksvirksomhedernes kontrakter. Altså, rent ud fra et konkurrence-perspektiv.
- I forhold til *forslaget om offentliggørelse af kontrakter mellem aktørerne i nattelivet*, så vil jeg gøre opmærksom på, at kontrakterne kan indeholde legitime forretningshemmelig-

heder, som fx om aftaleparternes økonomiske forhold og forretningsstrategier.

- Hvis vi stiller krav om offentliggørelse af kontrakterne, så vil man også potentielt stille krav om, at virksomhederne skal offentliggøre deres forretningshemmeligheder. Det er måske ikke helt rimeligt. Det vil have en klar *negativ* indvirkning på konkurrencen mellem virksomhederne.
- Det mener vi ikke umiddelbart er en farbar vej.

#### [Afslutning]

- Afslutningsvis, så vil jeg bemærke, at som minister kan jeg ikke gå ind i den konkrete sag om British American Tobaccos placering af cigaretmontre, som spørgeren henviser til. Det er ikke fordi, jeg ikke vil. Det er op til de håndhævende myndigheder – det vil i dette tilfælde sige Forbrugerombudsmanden – at vurdere, om tobaksreklameforbuddet er overtrådt. Det er ikke noget, som jeg bare sådan kan sige, at det er det.
- Jeg vil også bemærke, at jeg er enig med sundhedsministeren i, at det ikke kun er myndighedernes ansvar at nå regeringens mål om en *Røgfri generation 2030*. Det er en bred indsats, som vi alle må bakke op om – både myndigheder og virksomheder m.fl.
- Det er så også derfor, at jeg ikke mener, at vi skal sætte ind med regulering af virksomhedernes kontrakter om placering af tobaksprodukterne eller kræve, at kontrakterne offentliggøres.
- Det var, hvad jeg kunne bringe. Tak for ordet.