

## KOMMENTERET HØRINGSNOTAT

### Vedrørende udkast til

- bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter
- bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin

### 1. Hørte myndigheder og organisationer m.v.

Udkast til følgende bekendtgørelser har i perioden 1. juli 2020 til 17. august 2020 været i høring:

- bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter
- bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin

Høringen er sendt til følgende myndigheder og organisationer m.v.:

Advokatrådet, Akademikernes Centralorganisation (AC), Arbejdstilsynet, Arkitektskolen i Århus, Astma-Allergi Forbund, Bagger-Sørensen Gruppen, Becig, Bestyrelsesforeningen for Social- og Sundhedsskoler, Bilfærgernes Rederiforening, Brancheforeningen af Farmaceutiske Industrivirksomheder i Danmark, Brancheforeningen for Privathospitaler og –Klinikker, British American Tobacco, Børnerådet, Center for Hjerneskade, Centralorganisationernes Fællesudvalg (CFU), Coop Danmark, Dagrofa, Danmarks Apotekerforening, Danmarks Farmaceutiske Selskab, Danmarks Lungeforening, Danmarks Privatskoleforening, Danmarks Rederiforening, Danmarks Restauranter og Cafeer (DRC), Danmarks Vejlederforening, Dansk Arbejdsgiverforening (DA), Dansk Automatbranche Forening, Dansk Diagnostika og Laboratorieforening, Dansk e-Damper Forening (DANSK E-DAMPER FORENING), Dansk Erhverv, Dansk Farmaceutisk Industri, Dansk Friskoleforening, Dansk Industri, Dansk Lungemedicinsk Selskab, Dansk Psykiatrisk Selskab, Dansk Selskab for Distriktpsykiatri, Dansk Selskab for Folkesundhed, Dansk Selskab for Patientsikkerhed, Dansk Supermarked, Dansk Sygeplejeråd, Dansk Transport og Logistik (DTL), Danske Erhvervsskoler, Danske Fysioterapeuter, Danske Gymnasieelevers Sammenslutning, Danske Gymnasier, Danske Handicaporganisationer (DH), Danske Landbrugsskoler, Danske

Patienter, Danske Regioner, Danske Skoleelever, Danske SOSU-skoler og Danske SOSU-skoler - Bestyrelserne, Danske Tandplejere, Danske Universiteter, Datatilsynet, De Samvirkende Købmænd, Det Informationsvidenskabelige Akademi og Designskolen i Kolding, Det Kongelige Danske Kunstakademis Skoler for Arkitektur, Deutscher Schul- und Sprachverein für Nordschleswig, Diabetesforeningen, Efterskoleforeningen, Efuma, Ergoterapeutforeningen, Erhvervsakademiernes Rektorkollegium, Erhvervsskolelederne i Danmark, Erhvervsskolernes Elevorganisation, Fag og Arbejde (FOA), Fagligt Fællesforbund – 3F, Farmakonomforeningen, Fertin Pharma, Finanssektorens Arbejdsgiverforening, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Foreningen af Danske Døgninstitutioner for Børn og Unge (FADD), Foreningen af Danske Lægestuderende (FADL), Foreningen af forstandere og direktører ved AMU-centrene, Foreningen af Frie Fagskoler, Foreningen af katolske skoler i Danmark, Foreningen af Kristne Friskoler, Foreningen af Private Uddannelsesudbydere i Danmark, Foreningen af Speciallæger, Forstanderkredsen for Produktionsskoler/Produktionshøjskoler, Fredericia Maskinmesterskole, Funktionærernes og Tjenestemændenes Fællesråd (FTF), Gymnasiernes Bestyrelsesforening, Gymnasieskolernes Inspektorforening, Gymnasieskolernes Rektorforening, Hjerteforeningen, HK - Handel, Hotel-, Restaurant - & Turisterhvervet (HORESTA), House of Oliver Twist A/S, Industriforeningen for generiske lægemidler, Jordemoderforeningen, KFUM' s Sociale Arbejde, Kirkens Korshær, Komiteen for Sundhedsoplysning, Kommunale Tjenestemænd og Overenskomst ansatte (KTO), Kommunernes Landsforening (KL), Kristelig Arbejdsgiverforening, Kristelig Fagbevægelse, Kræftens Bekæmpelse, Københavns Maskinmesterskole og Elinstallatørskole, Landboudom, Landselevbestyrelsen for det pædagogiske område, Landselevbestyrelsen for social- og sundhedsområdet, Landsforeningen af opholdssteder, botilbud og skolebehandlingstilbud (LOS), Landsforeningen af Produktionsskoleledere, Landsforeningen af Ungdomsskoleledere (LU), Landsforeningen Røgfrit Miljø, Landssammenslutningen af Handelsskoleelever, Lederforeningen for VUC, Lilleskolerne, LO – Landsorganisationen i Danmark, Lægeforeningen, Lægemedielindustriforeningen, MARTEC (Maritime Training and Education Centre), Maskinmestrenes Forening, Medicoindustrien, Megros (Foreningen af medicingrossister), Mødrehjælpen, Nærbutikkernes Landsforening, Nærings- og Nydelsesmiddelarbejder Forbundet (NNF), Parallelimportørforeningen af lægemidler, Pharmadanmark, Pharmakon, Philip Morris, Praktiserende Lægers Organisation, Praktiserende Tandlægers Organisation, Private Gymnasier og Studenterkurser, Produktionsskoleforeningen, Professionshøjskolerne, PTU's RehabiliteringsCenter, Rederiforeningen for mindre Skibe, Rederiforeningen af 1895, Rigsrevisionen, Røgfri Fremtid, Rådet for de grundlæggende Erhvervsrettede Uddannelser (REU), Rådet for Socialt Udsatte, Rådet for Voksen- og Efteruddannelse (VEU-rådet), SIMAC, Skole og Forældre, Smoke It, Smoke Solution, Socialpædagogernes Landsforbund, SSP-Samrådet, Sund By Netværket, Sundhedskartellet, Sygeforsikringen " Danmark", Søfartens Ledere, Søfartsstyrelsen, Tandlægeforeningen, Tobaksindustrien, Tobaksproducenterne, Ungdomsskoleforeningen, University Colleges Denmark, VUC Bestyrelsesforening og Aarhus Maskinmesterskole.

Lovforslaget har desuden været offentliggjort på [www.borger.dk](http://www.borger.dk) under Høringsportalen.

Sundheds- og Ældreministeriet modtog høringssvar uden bemærkninger fra: Danmarks Apotekerforening, Danmarks Vejlederforening, Danske Erhvervsskoler og -Gymnasier, Danske HF & VUC, Danske Private Skoler, Finanssektorens Arbejdsgiverforening, Landsorganisationen for sociale tilbud og Rigsrevisionen.

Sundheds- og Ældreministeriet modtog høringssvar med bemærkninger fra: Brancheforeningen for e-cigaretter BECIG, British American Tobacco Denmark, Christian Schmidt, Dansk Erhverv, Dansk Selskab for Folkesundhed, Danske Rederier, Danske Regioner, De Samvirkende Købmænd, Efuma, Foreningen for Dansk Internet Handel, Hjerteforeningen, JTI Denmark, Kræftens Bekæmpelse, Lungeforeningen, Lægeforeningen, Nærbutikkernes Landsforening, Philip Morris, Smoke-It, SSP-Samrådet, Synd By Netværket, Tandlægeforeningen, Tobaksindustrien og Tobaksproducenterne.

Ministeriet modtog i alt 32 høringssvar.

I det følgende foretages en gennemgang af de væsentligste bemærkninger i høringssvarene til de enkelte bekendtgørelser. Ministeriets kommentarer er *kursiverede*.

## **2. Generelle bemærkninger**

### **2.1. Overordnede tilbagemeldinger**

En række af høringssvarerne støtter bekendtgørelserne. Der er tale om høringssvar fra blandt andet Danske Regioner, Dansk Selskab for Folkesundhed, Hjerteforeningen, Kræftens Bekæmpelse, Lungeforeningen, Lægeforeningen, SSP-Samrådet, Sund By Netværket og Tandlægeforeningen. De finder blandt andet, at tiltagene i bekendtgørelserne vil være med til at styrke indsatsen mod børn og unges rygning. En del af disse høringssvar har også understreget vigtigheden af, at bekendtgørelserne sikrer regulering af alle produkter, herunder fremtidige produkter, og at der fortsat arbejdes for forbedringer på tobaksområdet. Derudover nævner de også en række konkrete forslag til yderligere regulering.

Nogle høringssvar finder det positivt, at regeringen ønsker at sætte ind mod unges rygning, men påpeger samtidige negative konsekvenser for blandt andet industrien og detailhandlen, da nogle af tiltagene ifølge disse parter blandt andet er unødigt byrdefulde og svære at gennemføre i praksis. Det drejer sig om høringssvar fra Brancheforeningen for e-cigaretter, British American Tobacco, Dansk Erhverv, Danske Rederier, De Samvirkende Købmænd, Efuma, Foreningen for Dansk Internethandel, JTI Denmark, Nærbutikkernes Landsforening, Philip Morris, SMOKE-IT, Tobaksindustrien og Tobaksproducenterne.

### **2.2. Ikrafttræden og omstilling**

En række høringssvar fra blandt andet detailhandlen og tobaksindustrien efterspørger en længere periode til omstilling. Dette gælder Tobaksindustrien, Nærbutikkernes Landsforening, Danske Rederier, SMOKE-IT, Brancheforeningen for e-cigaretter og British American Tobacco.

Nærbutikkernes Landsforening foreslår en omstillingsperiode på minimum 12 måneder med henblik på, at salgsstederne kan udføre de nødvendige tilpasninger og ændringer.

Danske Rederier mener, at omstillingsperioden som minimum bør følge betingelserne for ikrafttrædelse af standardiserede pakninger.

SMOKE-IT og Brancheforeningen for e-cigaretter mener, at omstillingsperioden bør være mellem 1-5 år, hvilket de beskriver som normal praksis.

British American Tobacco mener, at forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. tidligst skal træde i kraft 6 måneder efter udstedelsen af bekendtgørelserne.

Tobaksindustrien mener ikke, at virksomhederne forsvarligt kan påbegynde omstillingsarbejdet før de endelige regler og de endelige bekendtgørelser med hjemmel heri er udstedt.

*Ministeriets kommentar:*

*Ministeriet bemærker, at bekendtgørelsesudkastene blev sendt i høring meget tidligt i forløbet med henblik på at forberede virksomhederne på omstillingsprocessen. Dertil bemærker ministeriet, at der både i den politiske aftale, lovforslaget (L 61) og bekendtgørelserne lægges op til metodefrihed. På baggrund af dette er det ministeriets vurdering, at der ikke er grundlag for at ændre ikrafttrædelsesdatoen for nærværende bekendtgørelser.*

### **2.3. Erhvervs- og samfundsøkonomiske konsekvenser**

En række høringsparter fra blandt andet industrien og brancheorganisationer giver udtryk for, at online butikker og mindre virksomheder vil rammes særligt hårdt af forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning m.v.

JTI Denmark mener, at forbuddet vil have betydelige økonomiske konsekvenser for dansk detailhandel. De mener, at tiltagene, der skal medvirke til at fjerne reklameeffekt, i højere grad vil ramme mindre- og særligt nye virksomheder, hvilket vil skabe konkurrenceforvriddning. Dertil mener JTI Denmark, at lovforslaget vil ramme netbutikkerne hårdere end de fysiske butikker, og særligt danske netbutikker.

Dansk Erhverv og Foreningen for Dansk Internethandel mener ligeledes, at bestemmelserne særligt vil ramme de online butikker. Dansk Erhverv lægger vægt på, at online butikker skal bruge mange ressourcer på IT-udvikling for at leve op til kravene. British American Tobacco bakker op om dette.

Foreningen for Dansk Internethandel mener, at kravene kan medføre, at netbutikker, der kun sælger fx e-cigaretter, vil lukke, fordi bekendtgørelsens bestemmelser sætter begrænsninger for, hvilke informationer, der må oplyses om på hjemmesiderne.

Tobaksproducenterne mener, at Sundheds- og Ældreministeriet mangler kendskab til tobaksbranchen og de økonomiske konsekvenser, de foreslåede tiltag vil have.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har valgt at imødekomme høringsparterne på en række punkter vedrørende reguleringen af de online salgssteder, blandt andet med henblik på at mindske de økonomiske konsekvenser for virksomhederne. De konkrete ændringer vil blive beskrevet nærmere senere i høringsnotatet under pkt. 3.5.*

*Forbuddet gælder for samtlige produkter, herunder tobaksvarer, tobakssurrogater, urtebaserede rygeprodukter, e-cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin, og alle salgssteder, fysiske såvel som online. Den eneste undtagelse er fysiske specialbutikker, der er specialiseret i salg af piber, pibetobak, cigarer, e-cigaretter og genopfyldningsbeholdere. Formålet med metodefriheden er desuden, at*

*detailhandlen ikke pålægges unødige implementeringsomkostninger blandt andet med henblik på, at mindre salgssteder også kan efterleve bestemmelserne. Endeligt vurderer ministeriet ikke, at bekendtgørelserne skaber konkurrenceforvridning mellem internationale- og nationale online salgssteder, da kravene gælder alle netbutikker, der markedsfører til danske forbrugere, og altså ikke kun danske netbutikker.*

#### **2.4. Inddragelse**

Flere høringsparter kvitterer for den tidlige inddragelse og muligheden for at komme med kommentarer til udarbejdelsen af bekendtgørelserne. Dette gælder Tobaksindustrien, Dansk Erhverv, SMOKE-IT, Philip Morris, De Samvirkende Købmænd, Tobaksproducenterne, Dansk Selskab for Folkesundhed, Tandlægeforeningen, Kræftens Bekæmpelse, Lungeforeningen og Danske Regioner.

Det påpeges dog også i en række høringsvar, at det er vanskeligt at kommentere på bekendtgørelserne, når høringsparterne ikke kender det endelige lovgrundlag, og når lovforslaget ikke er endeligt behandlet af EU-Kommissionen. Dette gælder blandt andre Tobaksindustrien, SMOKE-IT, Brancheforeningen for e-cigaretter og Foreningen for Dansk Internethandel.

Tobaksproducenterne og Brancheforeningen for e-cigaretter opfordrer desuden ministeriet til at indgå i yderligere dialog med branchen.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har valgt at udsende bekendtgørelsesudkastene i høring og dermed inddrage høringsparterne så tidligt som muligt med henblik på at give de forskellige aktører mulighed for at forberede sig på omstillingsprocessen. Ydermere har tobakslovforslaget (L 61), som bekendtgørelserne implementerer, tidligere været sendt i høring i samme høringskreds som bekendtgørelserne. Det skal også bemærkes, at indhold i lovforslag og bekendtgørelser ligger inden for rammerne af den brede politiske aftale om en national handleplan mod børn og unges rygning, som blev indgået i december 2019.*

*Ministeriet vil endvidere bemærke, at høringsparterne er inddraget under hensyntagen til de forpligtelser, der følger af, at Danmark er partsland til rammekonventionen om tobakskontrol (FCTC).*

#### **2.5. Metodefrihed**

En række af høringsparterne beskriver, at de var glade for oplægget til metodefrihed som beskrevet i den politiske aftale, men at ministeriets udkast til bekendtgørelserne går videre end det, der oprindeligt var lagt op til. Dette gælder Nærbutikkernes Landsforening, Dansk Erhverv, De Samvirkende Købmænd, Foreningen for Dansk Internethandel, British American Tobacco og Philip Morris. Flere af disse høringsparter mener, at bekendtgørelserne mangler anerkendelse af private virksomheders selvbestemmelse hvad angår efterlevelse af bestemmelserne. Dette set i lyset af, at produkterne, der omfattes af bekendtgørelserne, fortsat er lovlige. Dertil lægges der vægt på, at metodefriheden også bør gælde online.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har besluttet at imødekomme en række af høringsparternes indvendinger vedrørende de neutrale lister og bestemmelserne for online salgssteder, hvilket vil blive uddybet senere i høringsnotatet under pkt. 3.4. og 3.5.*

### **3. Specifikke bemærkninger**

### 3.1. Produkter omfattet af forbud mod synlig anbringelse og fremvisning

#### 3.1.1. Definitioner i udkast til bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter

En række høringsparter har indvendinger og kommentarer til, hvordan tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter defineredes i bekendtgørelsen og dermed hvilke produkter, der er omfattet af bekendtgørelserne.

En række høringsparter mener, at det i bekendtgørelsens definition af tobaksvarer bør fremgå, at enhver administrationsvej eller måde hvorpå produkterne kan optages er omfattet. Det gælder [Dansk Selskab for Folkesundhed](#), [Danske Regioner](#), [Lungeforeningen](#), [Hjerteforeningen](#), [Lægeforeningen](#) og [Kræftens Bekæmpelse](#). De begrundede dette med, at tobaksindustrien i andre lande har omgået lovgivningen ved at opfinde nikotinholdige produkter, der indtages på andre måder, end det er beskrevet i lovteksten. Derfor finder høringsparterne det nødvendigt at sikre, at bekendtgørelsen rummer alle nuværende produkter og samtidig foregriber kommende produkter. Det foreslås derfor af flere, at der tilføjes "optages" eller "indtages" til definitionen.

[Lungeforeningen](#), [Kræftens Bekæmpelse](#) og [Sund By Netværket](#) er positive over for bekendtgørelsens brede definitioner.

I forhold til definitionen af "tobakssurrogater", påpeger [Hjerteforeningen](#), at det bør overvejes, om "nikotin" omfatter alle tænkelige varianter af kemiske forbindelser, som medfører en indgivelse af nikotin til blodbanen. Her nævner de som eksempel, at det skal sikres, at nikotinsalte er omfattet.

I forhold til definitionen af "urtebaserede rygeprodukter", påpeger [Hjerteforeningen](#), at det bør sikres, at der ved "forbrænding" også forstås pyrolitiske kemiske processer. Som eksempel nævnes, at opvarmet tobak baserer sig på pyrolyse af de organiske forbindelse, hvilket også i teorien vil kunne lade sig gøre med andre organiske produkter. [Lægeforeningen](#) og [Kræftens Bekæmpelse](#) bakker op om dette.

[Lægeforeningen](#) opfordrer yderligere til, at forbuddet også omfatter alle nikotinholdige produkter, som ikke er godkendt som lægemiddel til rygestop. Dette med henblik på at hindre en fremtidig produktudvikling af yderligere sundhedsskadelige nikotinprodukter.

[SSP-Samrådet](#) er tilfredse med, at nikotinprodukter (tobakssurrogater) er omfattet af bekendtgørelserne.

[Philip Morris](#) mener, at den ensartede regulering af alle kategorier af tobaksprodukter kan have den effekt, at danske rygere vil fortsætte med at ryge cigaretter, fordi de har mindre sandsynlighed for at blive opmærksom på andre alternativer. [Philip Morris](#) anbefaler derfor, at det foreslåede fremvisningsforbud begrænses til røgtobak, som fx cigaretter og rulletobak, mens den nuværende lovgivning om neutral placering ved salgssituationer for ikke-forbrændingsbaserede alternativer fastholdes.

*Ministeriets kommentarer:*

*Den foreslåede definition af tobaksvarer er formuleret i overensstemmelse med den foreslåede definition i lov om forbud mod tobaksreklame m.v. i tobakslovsforslaget (L 61) således, at disse produkter er omfattet af bekendtgørelsen, uanset hvordan de indtages. Dette med henblik på at sikre, at også nye produkter, der kommer på markedet, er omfattet af bestemmelsen, uanset om de indtages på andre og nye måder. Dertil omfatter definitionen af tobakssurrogater alle produkter med indhold af nikotin, der ikke er*

tobaksvarer eller e-cigaretter eller er godkendt ved en markedsføringstilladelse efter lov om lægemidler eller EU retslige regler vedrørende humanmedicinske lægemidler m.v. Dermed sikrer bekendtgørelserne også at foregribe kommende produkter med indhold af nikotin. Det bemærkes endvidere, at definitionerne følger af loven.

Det følger af den politiske aftale om en national handleplan mod børn og unges rygning, at forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning skal gælde alle tobaksvarer og elektroniske cigaretter.

### **3.1.2. Definitioner i udkast til bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin**

Dansk Selskab for Folkesundhed, Hjerteforeningen og Lungeforeningen mener, at det bør fremgå af definitionen, at væsken i elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin opvarmes elektronisk i stedet for at blive forbrændt. Dertil påpeger de, at formuleringen "genlades med engangspatroner" kan give anledning til forvirring og bør omskrives. Dette så der ikke hersker tvivl om, hvorvidt det omhandler genoplading eller genopfyldning. Det forslås at udelade ordet "engangspatroner".

*Ministeriets kommentarer:*

*Definitionen af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin følger af Lov om elektroniske cigaretter m.v. (Lov nr. 426 af 18/05/2016). Definitionen er desuden i overensstemmelse med definitionen i EU's tobaksvaredirektiv (2014/40/EU).*

### **3.2. Reklame**

SMOKE-IT har kommentarer til kapitlet om reklame i bekendtgørelsen om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin. SMOKE-IT mener, at bekendtgørelsen mangler tydelige definitioner på, hvilke navne, mærker, symboler, farver osv., der hovedsageligt henvender sig til børn og unge under 18 år.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet bemærker, at bestemmelserne følger af den nuværende bekendtgørelse om kvalitet, mærkning, alderskontrolsystem og reklame m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere m.v. (BEK 499 30/05/2016). Der er således ikke nogen ændringer set i forhold til den nuværende lovgivning hvad angår denne bestemmelse.*

### **3.3. Synlig anbringelse, fremvisning og fremhævnin**

En række høringsparter har kommentarer til bestemmelserne omkring synlig anbringelse og fremvisning samt hvilke redskaber virksomhederne må bruge for at fremhæve produkter.

#### **3.3.1. Placering og skriftstørrelse**

Dansk Selskab for Folkesundhed mener, at det bør tilføjes til kapitlet om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning i begge bekendtgørelser, at produkterne ikke må fremhæves med placering eller skriftstørrelse. Hjerteforeningen, Tandlægeforeningen og Lungeforeningen bakker op om dette.

*Ministeriets kommentarer:*

*Det er ministeriets opfattelse, at fremhævelse gennem placering allerede er omfattet af forbuddet mod synlig anbringelse. Ministeriet har imidlertid præciseret bekendtgørelserne således, at der ved efterlevelse af forbuddet mod synlig anbringelse ikke må benyttes tekst til at henvise til produkter omfattet af forbuddet.*

### 3.3.2. Direkte og indirekte reklame samt farver m.v.

JTI Denmark mener, at bestemmelserne er så upræcise, at forhandlere er i risiko for utilsigtet at bryde dem. Dette gælder blandt andet forbuddet mod brug af indirekte reklame, illustrationer, farver, belysning m.v. JTI Denmark opfordrer derfor til, at dette afsnit omskrives med henblik på at tydeliggøre bestemmelserne for de forretningsdrivende.

British American Tobacco mener ligeledes, at formuleringen af dette afsnit i begge bekendtgørelser er uklar. De mener, at formulering kan medføre, at et skab eller forhæng, der skjuler produkterne, kan opfattes som fremhævet samt at dette begrænser metodefriheden. British American Tobacco mener også, at formuleringen "direkte eller indirekte reklameres for eller oplyses om..." bør omformuleres, så der indsættes "direkte" foran "oplyses om". Dette så bestemmelsen ikke risikerer at ramme for bredt og bliver svær at forholde sig til i praksis. British American Tobacco mener, at det afgørende bør være, at produkterne er skjult mellem køb samt at metoden til at skjule produkterne ikke indrettes på en sådan måde, at det giver reklameeffekt i forhold til resten af salgsstedet.

Philip Morris mener, at det er uklart om alle salgssteder skal erstatte deres interiør før ikrafttrædelsen af bekendtgørelsen, hvis dette indeholder fx en farve jf. bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. at tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter. Philip Morris påpeger, at dette kan være omkostningsfuldt og anbefaler en anerkendelse af metodefriheden.

De Samvirkende Købmænd lægger ligeledes vægt på, at metodefriheden bør anerkendes, og at forhandlerne ikke bør mødes med krav, der medfører yderligere omkostninger.

Nærbutikkernes Landsforening påpeger, at flere af deres medlemmer har et forretningsnavn, hvor ordet "pibe" indgår. De antager, at hverken bekendtgørelsesudkastet eller lovudkastet vil forbyde dette.

Tobaksindustrien foreslår, at tekststykket "direkte eller indirekte reklameres for eller oplyses om, at der sælges tobak, tobakssurrogater eller urtebaserede rygeprodukter på salgsstedet," omformuleres, således at der tilføjes "uopfordret" inden "oplyses om".

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet skal understrege, at hensigten med bestemmelserne er at undgå, at salgsstederne benytter interiør, der er fremhævet i forhold til resten af butikken. Der er således fortsat lagt op til metodefrihed, og salgsstederne kan bibeholde deres nuværende interiør, hvis det muliggør en måde, hvorpå produkterne kan skjules. Det er vanskeligt på forhånd at udspecificere nærmere, hvilke farver m.v., der forbydes, da dette afhænger af salgsstedets øvrige udseende og interiør, og hvordan farverne anvendes. Det er derfor også ministeriets vurdering, at det i højere grad ville kompromittere metodefriheden, hvis kravene var beskrevet mere specifikt i forhold til f.eks., hvilke farver der virker fremhævende, da dette må siges at være kontekstafhængigt ift. det enkelte salgssted. Dog kan der som overordnede eksempler nævnes, at salgsstedet ikke må anvende farver der skiller sig ud fra resten af salgsstedet, eller farvekombinationer, der henviser til eller efterligner tobaksvarer, som fx designet på en cigaret pakke. Ministeriet fastholder formuleringerne i bekendtgørelserne med henblik på at sikre metodefriheden i videst mulig udstrækning.*

*Ministeriet bemærker, at fysiske salgssteder ikke må reklamere for eller oplyse om salg af tobaksvarer m.v. og e-cigaretter m.v., ej heller gennem butiksnavnet på facaden. Fysiske butikker, der er specialiseret i salg af henholdsvis piber, pibetobak og cigarer er dog*



undtaget fra reklameforbuddet, også i forhold til butiksfacader. For fysiske butikker, der er specialiseret i salg af henholdsvis piber, pibetobak og cigarer eller elektroniske cigaretter m.v. fastholdes de gældende krav til butiksnavnet.

Ministeriet har tilføjet, at fremvisning kan ske i forbindelse med forudgående anmodning fra køber. Derudover kan ministeriet henvise til bemærkningerne til lovforslaget, hvori det nævnes, at fremvisning af varerne gerne må ske ved visning af sortiment til kunde på forudgående anmodning, ved genopfyldning af varer, ved vedligeholdelse og rengøring af opbevaringsenheden og i forbindelse med oplæring af personale.

### **3.3.3. Øvrige bemærkninger**

Dansk Erhverv anbefaler, at det i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter skal tydeliggøres, at forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning ikke gælder salg rettet mod virksomheder. Her lægges vægt på, at leverandører og grossister fortsat skal kunne handle med varerne uden unødvendige byrder så længe tobak er et lovligt produkt.

*Ministeriets kommentarer:*

Ministeriet henviser til bemærkningerne til lovforslaget, hvor det er beskrevet, at forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning gælder for detailhandel og ikke i forbindelse med engroshandel.

### **3.4. Lister med neutrale oplysninger**

En række høringsparter fra blandt andet industrien, detailhandlen og brancheorganisationer har kommentarer til bestemmelserne omkring listerne med neutrale oplysninger. Dette omhandlede blandt andet kravene til, hvordan listen skal bygges op samt hvilket layout og skrifttype, der må benyttes.

#### **3.4.1. Fremvisning af listen**

Dansk Erhverv påpeger, at et salgssteds sortiment kan være så stort, at der er behov for mere end én side til at opliste det fulde udvalg. Dansk Erhverv mener desuden, at listen skal kunne hænge fremme ved salgsstedet, med henblik på at undgå unødigt mange opgaver for ekspedienten, der bør fokusere på at håndhæve salgsaldersgrænsen. De henviser til lovgivningen i Norge og England.

*Ministeriets kommentarer:*

Ministeriet har præciseret bestemmelserne vedrørende listen med neutrale oplysninger således, at det tydeligt fremgår, at salgsstedets sortiment gerne må oplistes på mere end én A4-side. Dog skal det understreges, at den opsatte liste kun fysisk må fylde en overflade svarende til ét A4 areal. Såfremt salgsstedets sortiment kræver en liste på mere end én A4-side, må listen således kun placeres på en sådan måde, at den kun fylder en overflade svarende til én A4-side. Dertil har ministeriet i lovforslaget imødekommet, at fysiske salgssteder gerne må placere listen med de neutrale oplysninger ved en ekspeditionsbetjent kasse.

#### **3.4.2. Alfabetisk rækkefølge, produktkategorier og nummerering**

Flere høringsparter fra tobaksindustrien og brancheforeninger fra blandt andet detailhandlen mener, at den alfabetiske opdeling af produkter på den neutrale produktliste kan være uhensigtsmæssig. Det påpeges blandt andet, at en alfabetisk liste vil gøre det svært for kunden at orientere sig grundet sammenblandingen af mange forskellige produktkategorier. Andre bemærker, at det ligeledes vil være uoverskueligt for medarbejderen at orientere sig i en liste sorteret efter alfabetisk rækkefølge.

Nærbutikkernes Landsforening, De Samvirkende Købmænd, Tobaksindustrien, Phillip Morris, British American Tobacco og Dansk Erhverv foreslår derfor, at listen kan opdeles efter produktkategorier og/eller nummereres.

Dansk Erhverv foreslår, at kategorierne evt. kan defineres ud fra SKAT's forskellige afgiftskategorier. British American Tobacco mener, at rækkefølgen på produkterne på listen bør være op til den enkelte forhandler. De påpeger, at en alfabetisk liste kan medføre, at producenterne begynder at spekulere i produktnavne.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har besluttet at imødekomme høringsparterne således, at det vil være muligt at opdele listen med de neutrale oplysninger efter produktkategorier, der er nærmere beskrevet i bekendtgørelserne. Hvis man vælger at opdele listen i produktkategorier, skal produkterne under hver kategori dog fortsat angives i alfabetisk rækkefølge. Dertil ændres bekendtgørelserne således, at hver vare på listen med neutrale oplysninger kan tildeles et nummer.*

### **3.4.3. Skriftstørrelse og type**

Dansk Erhverv mener, at der stilles krav om en meget lille skriftstørrelse på listen med de neutraleoplysninger. Dansk Erhverv påpeger, at denne kan være svær at læse for svagtseende, samt at det ikke giver mening at lave skriften så lille, når listen alligevel kun må vises på købers anmodning. De Samvirkende Købmænd bakker op om, at bekendtgørelsen bør tillade en skriftstørrelse, der er læsbar for svagtseende. Christian Schmidt bemærker ligeledes, at skriftstørrelsen er lille af hensyn til svagtseende, samt at det bør anføres som "skriftstørrelse punkt 12" i bekendtgørelsen. Dertil mener Christian Schmidt, at det er tiltrækkeligt at anføre, at teksten skal skrives med "sort tekst på hvidt papir".

Danske Rederier påpeger, at kravet om at anvende lister med neutrale oplysninger betyder, at rederierne ikke kan anvende egen skrifttype m.v. og derfor må gå i mod deres corporate branding.

*Ministeriets kommentar:*

*Ministeriet har ændret bestemmelserne således, at der blot stilles krav om, at oplysningerne på listen skal fremgå med sort skrift på et hvidt A4-ark i en skriftstørrelse op til 14 pkt. Ministeriet har desuden ændret bestemmelserne således, at der ikke stilles krav om specifik skrifttype, men at der skal benyttes samme skrifttype og skriftstørrelse hele listen igennem.*

*Ministeriet vurderer, at det vil være uhensigtsmæssigt at tillade virksomheder anvende egne logoer m.v. på listen, da dette kan medvirke til at fremhæve og skabe blikfang, uagtet om det er virksomhedens hensigt eller ej.*

### **3.4.4. Hvilke oplysninger må fremgå i fysiske butikker**

Phillip Morris mener, kombinationen af forbud mod synlig anbringelse og fremvisning sammen med kravet til listen med neutrale oplysninger, får forbrugerne til at vælge ud fra eksisterende vaner frem for at foretage et oplyst valg om de produkter, de køber. Phillip Morris mener, at forbrugerne deraf efterlades med indtrykket af, at alle produkter er lige skadelige. Phillip Morris anbefaler, at forhandlere tillades at formidle om resultater fra alle nuværende og fremtidige videnskabelige studier.

Philip Morris anbefaler yderligere, at det på den neutrale liste tillades at oplyse om produktets navn, nummer, gram, milliliter og pris, så forbrugerne kan differentiere mellem forskellige typer af produkter.

*Ministeriets kommentarer:*

*Hvad angår information om den relative skadevirkning af forskellige produkter vil ministeriet henvise til Sundhedsstyrelsen, der oplyser, at en række af de forhold, som industrien peger på, vedrørende eksempelvis skadelighed af et produkt, ikke er baseret på uafhængig forskning, ligesom der generelt mangler forskning på de specifikke produkter.*

*Sundhedsstyrelsen har samtidig bemærket, at der er tale om produkter, der indeholder tobak og/eller nikotin og som indeholder en række helbredsskadelige stoffer, samt at nikotin i sig selv er afhængighedsskabende og kan have en skadelig effekt på særligt unges hjerner.*

*Det er på denne baggrund Sundhedsstyrelsens vurdering, at det ikke er muligt i dag at sige noget entydigt om en potentiel eller specifik helbredsskade ved de nyere tobaks- eller nikotinprodukter. Samtidig oplyser Sundhedsstyrelsen, at et tobaks- eller nikotinprodukt bør vurderes ud fra, hvorvidt det selvstændigt er helbredsskadeligt, både for det enkelte individ og på befolkningsniveau.*

*Det er ikke nyt, at der er regler for, at tobaks- og nikotinprodukter ikke må promoveres som værende eksempelvis mindre skadelige eller havende en positiv sundhedsmæssig virkning.*

*Ministeriet fastholder på baggrund af ovenstående de øvrige krav til, hvilke neutrale oplysninger, der må fremgå af listen. Følgende oplysninger må fremgå af listen:*

- 1) varemærke og produktnavn,*
- 2) antal, vægt, størrelse og volumen samt*
- 3) pris.*

### **3.5. Online-salg**

#### **3.5.1. Regulering af online salgssteder**

Dansk Erhverv og Foreningen for Dansk Internethandel mener, at reguleringerne vedrørende fremvisning online strider med principperne for agil erhvervsrettet regulering. Dansk Erhverv mener, at de detaljerede krav griber unødvendigt ind i netbutikkernes måde at opbygge deres hjemmeside på, hvilket vil kræve ekstra IT-udvikling og gøre det sværere at navigere på hjemmesiden. Dansk Erhverv mener, at princippet om metodefrihed bør gøres gældende for netbutikker på samme måde som for fysiske butikker.

British American Tobacco mener, at det vil medføre betydelig retsusikkerhed, hvis fysiske og online salgssteder reguleres efter de samme bestemmelser. British American Tobacco påpeger, at der kan være tale om en dobbeltregulering idet forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning gælder for både fysiske og online salgssteder, mens online salgssteder er reguleret særskilt i kapitlet vedrørende salg via digitale løsninger og online. British American Tobacco mener, at online butikker udelukkende bør reguleres efter kapitlet om salg via digitale løsninger.

Philip Morris mener, at bestemmelserne om salg via digitale løsninger og online i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter strider med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens krav om, at onlinebutikker skal informere forbrugeren om de

væsentligste kendetegn ved de produkter, der sælges. Philip Morris mener, at dette også bidrager til en forskel mellem kravene til fysiske salgssteder og online salgssteder, idet forbrugeren har mulighed for at stille spørgsmål til salgspersonen og se produktet i de fysiske butikker.

JTI Denmark mener ligeledes, at de foreslåede bestemmelser omkring forbud mod synlig anbringelse og fremvisning vil ramme danske netbutikker hårdere end fysiske butikker og udenlandske netbutikker.

Brancheforeningen for e-cigaretter mener, at forbuddet mod internetvisninger ved søgning alene vil ramme danske udbydere, og at al trafik fra danske søgninger derfor vil lande på udenlandske websites. Brancheforeningen for e-cigaretter mener, at dette vil fjerne grundlaget for internetsalg på danske hjemmesider. Brancheforeningen for e-cigaretter anbefaler derfor, at fremvisningsforbuddet alene omfatter fysiske butikker, der ikke er defineret som specialbutikker.

Christian Schmidt mener, at det er uklart, hvorvidt reglerne for synlig anbringelse og fremvisning m.v. også gælder for fysiske salgssteder, der ønsker at bringe beskrivelsen af deres produkter på deres hjemmeside, selvom produkterne ikke kan købes via hjemmesiden.

Efuma mener, at det er uklart, hvad der menes med "firmahjemmesider" og "firmasider på sociale medier" i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter. Efuma mener, at det bør specificeres, at dette ikke gælder ved engroshandel.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har efter en samlet afvejning besluttet at imødekomme nogle af høringsparternes indsigelser vedrørende kravene til opbygning af hjemmesider m.v., så virksomhederne i højere grad kan bibeholde deres egen hjemmeside opbygning samt en række købsfunktioner. Dette vil blive uddybet under pkt. 3.5.2 og 3.5.4.*

*Som tidligere nævnt er det ministeriets vurdering, at bekendtgørelserne ikke vil skabe konkurrenceforvridning, hverken mellem fysiske og online salgssteder, eller mellem udenlandske og danske internetbutikker. Alle online salgssteder, der markedsfører til danske forbrugere, er underlagt bekendtgørelsernes bestemmelser. Dermed reguleres de udenlandske online salgssteder på lige fod med de danske, såfremt de markedsfører deres produkter til danske kunder. Derudover vil ministeriet bemærke, at målet med lovforslaget, og dermed bekendtgørelserne, er at mindske tilgængeligheden af de omfattede produkter for børn og unge i så vid udstrækning, det er muligt. At kunder i fysiske butikker har mulighed for at stille spørgsmål til forhandleren, og dermed principielt modtage flere oplysninger end det er muligt ved internethandel, skal således ikke opfattes som en positiv særbehandling af de fysiske butikker. Dette er snarere en naturlig konsekvens af, hvordan det i praksis vil være muligt at efterleve bestemmelserne for henholdsvis fysiske og online salgssteder. For at imødekomme ønsket om at kunne fremvise flere informationer om produkterne ved salg online, er bekendtgørelserne justeret, således at det bl.a. er muligt at gengive de informationer, som fremgår af pakken.*

*I forhold til høringssvaret fra Christian Schmidt bemærker ministeriet, at forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning relaterer sig til salgssteder. Det vil sige, at hjemmesider, hvor der ikke foregår salg af de omfattede produkter, ikke vil være omfattet af forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning. Dog bemærkes det, at pågældende hjemmesider*

*fortsat er underlagt reklamereglerne for henholdsvis tobaksvarer m.v. og elektroniske cigaretter m.v.*

*I forhold til høringsvaret fra Efuma har ministeret besluttet at præcisere bekendtgørelserne således, at forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning gælder for online salgssteder, som sælger til eller henvender sig til forbrugere.*

### **3.5.2. Liste med neutrale oplysninger ved online salg**

Dansk Erhverv mener, at krav om udformning af neutral prisliste online er unødigt detaljeret reguleret, og at oplysningerne godt kan opstilles neutralt uden at følge de angivne krav. Dansk Erhverv mener, at forbuddet mod at angive eller ledsage oplysninger med illustrationer, billeder, farver m.v. vil tvinge virksomheder til at lave deres hjemmesider om, hvilket vil have omkostninger, som der ikke tages hensyn til i lovforslaget. I tråd med dette mener Foreningen for Dansk Internethandel, at forbuddet mod at angive eller ledsage oplysninger med illustrationer, billeder, farver m.v. kan udelades.

Dansk Erhverv og Foreningen for Dansk Internethandel mener, at det er uklart, hvorvidt oplysninger om tobaksvarerne må fremgå af netbutikkernes normale setup, eller om det skal downloades som en separat liste.

Dansk Erhverv mener, at kravene til de neutrale lister kan ende med at have den modsatte effekt, fordi det vil fremhæve tobaksvarerne, som layoutmæssigt sættes anderledes op end resten af hjemmesiden. Foreningen for Dansk Internethandel og De Samvirkende Købmænd bakker op om dette.

Endeligt mener Dansk Erhverv, at en lille skriftstørrelse kan medføre, at kunder foretager fejlkøb, hvilket vil være skadeligt for kunden såvel som butikken. Dansk Erhverv anbefaler, at det vejledende princip for netbutikkerne ændres til, at de skal sikre, at tobaksvarer skal opsøges aktivt før de præsenteres, og i så fald uden billeder eller anden fremhævning. Her lægger de vægt på, at metodefriheden også bør gælde online.

De Samvirkende Købmænd mener, at de vigtigste er, at varerne præsenteres uden billeder, logo eller anden fremhævning.

Christian Schmidt mener det er tilstrækkeligt at anføre, at teksten skal anføres med sort tekst på hvid baggrund, da der anvendes andre farvekoder digitalt end ved tryk. Dertil påpeger Christian Schmidt, at det er svært at anføre en skriftstørrelse, der giver mening på både mobiltelefon og computerskærm. Christian Schmidt anbefaler derfor, at skriftstørrelsen skal vises i "standardstørrelse".

Hjerteforeningen mener, at det bør tilføjes, at skriftstørrelse og placering af teksten ikke må bruges til at fremhæve produktet.

Philip Morris mener, at kravet om neutrale lister online medfører, at det bliver nemmere at sælge ulovlige tobaksprodukter på nettet, idet kriminelle nemt kan lave en hjemmeside, der virker legitim for den almene bruger. Philip Morris mener desuden, at forbuddet mod at benytte diverse virkemidler til at give indtrykket af at bestemte produkter er mindre skadelige krænker informationsfriheden for alternative produkter. Philip Morris anbefaler, at hjemmesider tillades at fremvise produkter og deres mest essentielle karakteristika, hvis sådanne informationer kun kan tilgås af registrerede brugere, der er aldersverificeret, fx ved brug af Nem-ID, og hvis sådan information kun vises, når forbrugeren aktivt efterspørger det.

British American Tobacco har samme synspunkt vedrørende udformningen af den neutrale liste online som for fysiske butikker, og mener således, at det bør være op til den enkelte forhandler at bestemme rækkefølgen på produkterne.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har tilpasset bekendtgørelserne på baggrund af høringssvarene. Bestemmelserne vedrørende neutrale oplysninger på online salgssteder er i bekendtgørelserne blevet ændret således, at oplysningerne ikke nødvendigvis skal angives på en separat neutral liste, men at de online salgssteder i højere grad tillades at bibeholde deres vanlige layout end det var tilfældet under de tidligere foreslåede bestemmelser. Dermed må oplysningerne gerne fremgå af hjemmesidens normale opbygning frem for at skulle downloades som et separat dokument. Det fastholdes dog, at oplysningerne ikke må fremhæves eller være iøjnefaldende. Samtidig er det beskrevet, at oplysningerne skal angives med samme skriftfarve, skrifttype og skriftstørrelse, som der generelt benyttes ved visning af produkter på hjemmesiden. Det fastholdes ligeledes, at oplysningerne ikke må ledsages af illustrationer, billeder, farver, logoer, symboler eller anden tekst.*

*Ministeriet bemærker endeligt, at det som følge af ovenstående lempelser er fundet nødvendigt at tilføje, at oplysningerne om de omfattede produkter ikke må fremgå af salgsstedets forside, dog således at produktkategorierne gerne må angives på forsiden. De enkelte produktkategorier er nærmere beskrevet i bekendtgørelserne.*

### **3.5.3. Hvilke oplysninger må fremgå ved online salgssteder**

Efuma mener, at det er nødvendigt at kunne beskrive e-cigaretter med flere oplysninger end de tre oplysninger, der er oplistet udkastet til bekendtgørelse (produkt navn, antal, gram eller ml. og pris). Efuma mener, at det ved online handel af e-cigaretter er nødvendigt at kunne beskrive produktet med mere end disse oplysninger, da der ved online handel ikke er en specialist til stede, som kan tage stilling til disse oplysninger på vegne af forbrugeren. Dertil mener Efuma generelt, at disse informationer ikke kan identificere en e-cigarett.

SMOKE-IT mener, at begrænsningen af, hvilke oplysninger der må fremgå vil medføre, at forbrugerne enten opgiver at købe produkter, køber produkter de ikke har den påkrævede viden om eller tyer til handel på tværs af grænserne. Dette begrundes ligeledes med, at forbrugeren er tvunget til selv at have kendskab til samtlige produkter på listen.

British American Tobacco mener, at det for salg af e-cigaretter online bør være muligt at oplyse om produkternes anvendelse, vedligehold, sikkerhed, allergier, bortskaffelse og lignende, da e-cigaretter fortsat er et forholdsvist nyt produkt.

Philip Morris mener, at hjemmesider bør tillades at fremvise produkter, der ikke baseres på tobaksafbrænding og deres karakteristika, inklusive informationer om risiko såfremt forbrugeren er aldersverificeret og fremvisningen sker på forbrugers anmodning. Dette begrundes med, at en ensartet regulering vil medføre, at voksne rygere skærmes for information om alternative produkter.

Dansk Selskab for Folkesundhed mener, at det på hjemmesider bør være forbudt at fremhæve påstande om helbredsfordele ved e-cigaretter idet der ikke foreligger dokumentation herfor. Hjerteforeningen bakker op om dette.

*Ministeriets kommentarer:*

Ministeriet har efter en samlet afvejning besluttet at imødekomme høringsparterne således, at kravene til, hvilke oplysninger, der må fremgå ved salg af e-cigaretter og nikotinbeholdere online lempes af hensyn til forbrugernes sikkerhed. Det vil således være muligt at oplyse køber om de oplysninger, der fremgår af varens emballage samt tekniske oplysninger, der gør kunden i stand til at vurdere, hvilke andre produkter varen er kompatibel med. Det bemærkes dog også, at der med produkterne følger brugsanvisning, der kan vejlede forbrugerne, hvorfor ministeriet ikke finder grundlag for at lempe reglerne yderligere.

For tobaksvarer m.v. har ministeriet ændret bestemmelserne tilsvarende.

Vedrørende den relative skadesvirkning fremgår det af bekendtgørelserne, at der ved online salg ikke må gives indtryk af, at de omfattede produkter har en mindre skadelig effekt end andre produkter eller har andre helbredsfordele.

#### **3.5.4. Købsfunktioner m.v.**

Dansk Erhverv mener, at en streng tolkning af fremvisningsforbuddet betyder, at netbutikkerne ikke længere kan benytte "læg-i-kurv" knapper og lignende. Dertil mener Dansk Erhverv at netbutikkerne må deaktivere deres sorteringsmekanismer specifikt for tobak, som kunderne ellers kan bruge på bl.a. pris eller popularitet.

Foreningen for Dansk Internethandel mener ligeledes, at efterlevelse af reglerne vil gøre det sværere at navigere på hjemmesiden. Foreningen for Dansk Internethandel viser eksempler fra nemlig.com, hvor de mener det er lykkedes at anonymisere produkterne uden at efterleve bekendtgørelsens bestemmelser.

British American Tobacco mener, at bekendtgørelserne bør indeholde nærmere og mere operative retningslinjer for, hvordan en online forhandler kan indrette sin webshop i overensstemmelse med reglerne. British American Tobacco mener, at bestemmelserne i deres nuværende form vil kræve specialudvikling af hjemmesider i forhold til opbygning og købsflow, hvilket vil være vanskeligt for online forhandlere at nå inden bekendtgørelserne er sat til at træde i kraft. British American Tobacco mener, at det bør være muligt, at have en neutral "drop down" menu og at kunne klikke sig videre på de enkelte produktnavne på den neutrale liste. British American Tobacco mener også, at det for onlinebutikker, der også sælger andre varer end tobaksvarer bør være muligt at have en neutral fane med overskriften "tobak", "tobakssurrogater", "urtebaserede rygeprodukter" og "e-cigaretter".

*Ministeriets kommentarer:*

Ministeriet har besluttet at imødekomme høringsparterne, så det bliver muligt for de online salgssteder at bibeholde en "læg-i-kurv" funktion eller andre forhold, der vedrører hjemmesidens funktion og sikrer webtilgængelighed.

#### **3.5.5. Aldersverifikation**

Philip Morris, JTI Denmark og Brancheforeningen for e-cigaretter foreslår, at forbud mod synlig anbringelse og fremvisning ikke gælder for salg på nettet, når køberen har verificeret sin alder på en troværdig måde, fx ved brug af Nem-ID.

*Ministeriets kommentarer:*

Ministeriet bemærker, at der med den politiske aftale lægges op til, at alle tobaksvarer m.v. og elektroniske cigaretter m.v. skal være skjult på alle salgssteder, herunder på internettet, indtil en forbruger konkret efterspørger dem. I bemærkningerne til lovforslaget (L 61) uddybes det, at dette forslag særligt er målrettet de købere, der ikke

allerede er faste forbrugere af tobaksvarer m.v. og elektroniske cigaretter m.v. Forslaget er derfor ikke kun rettet mod børn og unge, men købere generelt, der ikke allerede er faste forbrugere af disse produkter, som beskrevet i bemærkningerne. Det er derfor ministeriets vurdering, at det vil være i strid med hensigten bag forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning, hvis online salgssteder undtages fra dette efter aldersverificering med fx Nem-ID.

Endvidere bemærkes det, at bestemmelserne for forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning er udarbejdet således, at produkterne er skjult for kunderne i så vidt et omfang, det er muligt og praktisk håndterbart. At fysiske salgssteder jf. bestemmelserne tillades at fremvise produkterne mod købers anmodning og efter aldersverifikation skal således ikke tolkes som en positiv særbehandling af de fysiske salgssteder frem for de online salgssteder. Dette er snarere en nødvendighed for, at udstillingsforbuddet er muligt at efterleve i praksis for de fysiske salgssteder. Da online salgssteder ikke vil møde tilsvarende praktiske udfordringer, fastholdes udstillingsforbuddet for salg online.

### **3.5.6. Særlige rabatter, reklame og rygestoppakker m.v.**

Dansk Selskab for Folkesundhed påpeger i høringsvaret til bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin, at der bør være særlig opmærksomhed på virksomheders mulighed for reklame online. Dansk Selskab for Folkesundhed mener ikke, at det bør være muligt at reklamere med rabatter eller særlige services som fx hurtig levering. Dertil bør det ifølge Dansk Selskab for Folkesundhed være forbudt at reklamere for rygestoppakker og rygestop, også online, da e-cigaretter ikke er godkendt som rygestopmiddel, og fordi startpakker kan appellere til børn og unge. Endeligt mener Dansk Selskab for Folkesundhed, at det bør være forbudt at fremhæve påstande om helbredsfordele ved bestemte produkter, da der ikke foreligger dokumentation for dette. Hjerteforeningen, Tandlægeforeningen og Lungeforeningen bakker op om ovenstående.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet bemærker, at det allerede fremgår af bekendtgørelserne, at online salgssteder ikke må give indtryk af, at både tobaksvarer m.v. og e-cigaretter m.v. har en sundhedsgavnlig effekt, er mindre skadelige end andre produkter, eller har andre gavnlige effekter eller fordele. På baggrund af høringsvarene har ministeriet besluttet at tilføje til bekendtgørelsen for elektroniske cigaretter m.v., at der ikke må gives indtryk af, at de omfattede produkter kan fungere som et rygestopmiddel.*

*Bekendtgørelserne medfører ikke et generelt forbud mod services som fx hurtig levering, Det generelle reklameforbud gælder også ved salg online.*

## **3.6. Specialbutikker**

### **3.6.1. Definition**

Dansk Selskab for Folkesundhed mener, at "hovedsageligt" bør slettes fra definitionen i bekendtgørelsen for tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter, da det kan gradbøjes og er svært at håndhæve. Hjerteforeningen, Tandlægeforeningen og Lungeforeningen bakker op om dette.

Lægeforeningen er uforstående over for, at specialbutikker der sælger piber m.v. er undtaget forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning.

Kræftens Bekæmpelse opfordrer til, at definitionen præciseres, så det fremgår at disse butikker udelukkende må sælge piber, pibetobak og cigarer. Lægeforeningen og Kræftens Bekæmpelse mener, at formulering som minimum bør præciseres, så det fx fremgår, at 90% af omsætningen skal være baseret på salg af piber, pibetobak og cigarer. Sund



By Netværket bakker op om dette, men specificerer at minimum 90 % af salgsstedets totale omsætning skal komme fra tobaksvarer, tobakssurrogater, e-cigaretter og andre lignende produkter. Hjerteforeningen foreslår også, at det fysiske salgssteds indtægter fra tobaks- og nikotinprodukter kan bruges som mål for definitionen af en specialbutik, men de nævner ingen specifik procentsats.

Flere høringsparter fra detailhandlen og tobaksindustrien påpeger ligeledes, at brug af ordet "hovedsageligt" gør definitionen af specialbutikker for uklar, mens andre mener definitionen er for snæver.

De Samvirkende Købmænd opfordrer til en mere præcis definition af, hvad der menes med "hovedsageligt". Brancheforeningen for e-cigaretter påpeger, at dette ligeledes gør sig gældende for definitionen af specialbutikker i bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin, hvor ordet "hovedsageligt" også anvendes.

Brancheforeningen for e-cigaretter opfordrer til, at specialbutikker defineres ved, at der ikke sælges røgtobak på salgsstedet.

Nærbutikkernes Landsforening mener, at bekendtgørelsen går videre i definitionen af en specialbutik end hvad partierne havde aftalt, og de opfordrer ministeriet til at genoverveje dette.

Tobaksindustrien mener, at definitionen af specialbutikker er for snæver. Tobaksindustrien påpeger, at man risikerer at butikker, der også sælger fx vin og chokolade, ikke længere kan anses som specialbutikker. Tobaksindustrien påpeger yderligere, at man synes at implementere bestemmelser til at gælde specialforretninger for cigarer, pibe og pibetobak til trods for, at den politiske aftale eksklusivt forbeholder disse bestemmelser specialforretninger for e-cigaretter.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet vil indledningsvist bemærke, at definitionen af specialbutikker i bekendtgørelsesudkastet fulgte af definitionerne som angivet i lovforslaget, som det så ud, da den blev fremsat. Definitionen af butikker specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer er imidlertid ændret i form af et ændringsforslag, hvorefter et salgssted vil skulle anses for at være specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer, når stedet fører et bredt udvalg heraf. Herudover vil sådanne specialbutikker have mulighed for at kunne sælge specialvarer i øvrigt, der ikke appellerer til børn og unge. Det kan for eksempel være vin og spiritus, kaffe, chokolade samt andre specialiteter. Det fremgår af bemærkningerne til ændringsforslaget, at der tilsigtes en afgrænsning, der svarer til den hidtidige afgrænsning af specialbutikker. Dette er nu også tilpasset i bekendtgørelsen.*

*Sælger butikken andre tobaksvarer i meget begrænset omfang, er disse varer omfattet af forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning. En almindelig kiosk eller butik med bredere sortiment vil ikke være at betragte som en specialbutik.*

*For salgssteder specialiseret i salg af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere, er definitionen fastholdt.*

### **3.6.2. Specialbutikker for andre varer**

To høringsparter mener, at definitionen af specialbutikker i bekendtgørelserne bør udvides til at omfatte en række andre tobaksvarer og tobakssurrogater.

Efuma mener, at forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning på lige vilkår ikke bør gælde for salg af tobakssurrogater på fysiske salgssteder, hvor man er specialiseret i salg af disse, når stedet udelukkende eller hovedsageligt sælger e-cigaretter og tobakssurrogater. Efuma opfordrer til, at dette tilføjes til bekendtgørelse om

forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter.

Phillip Morris anbefaler, at specialforretninger for opvarmet tobak bør undtages for regulering på samme måde som andre specialforretninger.

*Ministeriets kommentarer:*

*Undtagelsen for specialbutikker, der sælger piber, pibetobak og cigarer hhv. elektroniske cigaretter, følger af den politiske aftale om en national handleplan mod børn og unges rygning.*

### **3.6.3. Regulering**

Dansk Selskab for Folkesundhed mener, at det i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter bør fremgå, at små cigarillos og cigarer ikke må sælges i specialbutikker. Her henvises der til, at tobaksindustrien i andre lande har forsøgt at omgå lovgivningen ved at producere cigarillos og cigarer, der i virkeligheden er cigaretter, der kan inhaleres. Danske Regioner bakker op om dette. Hjerteforeningen mener ligeledes, at det bør defineres, hvilke tobaksvarer der er omfattet.

Tobaksindustrien er uforstående over for reguleringen af specialbutikker for cigarer, piber og pibetobak i forhold til både fremvisning og reklame inde i forretningerne.

Tobaksindustrien påpeger i den forbindelse, at bekendtgørelsen implementerer bestemmelser, der i den politiske aftale var forbeholdt specialforretninger for e-cigaretter. Tobaksindustrien foreslår, at specialbutikkerne undtages fra bestemmelserne vedrørende neutrale oplysninger om varer og priser, dog således at de skal have det påbudte skilt ophængt i forretningen, som oplyser om aldersgrænsen for køb af tobak. Dette begrundes med, at kunderne lovligt må se varerne uden at have spurgt herom, og at en neutral prisliste derfor synes overflødig.

Tilsvarende for e-cigaretter mener SMOKE-IT, at det er uklart, hvorfor specialforretninger er underlagt bestemmelserne om neutrale oplysninger om varer og priser i bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin, når de er undtaget fra forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning. Brancheforeningen for e-cigaretter bakker op om dette. SMOKE-IT mener desuden, at hvis man udelukkende tillod salg af e-cigaretter i specialforretninger, kunne alle disse tiltag have været overflødige.

De Samvirkende Købmænd mener, at myndighederne bør forholde sig til, om specialbutikker kan fungere som "posthuse" og efterspørger bestemmelser på dette område, der sikrer specialbutikkernes deres fortsatte eksistens, men uden smuthuller for kioskbranchen.

*Ministeriets kommentarer:*

*I forhold til høringssvaret fra Dansk Selskab for Folkesundhed vedrørende cigarillos m.v. skal ministeriet bemærke, at der med den politiske aftale er lagt op til at følge udviklingen, og sundheds- og ældreministeren gives med lovforslaget bemyndigelse til at kunne fastsætte regler om, hvilke produkter, der falder ind under betegnelsen piber, pibetobak og cigarer ift. specialbutikkerne. Bemyndigelsen vil kunne anvendes, såfremt udviklingen i markedet tyder på, at visse produkttyper begynder at appellere til børn og unge.*

*Ministeriet bemærker, at specialbutikker ikke er omfattet af bestemmelserne vedrørende listen med neutrale oplysninger.*

*I forhold til, hvorvidt specialbutikker må fungere som post- og pakkeudleveringssteder, bemærker ministeriet, at dette område ikke har været en del af den politiske aftale og derfor ikke reguleres i nærværende bekendtgørelser.*

#### **3.6.4. Reklame**

Som kommentar til begge bekendtgørelser mener Dansk Selskab for Folkesundhed, at der bør være forbud mod at reklamere med bannere og lignende på fortovet, at det bør være forbudt at opstille plakater og lignende af personer, der bruger produkterne samt at produkterne ikke bør ligge synligt i vinduet eller tæt på vinduet, men kun være udstillet inde i butikken. Hjerteforeningen, Tandlægeforeningen og Lungeforeningen bakker op om dette.

Tobaksindustrien mener ikke, at det præsenterede reklameforbud for specialbutikker i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter er i overensstemmelse med lovudkastet, der giver ministeren mandat til at fastsætte nærmere regler for, hvordan der må reklameres i specialbutikker og på facaden. Tobaksindustrien mener ikke, der er belæg eller faglig begrundelse for at indføre reklameforbud i specialbutikkerne. Tobaksindustrien påpeger derudover, at specialforretninger ofte benytter glasmontere med lys, hvilket de antager ikke vil udgøre ulovlig visning.

British American Tobacco påpeger, at kravene til butikker, der er specialiseret i salg af e-cigaretter ikke svarer til de tilsvarende krav til butikker, der er specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer. British American Tobacco mener ikke, at denne forskel stemmer overens med, at Sundheds- og Ældreministeriet tidligere har tilkendegivet, at der bør være overensstemmelse mellem reklamereglerne for henholdsvis tobaksprodukter og e-cigaretter. British American Tobacco mener, at det for e-cigaretter bør være afgørende, om forhandleren har benyttet sig af elementer, der giver en reklameeffekt, og ikke om produktet er eksempelvis indirekte fremhævet ved at være placeret på en fremskudt hyld. British American Tobacco anbefaler derfor, at bestemmelserne om specialbutikker i bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin formuleres på samme måde som i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter.

SMOKE-IT mener, at bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin mangler tydelige definitioner af, hvilke hylder og lamper, der kan ske at fremhæve bestemte produkter. SMOKE-IT mener desuden, at der bør defineres klart, hvilke tekster, illustrationer, farver, logoer, symboler, osv., der kan ske at fremhæve bestemte produkter. SMOKE-IT mener, at det er absurd, at butikkens inventar skal være af neutral udformning, når facaden også skal være det.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet bemærker, at reklameforbuddet for butikker specialiseret i salg af elektroniske cigaretter m.v. er skærpet således, at der i disse butikker ikke må reklameres for elektroniske cigaretter m.v. på salgsstedet, i butiksvinduet eller på butiksfacaden. Dermed ophæves retten til at reklamere på salgsstedet og facaden for disse salgssteder. Salgssteder specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer er undtaget fra reklameforbuddet efter § 3, stk. 1. i lov om forbud mod tobaksreklame m.v. rettet til køberen på salgsstedet.*

Ministeriet har ændret bestemmelserne for fysiske salgssteder specialiseret i salg af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere således, at der ikke må være elementer, herunder rundt om produkterne, som kan give reklameeffekt, for eksempel særlig belysning, brug af farver eller effekter, der på anden måde fremhæver et bestemt produkt, firmanavn, pris eller andet for disse produkter. For fysiske salgssteder specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer er denne bestemmelse udeladt, men det er i bekendtgørelsen præciseret, at det på sådanne salgssteder ikke er tilladt med tekst, illustrationer, billeder, farver, logoer, symboler eller andet at give køber indtryk af, at et eller flere produkter har en sundhedsgavnlig effekt, er mindre skadelige end andre produkter eller på anden vis har en gavnlig effekt eller fordel. Med disse ændringer følger reguleringen af specialbutikker specialiseret i salg af henholdsvis elektroniske cigaretter m.v. og piber m.v. hensigten i aftaleteksten.

### 3.6.5. Navne

De Samvirkende Købmænd efterspørger en uddybelse af, hvordan det i praksis vil implementeres, at navnet på salgsstedets facade kun må fremstå i neutral form, når kunderne uundgåeligt vil have en holdning til de butikker, de handler i, og navnet deraf vil have en effekt.

British American Tobacco mener ikke, at det giver mening at forbyde navne med reklameeffekt, da formålet med et butiksnavn er, at det skal være appellerende for potentielle kunder. Dertil påpeger de, at reklameeffekten af et navn i nogle tilfælde først opnås med tiden, og at bestemmelsen i sin nuværende form derfor medfører en retsusikkerhed.

British American Tobacco mener, at forbuddet mod, at navne på fysiske salgssteder må have reklameeffekt, bør udgå. Alternativt foreslår de en præcisering af bestemmelsen, så navne forbydes, hvis de i sig selv indeholder en opfordring til at benytte e-cigaretter eller giver indtryk af at disse er mindre skadelige eller har andre positive effekter.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har præciseret bestemmelserne i bekendtgørelserne således, det fremgår, at de gældende krav til navngivning fastholdes. For specialbutikker, der sælger henholdsvis cigarer, piber og pibetobak er det derfor tilføjet, at de ikke er omfattet af reklameforbuddet efter § 3 stk. 1, i lov om forbud mod tobaksreklame m.v. rettet til køberen på salgsstedet. Dette gælder også i forhold til butiksfacader. For salgssteder specialiseret i salg af elektroniske cigaretter m.v. har det givet anledning til en præcisering af, at navnet i sig selv ikke må have en reklameeffekt eller lyse op, dog må det på en neutral måde indeholde ordene "elektroniske cigaretter" eller referere til elektroniske cigaretter.*

### 3.7. Selvbetjeningsautomater

Flere høringsparter har kommenteret på bekendtgørelsernes bestemmelser vedrørende salg af tobak via selvbetjeningsautomater.

Dansk Selskab for Folkesundhed mener, at det bør fremgå klart, at selvbetjeningsautomater kun må opsættes, hvor der er personale, der kan overvåge, at mindreårige ikke kan foretage køb. Tandlægeforeningen og Hjerteforeningen bakker op om dette.

Dansk Selskab for Folkesundhed foreslår yderligere, at tobaksautomater bliver fjernet helt. De begrundet dette med en anbefaling fra WHO om, at man ikke tillader tobaksautomater, da disse i sig selv virker som reklame for tobak. Lægeforeningen og Kræftens Bekæmpelse bakker op om dette.

Lægeforeningen mener, at selvbetjeningsautomater øger tilgængeligheden for traditionelle tobaksvarer såvel som nikotinposer og e-cigaretter mm., samt at det er uklart, hvordan alderskontrollen skal håndhæves.

Kræftens Bekæmpelse påpeger, at det af bekendtgørelserne fremgår, at selvbetjeningsautomaterne skal være "neutralt udformet", men at det er uklart, hvor de må placeres og hvordan de skal udformes. Kræftens Bekæmpelse mener, at bekendtgørelserne giver mulighed for, at flere salgssteder opstiller iøjnefaldende tobaksautomater, der er lettere tilgængelige for børn og unge, eller at tobaksautomater kan blive en ny form for markedsføring i nattelivet.

Sund By Netværket anbefaler, at man på steder, hvor der fortrinsvist opholder sig unge mennesker, som fx diskoteker, ikke må sælge eller reklamere for tobaksvarer og tobakssurrogater, hverken over disken eller i selvbetjeningsautomater.

Tobaksindustrien påpeger, at den neutrale produktliste med udvalg og priser mv. ved selvbetjeningsautomater er umiddelbart tilgængelig for en potentiel køber til forskel fra fysiske butikker, hvor listen kun må fremvises på købers anmodning.

Christian Schmidt kommenterer på, at bekendtgørelserne henviser til CMYK-farvekoder under kravene til udformning af den neutrale produktliste. Christian Schmidt påpeger, at digitale skærme typisk anvender RGB-farveskalaen, og at det vil være tilstrækkeligt at anføre, at teksten skal stå med sort tekst på hvid baggrund. Det påpeges også, at det for selvbetjeningsautomater ikke nævnes, at teksten skal stå på hvid baggrund. Christian Schmidt mener desuden, at det for visse skærme vil være problematisk at benytte Times New Roman, samt at det kan være fornuftigt at opdele kravene til tekst for henholdsvis digitale skærme og fysiske skilte monteret på automaten.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har præciseret bekendtgørelserne således, at det er tydeligt, at med selvbetjeningsautomater menes automater, der via selvbetjening bruges til at udlevere henholdsvis tobaksvarer m.v. og e-cigaretter m.v. efter salg ved en betjent kasse. Automatens funktion vil således kun være udlevering af varen og ikke selve salget, som derfor fortsat vil foregå ved en betjent kasse med personale, som kan sikre aldersverificering af køberen.*

*Ministeriet har desuden besluttet at ændre kravet til typografi til sort skrift på hvid baggrund.*

## **3.8. Straf**

### **3.8.1. Gentagne lovovertrædelser**

Dansk Selskab for Folkesundhed, Hjerteforeningen, Tandlægeforeningen og Lungeforeningen efterspørger en indskrivning af, hvad der sker ved gentagne overtrædelser af loven.

Dansk Selskab for Folkesundhed, Hjerteforeningen og Tandlægeforeningen mener at bødestraffen bør stige ved gentagne overtrædelser, som fx en fordobling af bødens værdi.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet bemærker, at fastsættelsen af bødestørrelsen vil bero på domstolenes konkrete vurdering i det enkelte tilfælde af samtlige omstændigheder i sagen.*

### 3.8.2. Håndhævelse

Dansk Selskab for Folkesundhed, Hjerteforeningen, Lungeforeningen og Sund By Netværket efterspørger, at det tydeligt fremgår, hvilken myndighed, der er ansvarlig for håndhævelse af reglerne.

Dertil efterspørger Lægeforeningen, Lungeforeningen og Sund By Netværket, at de pågældende myndigheder, som fx Sikkerhedsstyrelsen og Forbrugerombudsmanden, tildeles nødvendige ressourcer til at sikre, at reglerne overholdes. Lægeforeningen lægger vægt på, at virksomhedernes metodefrihed stiller særlige krav til håndhævelse af loven.

*Ministeriets kommentarer:*

*Det følger af § 6 i lov om forbud mod tobaksreklame m.v., at Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med loven, herunder forbuddet mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. Det følger af § 2 b, stk. 1 i bekendtgørelse af lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år, at Sikkerhedsstyrelsen fører tilsyn med bestemmelserne vedrørende skiltning af aldersgrænse.*

*Efter Finansloven for 2020 kan Forbrugerombudsmanden disponere over 16,0 mio. kr. til forbrugerombudsmandens og medarbejdernes løn samt øvrig drift i 2020, jf. Finanslovens § 08.21.01.12 for 2020. Forbrugerombudsmanden forventer ikke, at lovforslaget i sig selv vil medføre et forøget ressourceforbrug hos Forbrugerombudsmanden.*

### 3.9. Tilbehør

De Samvirkende Købmænd mener, at det i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter bør fremgå, at tændstikker og lightere m.v. ikke omfattes af udstillingsforbuddet.

Tobaksindustrien foreslår, at der for læsevenlighedens skyld bør indsættes de illustrerende eksempler fra lovudkastet: "lightere, tændstikker, piberensere eller askebægere" under kapitlet om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning.

Danske Rederier mener, at det medfører unødigt besvær for detailsalget, at varer, der er beregnet til at blive benyttet sammen med tobaksvarer, også omfattes af udstillingsforbuddet. Her påpeges det, at fx lightere kan benyttes til andet end at antænde tobak. Danske Rederier anbefaler, at man i kapitlet om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning tydeliggør med eksempler, hvilke produkter der betragtes som havende et mere generelt formål og derfor ikke omfattes af forbuddet om synlig anbringelse og fremvisning.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet skal oplyse, at det allerede fremgår, at forbuddet ikke omfatter produkter, der har et mere generelt anvendelsesformål, medmindre de specifikt er designet eller markedsført med reference til tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter. Yderligere vil ministeriet henvise til bemærkningerne til lovforslaget, hvor det nævnes, at produkter som fx lightere, tændstikker, piberensere eller askebægere ikke er omfattet, med mindre de specifikt er designet eller markedsført med reference til tobaksvarer, fx ved at være påført varemærker og lignende, som kan give reklameeffekt.*

### 3.10. Færgeskat/tobakskupon

Danske Rederier mener, at det er uklart, hvorvidt danske passagerskibe i international fart er omfattet af bekendtgørelserne. Det anbefales at man lader sig inspirere af Norge, hvor detaillerede opdeles i indenrigs Norge, lufthavne og færger.

Danske Rederier bemærker, at der er behov for at kunne lave en annoncering om de forskellige muligheder for at købe tobak under forskellige farvande uden at det betragtes som indirekte reklame, såfremt tobakskuponer forbydes og man i stedet må bruge gæstens billet. Danske Rederier anmoder derfor om, at der i bekendtgørelserne tages hensyn til problematikken vedrørende kuponsystemet, som også påvirker forholdet til vores nabolande.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet vurderer i udgangspunktet ikke, at en neutral formidling af, i hvilket farvand det er tilladt at sælge tobaksvarer, vil være at betragte som reklame.*

*Der er i den politiske aftale ikke lagt op til specifik regulering vedrørende salg af tobaksvarer m.v. og e-cigaretter m.v. på danske passagerskibe i international fart. Regulering af dette område vil derfor heller ikke fremgå af nærværende bekendtgørelser. Ministeriet vil indgå i dialog med Danske Rederier vedrørende fortolkningen af reglerne.*

### **3.11. Tekniske bemærkninger**

I nogle høringssvar biddrog høringssparterne med kommentarer og indvendinger af mere teknisk karakter.

Christian Schmidt påpeger en fejlformulering i § 4, stk. 4 i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter. Ved " ... jf. dog stk. 4" menes antageligvis " ... jf. dog stk. 5".

De Samvirkende Købmænd mener, at begge bekendtgørelser mangler en definition af salgssteder.

British American Tobacco bemærker, at bekendtgørelsens ikrafttrædelse fejlagtigt er angivet som § 8 i bekendtgørelse om forbud mod reklame, synlig anbringelse og fremvisning m.v. af elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med og uden nikotin.

Tobaksindustrien foreslår, at der indsættes et stk. 2 i afsnittet om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning i bekendtgørelse om forbud mod synlig anbringelse og fremvisning m.v. af tobaksvarer, tobakssurrogater og urtebaserede rygeprodukter, som indholdsmæssigt gentager, hvad der fremgår af stk. 1. Dette med henblik på at styrke læsevenligheden. Tobaksindustrien mener endvidere, at titlen på denne bekendtgørelse bør ændres til "... forbud mod synlig anbringelse og uopfordret fremvisning af tobaksvarer...", idet der i den politiske aftale ikke er lagt op til et totalt forbud mod fremvisning.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet har tilrettet den af Christian Schmidt nævnte formulering samt fejlen i paragraf angivelsen som beskrevet af British American Tobacco.*

*Ministeriet har vurderet, at det ikke er nødvendigt at ændre bestemmelserne vedrørende forbud mod synlig anbringelse og fremvisning som beskrevet af Tobaksindustrien, da ministeriet finder den nuværende formulering forståelig samt at de nærmere bestemmelser vedrørende fremvisning uddybes.*

Vedrørende en definition af salgssteder finder ministeriet, at det ikke er nødvendigt at angive en nærmere definition af dette.

### **3.12. Øvrige bemærkninger**

#### **3.12.1. Influencers**

Dansk Selskab for Folkesundhed mener, at lovgivningen bør sætte rammer for brug af influencere og industriens mulighed for at sponsorere pro-rygning/dampning/brug af nikotinholdige produkter. Dette bakkes op af Hjerteforeningen, Lungeforeningen, Sund By Netværket og Tandlægeforeningen.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet vurderer ikke, at problemstillingen omkring influencere bør reguleres under bekendtgørelserne relateret til dette høringsnotat, da disse i udgangspunktet vedrører synlig anbringelse og fremvisning forbundet med salg. Dog bemærker ministeriet, at den nationale handleplan som helhed skærper reklameforbuddet og gennem en række af tiltag forsøger at mindske børn og unges rygning.*

#### **3.12.2. Lovlige produkter**

Lægeforeningen anbefaler grundlæggende, at nikotinprodukter og tobakssurrogater, der ikke anvendes med rygestop som formål, forbydes. Hvis produkterne fortsat skal være lovligt finde de det dog positivt, at disse produkter omfattes af alderskrav, udstillingsforbud, forbud mod indirekte reklame og påføres sundhedsadvarsler.

Sund By Netværket undrende over for tilladelsen af salg af tobakssurrogater med indhold af nikotin, når snus ikke er tilladt at sælge i Danmark. Det påpeges her, at tobakssurrogater indeholder nikotinsalte, der er stærkt vanedannende.

Dansk Selskab for Folkesundhed gør opmærksom på, at tobaksindustrien har omgået loven ved at producere små cigarillos og små cigarer, ofte med smag, der i virkeligheden er cigaretter, som kan indhaleres. De anbefaler, at disse produkter forbydes. Danske Regioner bakker op om dette.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet bemærker, at det med nærværende bekendtgørelser ikke har været hensigten at forbyde tobaksvarer m.v., men at gøre produkterne mindre tilgængelige for børn og unge.*

#### **3.12.3. Andet**

Sund By Netværket anmoder om, at problemstillingen omkring "product placement" af tobaksvarer, tobakssurrogater og e-cigaretter i film, videoer og andre optrædener, der henvender sig til unge mennesker under 18 år, omfattes af lovgivningen.

*Ministeriets kommentarer:*

*Ministeriet bemærker, at der allerede i dag gælder et bredt forbud mod tobaksreklame. Loven håndhæves af Forbrugerombudsmanden, som fortolker product placement som omfattet af reklameforbuddet*