



SFS 2002:811

Utkom från trycket
den 29 november 2002

Lag om ändring i tobakslagen (1993:581);

utfärdad den 21 november 2002.

Enligt riksdagens beslut¹ föreskrivs i fråga om tobakslagen (1993:581)²
dels att 1 och 15 §§ skall ha följande lydelse,
dels att det i lagen skall införas en ny paragraf, 14 a §, av följande lydelse.

1 § På grund av de hälsorisker och olägenheter som är förbundna med bruk av tobak meddelas i denna lag bestämmelser om

- begränsning av rökning i vissa lokaler och utrymmen samt på vissa områden utomhus,
- rökfri arbetsmiljö,
- varningstexter och innehållsdeklaration på förpackningar till tobaksvaror,
- begränsningar av handeln med och rätten till införsel av tobaksvaror,
- marknadsföring av tobaksvaror och användning av vissa varukännetecken i marknadsföring av andra varor eller tjänster samt
- produktkontroll m.m. av tobaksvaror.

14 a § En näringsidkare som marknadsför antingen en annan vara än en tobaksvara eller en tjänst till konsumenter får inte använda ett varukännetecken som helt eller delvis används för en tobaksvara eller enligt gällande bestämmelser om varumärken är registrerat eller inarbetat för en sådan vara, om marknadsföringen sker

1. i kommersiella annonser i periodiska skrifter eller i andra jämförbara skrifter på vilka tryckfrihetsförordningen är tillämplig, eller

2. i kommersiella annonser i ljudradio- eller TV-program eller i TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844).

Om en näringsidkare använder ett sådant varukännetecken som avses i första stycket vid marknadsföring till konsumenter på något annat sätt än som där sägs, skall näringsidkaren iaktta den måttfullhet som är betingad av att kännetecknet också kan förknippas med tobaksvaran.

Bestämmelserna i första och andra styckena tillämpas inte

1. i fråga om ett varukännetecken som i endast begränsad omfattning förekommer vid marknadsföring av tobaksvaror,

2. i fråga om ett varukännetecken som framträder i en form som tydligt skiljer sig från utseendet på tobaksvarans kännetecken, eller

¹ Prop. 2001/02:64, bet. 2002/03:KU2, rskr. 2002/03:1.

² Lagen omtryckt 1996:941.

15 §³ En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § eller 14 a § skall vid tillämpningen av 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) anses vara otillbörlig mot konsumenter. En marknadsföringsåtgärd som strider mot 14 § första stycket andra och tredje meningen eller 14 a § första stycket 2 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 22–28 §§ marknadsföringslagen.

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2003.

På regeringens vägnar

MORGAN JOHANSSON

Björn Reuterstrand
(Socialdepartementet)