

Dnr V/32192/2025

Publicerad 4.8.2025

Anvisning om marknadsföring av produkter som omfattas av tobakslagen



Valvira

Sosiaali- ja terveysalan
lupa- ja valvontavirasto

Innehåll

Inledning	2
1 Allmänt om förbudet mot marknadsföring av produkter som omfattas av tobakslagen	3
2 Marknadsföring på detaljhandelsstället.....	4
2.1 Anmälan om försäljning	4
2.2 Beaktande av marknadsföringsförbud vid framläggande	5
3 Marknadsföring på internet och i en webbutik.....	7
4 Marknadsföring på försäljningsförpackningar	8
5 Imagereklam	10
6 Undantag från förbudet mot marknadsföring	11
6.1 Varukatalog och förteckning	12
7 Rabatter och förbud mot prisgottgörelse.....	13
8 Tillsyn över marknadsföringsförbudet	14
8.1 Påföljder	15
9 Lagstiftning	16

Inledning

Denna anvisning från Tillstånds- och tillsynsverket för social- och hälsovården (Valvira) gäller det marknadsföringsförbud som avses i 9 kap. i tobakslagen (549/2016). Den vägleder tillämpningen av bestämmelsen om marknadsföring i tobakslagen. I anvisningen beaktas ändringen i tobakslagen som trädde i kraft den 1 augusti 2025 och som gäller rökfria nikotinprodukter. Enligt tobakslagen avses med rökfri nikotinprodukt en produkt utan tobak som innehåller nikotin och till sitt användningsändamål motsvarar uttryckligen tuggtobak, tobak för användning i näsan eller tobak för användning i munnen. Anvisningen ersätter den tidigare anvisningen dnr V/11205/2023.

Syftet med tobakslagen är att användningen av tobaksprodukter och andra nikotinhaltiga produkter som innehåller ämnen som är giftiga för människor och orsakar beroende ska upphöra. För att uppnå målet föreskrivs i tobakslagen om åtgärder genom vilka man förebygger att tobaksprodukter börjar användas och att nikotinberoende uppstår samt främjar att användningen av tobaksprodukter och motsvarande produkter upphör och skyddar befolkningen från exponering för rök. I fråga om de olägenheter som avses i tobakslagen är barn och unga en särskild grupp som ska skyddas. Förbudet mot marknadsföring är ett sätt att främja lagens syfte.

Marknadsföringsanvisningen är i första hand avsedd som stöd för tillsynsarbetet i kommunerna då kommunen inom sitt område övervakar att bestämmelserna om förbud mot marknadsföring och framläggande enligt tobakslagen följs. Anvisningen innehåller en sammanställning av tillämplig lagstiftning, lagberedningshandlingar och marknadsdomstolens avgörandepraxis hittills.

Syftet med marknadsföringsanvisningen är att åskådliggöra vad som avses med lagstridig marknadsföring. När anvisningen tillämpas i praktiken måste man dock beakta att bedömningen av huruvida en verksamhet är tillåten eller förbjuden görs från fall till fall. Dessutom har helhetsintrycket av marknadsföringen väsentlig betydelse vid bedömningen av när verksamheten kan anses vara lagstridig.

avgörare Direktör Jussi Holmalahti

föredragande Överinspektör Aleksi Halme

Mer information tupakka@valvira.fi

1 Allmänt om förbudet mot marknadsföring av produkter som omfattas av tobakslagen

Tobakslagen föreskriver ett totalförbud mot marknadsföring, med vissa särskilt föreskrivna undantag. Marknadsföring definieras i 2 § 35 punkten i tobakslagen. Med marknadsföring avses reklam, indirekt reklam och annat säljfrämjande samt tobakssponsring. Med reklam förstås vanligtvis betald kommunikation om produkter eller tjänster som riktar sig till en stor människogrupp. Enligt regeringens proposition (RP 15/2016) hör det till marknadsföringens natur att den är kommersiell kommunikation vars mål eller direkta eller indirekta inverkan är att främja försäljningen av en produkt som är till salu. Begreppet marknadsföring är ganska omfattande och presenteras mycket allmänt i lagen. Det är dock fråga om ett totalförbud mot marknadsföring med vissa undantag som föreskrivs separat.

Bestämmelserna i tobakslagen om marknadsföring är i regel medieneutrala. Det innebär att samma bestämmelser som tillämpas på material som publiceras i traditionella medier (tv, radio, tidningar och tidskrifter) också tillämpas på material som publiceras på internet och i sociala medier.

Utöver traditionell marknadsföring kan också olika reklamfraser och slagord som används i samband med reklam för imagereklam eller som till exempel lagts till på produktförpackningar vara förbjuden marknadsföring.

Marknadsdomstolen har bland annat förbjudit ett företag inom e-cigarettbranschen att marknadsföra produkter som omfattas av tobakslagen och som hör till dess produktsortiment med hjälp av reklamkampanjer, lotterier eller motsvarande metoder så att slagordsformuleringar används i samband med dessa. Det hade ingen betydelse att slagordet hade registrerats som bifirma. (marknadsdomstolens avgörande MAO:441/19)

Enligt 2 § 36 mom. i tobakslagen avses med indirekt reklam främjande av försäljningen av en produkt i samband med reklam för någon annan nytthet på så sätt att ett etablerat kännetecken för produkten oförändrat eller ändrat så att det ändå kan igenkännas används som kännetecken för nyttheten eller att man annars associerar till en viss produkt. Syftet med bestämmelsen är att förhindra att marknadsföringsförbudet kringgås genom att skapa produktfamiljer.

Med övriga försäljningsfrämjande åtgärder avses alla sådana åtgärder som syftar till att åstadkomma eller främja konsumtionen och efterfrågan av de produkter som avses i tobakslagen.

Enligt 2 § 37 mom. i tobakslagen avses med tobakssponsring varje form av offentligt eller privat bidrag till ett evenemang, en verksamhet eller en person med syftet eller med den direkta eller indirekta verkan att främja försäljning av tobaksprodukter, tobakssurrogat, rökstillbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska,

Marknadsföringsförbudet gäller den som beställer och den som utför en marknadsföringsåtgärd samt anställda personer hos dem. Grundlagen tryggar vars och ens rätt till yttrandefrihet. Rätten inkluderar den journalistiska yttrandefriheten inom masskommunikation. Grundlagen tryggar också den konstnärliga friheten. Begränsningarna beträffande marknadsföring i tobakslagen gäller inte privatpersoner eller material som har producerats inom ramen för den journalistiska yttrandefriheten eller den konstnärliga friheten. Om en person är i en position där hen drar nytta av marknadsföring av produkter som lyder under tobakslagen kan marknadsföringsförbudet enligt tobakslagen dock även gälla den enskilda personen.

Marknadsföringsförbudet enligt tobakslagen gäller inte heller ren imagereklam. Mer om imagereklam i kapitel 5.

2 Marknadsföring på detaljhandelsstället

2.1 Anmälan om försäljning

Reklam och säljfrämjande verksamhet är förutom traditionell mediereklam även annan kommersiell information riktad till konsumenter på försäljningsstället. Om försäljningen av produkter som avses i tobakslagen har koncentrerats till ett begränsat antal försäljningsdiskar kan man ange vilka försäljningsdiskar det gäller till exempel genom att placera en neutral skylt med texten "Tobaksprodukter och elektroniska cigaretter" eller "Nikotinprodukter" ovanför dem.

Skyltarna och texterna på dem ska vara jämförbara med de skyltar som används för att ange försäljningsdiskar för andra produkter, och de får inte bryta mot marknadsföringsförbudet enligt i tobakslagen.

Alla försäljningsställen för tobaksprodukter, rökfria nikotinprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, nikotinvätskor och elektroniska cigaretter ska ha ett anslag om försäljningsförbud enligt 53 § i tobakslagen och 2 § i försäljningsförordningen (Social- och hälsovårdsministeriets förordning om försäljning av tobaksprodukter och motsvarande produkter 593/2016). Vid detaljhandelsställets försäljningsdiskar för tobaksprodukter, nikotinvätskor och rökfria nikotinprodukter ska dessutom detaljhandelstillståndet finnas framlagt för kunderna i enlighet med 47 § i tobakslagen.

Andra skyltar, anslag eller meddelanden vid försäljningsdisken än de som nämns ovan strider i regel mot marknadsföringsförbudet enligt tobakslagen. Även annonsering om produkter till salu i medier eller sociala medier strider mot marknadsföringsförbudet.

Marknadsföringsförbudet hindrar inte försäljaren från att ställa preciserande frågor till kunden om den produkt hen vill ha, om kundens begäran inte varit tillräckligt specificerad. På grund av marknadsföringsförbudet får försäljaren dock inte göra reklam för produkter som avses i tobakslagen genom att till exempel framhäva ett enskilt varumärke eller genom att plocka fram produktnyheter utan att kunden begärt det.

2.2 Beaktande av marknadsföringsförbud vid framläggande

Bestämmelser om förbudet mot att hålla produkter synliga finns i 71 § i tobakslagen. Enligt bestämmelsen får tobaksprodukter, tobakssurrogat, elektroniska cigaretter, nikotinvätskor eller röktilbehör som är avsedda för upphettning av tobaksprodukter, eller varumärken för dessa produkter, inte hållas synliga i detaljhandeln med tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätskor. Förbudet mot framläggande gäller alltså alla försäljningsställen där det bedrivs detaljhandel med ovan nämnda produkter.

Som ett undantag får produkterna och deras varumärken dock hållas synliga på sådana försäljningsställen med egen ingång som nästan uteslutande säljer sådana produkter som avses i tobakslagen, om produkterna och deras varumärken inte är synliga från utsidan av försäljningsstället (så kallad specialaffär).

Trots förbudet mot framläggande tillämpas marknadsföringsförbudet i 68 § i tobakslagens då det är tillåtet att hålla produkterna framlagda. Det kan vara

fråga om framläggande av produkter som omfattas av tobakslagen i ovan nämnda specialaffärer, till exempel tobaksaffärer, eller i partiaffärer som säljer sådana produkter. Även om produkterna får finnas framme på ett sådant försäljningsställe, får framläggandet inte vara reklamässigt. Även placeringen av produkter som omfattas av förbudet mot framläggande i detaljhandelns slutna försäljningsskåp kan bryta mot marknadsföringsförbudet, om avsikten är att främja försäljningen av en produkt som omfattas av tobakslagen.

Förbudet mot framläggande lämpar sig i regel inte som sådant för röktillebehör som inte är avsedda för upphettning av tobaksprodukter, eller tobaksimitationer. Reklamässigt framläggande av även dessa produkter är dock förbjuden. Om röktillebehöret eller tobaksimitationen till exempel har ett varumärke för en tobaksprodukt, får produkten inte hållas framme i detaljhandeln. Till exempel uppfyller lakritspipor definitionen av tobaksimitation och får därför inte vara framme i reklamsyfte.

Placeringen och framläggandet av produkter är reklamässig bland annat i följande fall:

- En produkt eller en produktgrupp ställs på en egen hylla eller framhävs på något sätt så att produkterna syns bättre.
- Produkterna har placerats i omedelbar närhet av barnprodukter eller produkter som främst intresserar personer under 18 år (sötsaker, serietidningar o.d.). (försäljningsställets storlek måste beaktas vid prövningen).
- Priset på en enskild produkt framhävs på något sätt.
- Namn eller andra kännetecken på produkter som omfattas av tobakslagen visas någon annanstans än på detaljhandelsförpackningarna.
- Anslag med reklamässiga slogans används på försäljningsstället.
- De lagstadgade hälsovarningarna på detaljhandelsförpackningen döljs.
- Hälsovarningarnas synlighet försvåras på något annat sätt i köpsituationen.
- Man fäster minderårigas uppmärksamhet genom att använda framträdande K/F-18-märkning.
- Det lagstadgade anslaget om försäljningsförbud finns i bakgrunden eller så står texten med ett mindre typsnitt än andra skyltar eller K/F-18-märkningen.

Bedömningen av framläggnings reklamkaraktär förutsätter alltid i sista hand prövning från fall till fall.

3 Marknadsföring på internet och i en webbutik

Bestämmelserna i den finska tobakslagen är i regel medieneutrala. Det innebär att samma bestämmelser som tillämpas på material som publiceras i traditionella medier (tv, radio, tidningar och tidskrifter) också tillämpas på material som publiceras på internet och i sociala medier.

Eftersom tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätskor inte får marknadsföras påverkar marknadsföringsförbudet hur internetförsäljningen kan genomföras enligt tobakslagen.

Distansförsäljning av tobaksprodukter, elektroniska cigaretter, nikotinvätskor, örtprodukter för rökning och rökfria nikotinprodukter är helt förbjuden. Detaljhandel med produkter som omfattas av tobakslagen på internet är möjlig endast i fråga om röktilbehör, tobaksimitationer, vissa tobakssurrogat samt nikotinfria vätskor för elektroniska cigaretter. Även i fråga om dessa produkter är internethandeln emellertid mycket strikt reglerad, och därför är det inte möjligt att sälja produkterna på en öppen webbplats.

En webbplats där man säljer produkter som inte omfattas av förbudet mot distansförsäljning, får inte bryta mot marknadsföringsförbudet i tobakslagen. All säljfrämjande verksamhet är förbjuden även på internet. I praktiken innebär detta bland annat att produktnamn, produktbilder och annan produktinformation på en öppen webbplats betraktas som marknadsföring som strider mot tobakslagen. Information om produkterna som säljs kan endast ges med hjälp av en sådan förteckning som avses i tobakslagen (mer information om förteckningen i avsnitt 6.1), och förteckningen får endast finnas till påseende för inloggade kunder. Däremot kan en sådan varukatalog som avses i tobakslagen under inga omständigheter visas i en webbutik, eftersom varukatalogen enligt lagen inte får överlåtas till kunden så att hen kan ta den med sig.

Alla sådana åtgärder som syftar till att åstadkomma eller främja konsumtionen och efterfrågan av de produkter som avses i tobakslagen är lagstridiga. Förbudet mot marknadsföring innebär bland annat att produkter inte får säljas till nedsatt pris. Vidare innebär förbudet att ingen information om de produkter eller produktgrupper som säljs får publiceras i sociala medier eller i annan marknadsföring.

4 Marknadsföring på försäljningsförpackningar

Med marknadsföring avses all slags kommersiell kommunikation vars syfte eller direkt eller indirekta inverkan är att främja försäljningen av produkter som omfattas av tobakslagen. Märkningen på försäljningsförpackningen kan strida mot marknadsföringsförbudet. Förpackningspåskrifter som strider mot marknadsföringsförbudet kan betraktas som ett sätt att främja försäljningen. Förpackningens storlek, form, material, färger samt de varumärken och figurer som används i förpackningen planeras ofta så att konsumenterna får sådana marknadsföringsrelaterade stimuli som man vet påverkar köpbeteendet.

Alla förpackningspåskrifter som främjar försäljningen av produkter som omfattas av tobakslagen är förbjudna. Även märkningar som uppmuntrar till konsumtion av produkten genom att ge ett felaktigt intryck av produktens egenskaper, hälsoeffekter, risker eller utsläpp strider mot marknadsföringsförbudet. Förbjudna märkningar på tobaksprodukter kan vara texter, symboler eller bilder oavsett om det är fråga om en produkts varumärke eller inte. Länkar eller annan vägledning till webbplatser som innehåller marknadsföring av produkter som omfattas av tobakslagen är också förbjudna. I fall där försäljningsförpackningen för en produkt som omfattas av tobakslagen är reklamässig kan man ingripa i märkningen på förpackningen med stöd av bestämmelsen om marknadsföringsförbud.

Meddelandena på försäljningsförpackningarna kan indelas i informativa och försäljningsfrämjande meddelanden. Texterna på en försäljningsförpackning av en tobaksprodukt eller en därmed jämförbar produkt enligt tobakslagen ska vara informativa och ha ett uteslutande informativt syfte. Till exempel i marknadsdomstolens avgörande MAO 84/18 har marknadsdomstolen bedömt meddelandena på detaljhandelsförpackningen för cigaretter i ljuset av marknadsföringsförbudet i 68 § i tobakslagen. Alla sådana åtgärder som syftar till att åstadkomma eller främja konsumtionen och efterfrågan av de produkter som avses i tobakslagen är lagstridiga.

Tobaksprodukter, elektroniska cigaretter samt påfyllningsbehållare, örtprodukter för rökning, nikotinvätskor, nikotinfria vätskor för förångning och rökfria nikotinprodukter får säljas eller på annat sätt överlätas till konsumenter endast i detaljhandelsförpackningar som stämmer överens med tobakslagen och bestämmelser som utfärdats med stöd av den samt med relevant EU-lagstiftning. Detaljhandelsförpackningar för produkter som omfattas av tobakslagen regleras i 5 kap. i tobakslagen.

Tobaksprodukter, e-cigarettor och påfyllningsbehållare omfattas av s.k. "plain packaging" -reglering som gäller enhetligt utseende på detaljhandelsförpackningar och produkter. För rökfria nikotinprodukter träder denna reglering i kraft den 1 augusti 2026 (39 b § i tobakslagen).

Med regleringen om enhetligt utseende avses att detaljhandelsförpackningen för en produkt inte får skilja sig i märkning från andra detaljhandelsförpackningar inom samma produktgrupp. Även om marknadsföringsförbudet enligt tobakslagen gäller detaljhandelsförpackningar, prövas gränserna för förbudet fortlöpande i praktiken. Regleringen syftar till att säkerställa att detaljhandeln med produkterna inte kan användas som ett medel för marknadsföring.

Regleringen om enhetligt utseende omfattar harmonisering av vissa produkters utseende. Det innebär att utseendet på själva produkten, till exempel en cigarett eller en rökfri nikotinprodukt, inte får skilja sig från andra produkter i samma produktgrupp. Inte heller får själva produktens utseende användas för att främja försäljningen av den. Som en följd av regleringen får till exempel rökfria nikotinprodukter inte färgas i en attraktiv färg, nikotinpåsar får inte göras hjärtformade eller förses med glitter.

När det gäller förpackningar för produkter som omfattas av regleringen om enhetligt utseende har lagstiftningen fastställt förbjudna, tillåtna och obligatoriska märkningar. Exempelvis får märkningarna på detaljhandelsförpackningen för en rökfri nikotinprodukt inte främja produktens försäljning eller uppmuntra konsumtion genom att ge en missvisande uppfattning om produktens egenskaper, hälsoeffekter, risker eller utsläpp. Märkningarna får inte heller antyda att produkten är mindre skadlig än andra produkter, eller att vissa skadliga beståndsdelar har reducerats. Vidare är det förbjudet att ge intryck av att produkten har vitaliserande, energigivande, läkande, föryngrande, naturliga eller organiska egenskaper eller andra hälso- eller livsstilsfördelar. Förpackningen får inte heller likna ett livsmedel eller ett kosmetiskt medel, eller ge intryck av att produkten har miljöfördelar. Listan över förbjudna märkningar är inte uttömmande, eftersom andra märkningar som syftar till att främja försäljning kan omfattas av marknadsföringsförbudet.

På förpackningar till produkter som omfattas av regleringen om enhetligt utseende får det anges det i företags- och organisationsdatasystemet registrerade företagsnamnet samt kontaktuppgifter till tillverkaren eller importören. Uppgifter om exempelvis företagets kanaler i sociala medier kan dock inte anses vara tillåtna kontaktuppgifter. Det är tillåtet att ange produktens

förpackningsstorlek, till exempel hur många nikotinpåsar en förpackning med rökfria nikotinprodukter innehåller. Däremot är märkningar såsom "Större förpackning" eller "Ny förpackningsstorlek" inte tillåtna. Det är även tillåtet att ange information om produktens smak, men sådan information får inte presenteras på ett reklamliknande sätt.

Till exempel får en förpackning för en rökfri nikotinprodukt innehålla en streckkod. Det skulle dock strida mot marknadsföringsförbudet om konsumenten med sin egen enhet kunde läsa av streckkoden och få tillgång till produktens slogans, andra reklamelement eller uppgifter som inte får anges på förpackningen. Streckkoden får inte heller utformas som en bild, figur eller symbol som påminner om något annat än en streckkod.

De uppgifter som enligt lag får anges på förpackningar till produkter som omfattas av regleringen om enhetligt utseende ska anges på ett sådant sätt att detaljhandelsförpackningen inte skiljer sig från andra förpackningar inom samma produktgrupp och att märkningarna inte främjar produktens försäljning. Märkningarna får alltså inte på något sätt väcka konsumentens uppmärksamhet och deras utseende ska vara enhetligt på alla detaljhandelsförpackningar inom produktgruppen, oberoende av varumärke.

5 Imagereklam

Ren imagereklam är tillåten även för företag som tillverkar, importerar, säljer eller förmedlar produkter som lyder under tobakslagen. Man kan dock inte gömma sig bakom imagereklam om det faktiskt och objektivt sett är fråga om marknadsföring av produkter som omfattas av tobakslagen. Imagereklam kan i vissa fall leda till säljfrämjande åtgärder som strider mot tobakslagen.

Begreppet imagereklam definieras inte i tobakslagen. Begreppet kan dock användas som ett hjälpbegrepp som gör det lättare att uppfatta när det inte är fråga om marknadsföring av produkter som omfattas av tobakslagen, utan till exempel om att påverka företagets image eller kändedomen om företaget bland investerare, aktieägare eller potentiella arbetssökande.

När ärendet bedöms måste man beakta helheten och de enskilda förhållandena. Som sådana enskilda omständigheter kan betraktas bland annat publiceringssättet för annonser samt den målgrupp som reklamen läggs fram för (MAO 441/19).

Marknadsdomstolen har ansett att till exempel registrering av en bifirma inte ger verksamhetsutövaren rätt att handla i strid med tobakslagen. Användningen av företagets bifirma kan inte betraktas som ren imagereklam, om verksamheten som helhet bedömd kan väcka positiva uppfattningar hos konsumenterna i fråga om bolagets produkter. Även neutral och meddelandemässig annonsering som endast verkar göra reklam för företaget kan vara förbjuden marknadsföring, om syftet med annonserna eller åtminstone deras direkta eller indirekta inverkan är att främja försäljningen av produkter som omfattas av tobakslagen (MAO 441/19).

Marknadsdomstolen har funnit att framställning av påståenden om miljö och hälsa om produkter som lyder under tobakslagen kan utgöra otillåten marknadsföring enligt lagen. Förbjudna är till exempel hänvisningar till vetenskaplig forskning och uttryck som påminner om slogans. Dessa kan inge positiva associationer hos konsumenterna gällande produkter som omfattas av tobakslagen och leda till att särskilt miljö- eller hälsomedvetna konsumenter får upp ögonen för produkterna och påbörjar eller fortsätter deras användning. Sådana uttryck kan därigenom anses främja försäljningen. (MAO 60/2025)

Enligt marknadsdomstolen kan information om var produkter som omfattas av tobakslagen säljs anses främja försäljningen jämfört med om sådan information inte lämnas. Information om försäljningsplatser utgör således otillåten marknadsföring enligt tobakslagen.” (MAO 60/2025)

6 Undantag från förbudet mot marknadsföring

Förbudet mot marknadsföring enligt tobakslagen innebär ett totalförbud mot marknadsföring med vissa särskilt föreskrivna undantag.

Enligt 69 § i tobakslagen tillämpas förbudet inte på

- 1) marknadsföring i en sådan publikation som har tryckts och publicerats utanför EU, som inte i första hand är avsedd för EU-marknaden och vars huvudsakliga syfte inte är att marknadsföra tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska,
- 2) marknadsföring av enstaka röktilbehör som inte är nya och ska betraktas som samlarobjekt, om produkternas varumärken inte syns i marknadsföringen,

- 3) produktinformation som produktens tillverkare eller importör lämnar dem som deltar i försäljningen av produkten.

Som produktinformation anses information om produktens pris, sammansättning, egenskaper, tillverkning, hälsofaror, negativa effekter på hälsan, ursprungsland och detaljhandelsförpackning. En bild av produkten eller dess detaljhandelsförpackning kan ges som produktinformation endast i anslutning till någon annan produktinformation.

Någon annan bild får inte fogas till produktinformationen. Innehållet i produktinformationen ska vara sådant att den som deltar i försäljningen av produkten får heltäckande och korrekta uppgifter om produkten och dess egenskaper. Presentationen av produktinformation får inte vara reklamässig.

Reklam och annan säljfrämjande verksamhet för tobak får inte riktas ens till yrkesverksamma inom tobaksbranschen, utan den information som ges ska vara neutral och ändamålsenlig samt sådan att den som deltar i försäljningen får heltäckande och korrekt information om produkten och dess egenskaper. Yrkespersoner är personer som i huvudsyssla till exempel utför uppgifter i anslutning till inköp av tobaksprodukter.

6.1 Varukatalog och förteckning

Trots vad som föreskrivs om förbudet mot marknadsföring och framläggning får en detaljförsäljare på begäran av köparen visa honom eller henne en tryckt varukatalog med bilder på de produkter som säljs på försäljningsstället eller på deras detaljhandelsförpackningar. Varukatalogen och förteckningens innehåll och utseende ska motsvara kraven i social- och hälsovårdsministeriets försäljningsförordning. Enligt 72 § i tobakslagen får detaljförsäljaren på köparens begäran överlåta en tryckt förteckning över nämnda produkter och deras priser.

Bestämmelsen om varukatalog och förteckning innebär ett undantag från marknadsföringsförbudet. Säljaren får visa köparen varukatalogen och överlämna förteckningen till denne endast på köparens begäran. Till skillnad från förteckningen får varukatalogen inte överlåtas till en kund så att hen kan ta den med sig. Varukatalogen och förteckningen får inte ligga framme på

försäljningsstället så att kunden själv kan ta dem och studera dem.¹ Någon annan typ av presentation av katalogen strider i princip mot marknadsföringsförbudet.

7 Rabatter och förbud mot prisgottgörelse

Med marknadsföring och övriga försäljningsfrämjande åtgärder avses i tobakslagen alla sådana åtgärder som syftar till att åstadkomma eller främja konsumtionen och efterfrågan av de produkter som avses i tobakslagen. Som reklam och annat säljfrämjande betraktas förutom traditionella reklamer även erbjudande av till exempel rabatter och tilläggsförmåner.

Det är således förbjudet att sälja tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätskor till nedsatt pris på grund av marknadsföringsförbudet i tobakslagen. Förbudet gäller alltså förutom traditionella tobaksprodukter och elektroniska cigaretter även tobakssurrogat, såsom nikotinpåsar och nikotinfria snusliknande påsar (s.k. energisnus), röktilbehör såsom tobakständare, pipor och askkoppar samt tobaksimitationer såsom pipliknande godis.

I 70 § i tobakslagen konstateras att en näringsidkare i detaljhandel för priset på tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska inte får erbjuda eller betala en gottgörelse som bestäms enligt köp av nämnda produkter eller andra konsumtionsnyttigheter och tjänster. Förbudet mot prisgottgörelse gäller inte partiförsäljning.

Enligt förarbetet till lagen (RP 15/2016) avses med bestämmelsen att försäljningen av de produkter som avses i tobakslagen således inte får främjas till exempel genom webbutikens stamkundskort eller förmånsprogram så att köpet av produkterna tack vare prisgottgörelser är billigare ju flera sådana produkter eller andra konsumtionsvaror man köper. Syftet med 70 § i tobakslagen är att uttryckligen förbjuda direkta penningersättningar som betalas endast i efterhand för köp av produkter. Förbudet sträcker sig dock inte från inköp av tobaksprodukter och andra produkter till indirekta förmåner, såsom poäng från kreditkortens stamkundsprogram, med vilka man på förhand kan lösa ut priser och varugåvor som är begränsade till programmet. Sådana indirekta fördelar grundar sig i allmänhet på användningen av kortet i fråga och

Tobakslagen 72 § och RP 15/2016 s. 113 och Social- och hälsovårdsministeriets förordning 593/2016 och RP 180/2009 rd s. 19.

uppmuntrar i huvudsak inte konsumenterna att köpa uttryckligen tobaksprodukter.

8 Tillsyn över marknadsföringsförbudet

Enligt 6 § i tobakslagen styr Valvira styr regionförvaltningsverken och kommunerna när de fullgör sina uppgifter enligt tobakslagen. Valvira ger vid behov tolkningsanvisningar för att få till stånd allmänna verksamhetsprinciper och en enhetlig tillsynspraxis i hela landet. Valvira och kommunerna övervakar delvis tillsammans marknadsföringsförbudet i 9 kap. i tobakslagen.

Ett nära samarbete mellan myndigheterna på lokal, regional och nationell nivå möjliggör en effektiv tillsyn av förbudet mot marknadsföring av produkter som avses i tobakslagen.

Valviras och kommunens behörighet att övervaka marknadsföringen bestäms enligt hur stort område marknadsföringen riktar sig till. Valvira övervakar bestämmelserna om marknadsföring när ärendet har större betydelse än en kommuns område eller marknadsföringen riktar sig till hela landet. Utgångspunkten är att Valvira ska ingripa i marknadsföring som sker till exempel på internet, i tv eller radio och som riktar sig till hela landet. Valvira har också till uppgift att förbjuda förpackningspåskrifter som strider mot marknadsföringsförbudet.² Valvira övervakar dessutom att marknadsföringen följer tobakslagen och 2 kap. i konsumentskyddslagen (38/1978).³ Därför ska uppmärksamhet också fästas vid marknadsföring som strider mot god sed och förbud mot otillbörligt förfarande när marknadsföringen av produkter som avses i tobakslagen övervakas.

Kommunen övervakar att förbudet mot marknadsföring och framläggande i tobakslagen inte överträds inom kommunens område. Till exempel kan man med kommunens anmärkningar effektivt ingripa i marknadsföringen i lokala tidningar eller publikationer som delas ut till hushåll på orten. Kommunen har också till uppgift att övervaka att marknadsföringsförbudet på internet följs när den har fast anknytning till ett försäljningsställe i dess område. Arbetsfördelningen bestäms i stor utsträckning enligt om en marknadsföringsåtgärd som strider mot tobakslagen kan förhindras tillräckligt

²RP 15/2016 s. 83.

³RP 15/2016 s. 83.

effektivt genom kommunens åtgärder eller om verksamheten är så omfattande att den förutsätter nationellt beslutsfattande.

Genomförandet av tobakslagen kan övervakas samtidigt som annan tillsyn över miljö- och hälsoskyddet riktas mot tillsynsobjektet. Till exempel är det naturligt att i samband med en annan inspektion enligt miljö- och hälsoskyddslagen som gäller livsmedelsbutiker och kiosker också övervaka bestämmelserna om marknadsföring av tobak med stöd av tobakslagen.

En förutsättning för effektiv tillsyn är att Valvira så snabbt som möjligt får information om marknadsföringsåtgärder som har genomförts i ett omfattande område. Den kommunala myndighet som övervakar tobakslagen ska därför utan dröjsmål underrätta Valvira om sina observationer. Samtidigt ska det utredas var och när marknadsföringen har genomförts och man ska ge eventuella uppgifter om den som verkställer eller beställer marknadsföringen.

8.1 Påföljder

Valvira eller kommunen kan förbjuda verksamhet som strider mot tobakslagen eller bestämma att verksamheten ska rättas till så att den överensstämmer med tobakslagen. Förbudet kan förenas med vite eller med hot om att en åtgärd som inte vidtagits inom utsatt tid utförs på den försumliges bekostnad. (12 kap. i tobakslagen).

Om tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska marknadsförs i strid med 68 § i tobakslagen och förfarandet inte inskränker sig till en kommuns område, kan Valvira förbjuda den som beställt eller utfört marknadsföringsåtgärden samt anställda hos dem att fortsätta och upprepa det förfarande som strider mot bestämmelserna (99 § i tobakslagen).

Den som beställer och den som utför en marknadsföringsåtgärd och anställda hos dem som uppsåtligen i strid med 68 § marknadsför tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska eller som i strid med 71 § håller tobaksprodukter, tobakssurrogat, elektroniska cigaretter, nikotinvätskor eller röktilbehör som är avsedda för upphettning av tobaksprodukter eller de nämnda produkternas varumärken synliga i detaljhandel ska dömas till böter för förseelse vid marknadsföring av tobak (110 § i tobakslagen).

Om marknadsföringen, med hänsyn till det sätt på vilket den genomförs, målgruppens ålder eller storlek eller den ekonomiska nytta som förfarandet medfört, också som helhet bedömt ska anses vara grovt, ska den som beställt och den som utfört marknadsföringsåtgärden och anställda hos dem dömas till böter eller fängelse i högst två år för brott vid marknadsföring av tobak (111 § i tobakslagen).

Kommunen får återkalla ett detaljhandelstillstånd för minst en vecka och högst sex månader, om innehavaren av detaljhandelstillståndet, trots att kommunen eller en annan tillsynsmyndighet gett en skriftlig varning eller trots en straffrättslig påföljd i strid med 68 § marknadsför tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätskor (97 § i tobakslagen).

Kommunen får återkalla ett detaljhandelstillstånd permanent om innehavaren av detaljhandelstillståndet trots att tillståndet återkallats för viss tid fortsätter eller upprepar en lagstridig verksamhet och gärningen inte kan betraktas som ringa.

9 Lagstiftning

Enligt 1 § 1 mom. i tobakslagen (549/2016) är syftet med lagen att användningen av tobaksprodukter och andra nikotinhaltiga produkter som innehåller ämnen som är giftiga för människor och orsakar beroende ska upphöra.

Enligt 2 § 1 mom. 35 punkten i tobakslagen avses med marknadsföring reklam, indirekt reklam och annat säljfrämjande samt tobakssponsring.

Enligt 68 § i tobakslagen får inte tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska marknadsföras.

Enligt 69 § i tobakslagen tillämpas inte bestämmelserna i 68 § på:

- 1) marknadsföring i en sådan publikation som har tryckts och publicerats utanför EU, som inte i första hand är avsedd för EU-marknaden och vars huvudsakliga syfte inte är att marknadsföra tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska,

- 2) marknadsföring av enstaka röktilbehör som inte är nya och ska betraktas som samlarobjekt, om produkternas varumärken inte syns i marknadsföringen,
- 3) produktinformation som produktens tillverkare eller importör lämnar dem som deltar i försäljningen av produkten.

Enligt 69 § 2 mom. anses som sådan produktinformation som avses i 1 mom. 3 punkten information om produktens pris, sammansättning, egenskaper, tillverkning, hälsofaror, negativa effekter på hälsan, ursprungsland och detaljhandelsförpackning. En bild av produkten eller dess detaljhandelsförpackning kan ges som produktinformation endast i anslutning till annan produktinformation. Någon annan bild får inte fogas till produktinformationen. Innehållet i produktinformationen ska vara sådant att den som deltar i försäljningen av produkten får heltäckande och korrekta uppgifter om produkten och dess egenskaper.

Enligt 71 § 1 mom. i tobakslagen får tobaksprodukter, tobakssurrogat, elektroniska cigaretter, nikotinvätskor eller röktilbehör som är avsedda för upphettning av tobaksprodukter, eller dessa produkters varumärken, inte hållas synliga i detaljhandel med tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätskor.

Enligt 71 § 2 mom. i tobakslagen gäller förbudet mot framläggande som anges i 1 mom. i samma paragraf dock inte sådana försäljningsställen med egen ingång som nästan uteslutande säljer sådana produkter som avses i tobakslagen, om produkterna och deras varumärken inte är synliga från utsidan av försäljningsstället.

Enligt 71 § 3 mom. i tobakslagen gäller bestämmelserna i 1 mom. inte försäljning på fartyg i internationell sjöfart.

Enligt 72 § i tobakslagen, trots vad som föreskrivs i 68 och 71 §, får en detaljförsäljare av tobaksprodukter på begäran av köparen visa köparen en tryckt varukatalog med bilder på de produkter som säljs på försäljningsstället eller på deras detaljhandelsförpackningar. Detaljförsäljaren får också på begäran av köparen ge köparen en tryckt förteckning över produkterna och deras priser.

Enligt 6 § 1 mom. 3 punkten i tobakslagen styr Tillstånds- och tillsynsverket för social- och hälsovården (Valvira) regionförvaltningsverken och kommunerna när

de fullgör sina uppgifter enligt tobakslagen. Valvira övervakar marknadsföringen av de produkter som avses i tobakslagen i hela landet.

Enligt 8 § 1 mom. 2 punkten i tobakslagen övervakar kommunen inom sitt område efterlevnaden av bestämmelserna om förbud mot marknadsföring och framläggande enligt denna lag,

Enligt 87 § i tobakslagen har Valvira och kommunen, avgiftsfritt och trots sekretessbestämmelserna, rätt att av tillverkare, importörer och försäljare av produkter som avses i denna lag och av andra myndigheter få uppgifter som är nödvändiga för att utreda verksamhet som strider mot denna lag och mot bestämmelser och föreskrifter som utfärdats med stöd av den.

Enligt 87 § 2 mom. i tobakslagen kan om de uppgifter som avses i 1 mom. inte lämnas inom utsatt tid, Valvira eller kommunen förena skyldigheten att lämna dem med vite. Vitet döms ut av förvaltningsdomstolen på ansökan av den som förelagt vitet. Vite får dock inte föreläggas om det finns skäl att misstänka den berörda parten för brott och det begärda materialet har anknytning till det ärende som är föremål för misstanke om brott.

Enligt 96 § i tobakslagen kan kommunen, om den i sin tillsynsuppgift inom sitt område upptäcker verksamhet som strider mot denna lag eller bestämmelser som utfärdats med stöd av den, förbjuda sådan verksamhet eller bestämma att verksamheten ska rättas till så att den överensstämmer med denna lag.

Enligt 97 § 1 mom. i tobakslagen får kommunen återkalla ett i 44 § avsett eller ett med stöd av den gamla tobakslagen beviljat detaljhandelstillstånd för minst en vecka och högst sex månader, om innehavaren av detaljhandelstillståndet, trots att kommunen eller en annan tillsynsmyndighet gett en skriftlig varning eller trots en straffrättslig påföljd

- 7) i strid med 68 § marknadsför tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätskor
- 8) i strid med 71 § håller tobaksprodukter, tobakssurrogat, elektroniska cigaretter, nikotinvätskor eller röktilbehör som är avsedda för upphettning av tobaksprodukter eller de nämnda produkternas varumärken synliga på försäljningsstället.

Enligt 97 § 2 mom. i tobakslagen får kommunen dessutom återkalla ett detaljhandelstillstånd permanent om innehavaren av detaljhandelstillståndet

trots att tillståndet återkallats för viss tid fortsätter eller upprepar en sådan lagstridig verksamhet som avses i 1 mom. och gärningen inte kan betraktas som ringa.

99 § i tobakslagen bestämmer att om tobaksprodukter, tobakssurrogat, röktilbehör, tobaksimitationer, elektroniska cigaretter eller nikotinvätska marknadsförs i strid med 68 § i tobakslagen och förfarandet inte inskränker sig till en kommuns område, kan Valvira förbjuda den som beställt eller utfört marknadsföringsåtgärden samt anställda hos dem att fortsätta och upprepa det förfarande som strider mot bestämmelserna.

Enligt 101 § i tobakslagen kan Valvira i ärenden som avses i 99 § ålägga tillverkaren eller importören att inom den tid som verket bestämmer dra tillbaka produkten från marknaden på egen bekostnad. Valvira ska återkalla åläggandet att dra tillbaka produkten genast när det inte längre finns någon grund för detta.

Bestämmelserna i 102 § i tobakslagen föreskriver att om det på grund av omfattningen eller betydelsen av ett förfarande som strider mot de bestämmelser som avses i 99 § är påkallat att snabbt hindra att förfarandet fortsätts eller upprepas, kan Valvira meddela ett temporärt förbud innan ärendet avgörs slutligt. Ett temporärt förbud träder i kraft genast och kan återkallas innan ärendet avgörs slutligt.

När Valvira enligt 103 § i tobakslagen fattar beslut om ett förbud enligt 99 § eller 102 § kan verket förplikta den som förbudet eller åläggandet gäller att inom utsatt tid och på det sätt som verket bestämmer vidta en åtgärd för att rätta felaktiga eller vilseledande uppgifter, om detta kan anses behövligt på grund av de uppenbara olägenheter som det mot bestämmelserna stridande förfarandet orsakar.

Enligt 105 § i tobakslagen kan Valvira eller en kommun förena ett förbud eller ett åläggande som verket eller kommunen meddelar med stöd av bestämmelserna i denna lag med vite.



Valvira

Sosiaali- ja terveystien
lupa- ja valvontavirasto

Tillstånds- och tillsynsverket
för social- och hälsovården, Valvira

Bangårdsvägen 9, 00520 Helsingfors
PB 43, 00521 Helsingfors
Ounasjoentie 6, 96200 Rovaniemi

Telefon 0295 209 111
kirjaamo@valvira.fi
valvira.fi