

## Nr 52

### *Utlåtande i anledning av väckta motioner om begränsning av eller förbud mot tobaksreklam, m. m.*

Andra lagutskottet har behandlat tre inom riksdagen väckta, till lagutskott hänvisade motioner, nämligen

1) de likalydande motionerna I: 112 av herr *Jacobsson, Per*, och II: 151 av herrar *Westberg* och *Börjesson* i Falköping om begränsning av eller förbud mot tobaksreklam, samt

2) motionen II: 92 av herr *Gustafsson* i Borås om påskrift på cigarrettpaket om rökningens hälsovådlighet.

I motionerna I: 112 och II: 151 yrkas »att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t måtte hemställa om utredning och förslag till lagstiftning som begränsar eller förbjuder tobaksreklam».

I motionen II: 92 hemställas »att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t måtte anhålla om förslag till sådan lagstiftning att alla cigarrettpaket som säljs i Sverige blir försedda med påskriften: 'Varning! Cigarrettrökning kan vara skadligt för hälsan.'»

Beträffande de skäl motionärerna anfört till stöd för sina yrkanden får utskottet, i den mån redogörelse därför inte lämnas i det följande, hänvisa till motionerna II: 151 och II: 92.

### **Gällande bestämmelser och historik**

Sedan den 1 juli 1961 är såväl importen av färdiga tobaksvaror som den inhemska handeln med sådana varor fri. Statens monopol på tillverkning av tobaksvaror slopades vid utgången av år 1966. Några inskränkningar i lag i rätten att göra reklam för tobaksvaror föreligger icke.

Frågor om tobaksreklam har behandlats i riksdagen vid upprepade tillfällen. Spörsmålet berördes sålunda vid statsministerns svar på interpellationer i andra kammaren våren 1956 angående tobaksbrukets hälsorisker, vid finansministerns svar på en enkel fråga angående Svenska tobaksmonopolets annonsering i första kammaren våren 1957 samt vid hans svar i andra kammaren hösten 1957 på interpellation angående eventuell varudeklaration beträffande av Tobaksmonopolet tillverkade cigaretter m. m.

Vid 1958 års B-riksdag väcktes motioner med yrkande bl. a. att Tobaksmonopolets offentliga reklam skulle stoppas och att monopolet skulle anmodas meddela sina utländska affärsförbindelser att upphöra med sin re-

klam. Motionerna behandlades av *allmänna beredningsutskottet* i dess av riksdagen godkända *utlåtande nr B 2*. Utskottet anförde bl. a.

Utskottet har i utlåtande till innevarande riksdag (nr 1) över motioner angående forskningsarbetet rörande tobakens skadeverkningar givit uttryck åt uppfattningen, att tobaksbruket kan medföra allvarliga skadeverkningar för folkhälsan. Det kan med utgångspunkt häri synas ligga nära till hands att utskottet skulle finna lämpligt med en reglering, eventuellt en tvångsmässig sådan, av reklamen för tobaksvarorna. Olika betänkligheter av såväl principiell som praktisk natur anmäler sig emellertid emot dylika åtgärder.

I utlåtande till årets vårriksdag (nr 16) över en motion angående spörsmål rörande varureklamen hänvisade utskottet bl. a. till farhågorna för att regleringsåtgärder på reklamområdet skulle kunna motverka statsmakternas strävan att åstadkomma friare konkurrensförhållanden och även kunna komma i strid med principerna för vår tryckfrihet. Utskottet finner i likhet med vad statens pris- och kartellnämnd i sitt yttrande över de nu föreliggande motionerna anført icke osannolikt, att reklamen endast i mindre utsträckning påverkar den totala försäljningen men har sin egentliga betydelse för märkesvalet. Som i ett flertal remissyttranden framhållits torde vidare ett reklamförbud knappast kunna upprätthållas gentemot utländska tillverkare. Tobaksmonopolet skulle härigenom komma i ett försämrat konkurrensläge. Detta förhållande torde komma att accentueras genom den liberalisering av tobakshandeln som enligt statsmakternas beslut är att emotse.

Utskottet anser det, oavsett ovan anförda omständigheter, självfallet berättigat att ställa stora krav i olika avseenden på Tobaksmonopolets reklamverksamhet. Det är sålunda önskvärt att reklamen ges en måttlig omfattning, att den lämnar konsumenterna saklig upplysning och att den icke får omfatta fabrikat som är i särskild grad skadliga för hälsan. Man bör enligt utskottets mening icke bortse från möjligheterna att genom en riktigt upplagd reklam kunna påverka konsumtionsvanorna i positiv riktning, dvs. så att en övergång sker från mer till mindre skadliga märken. Genom det av medicinalstyrelsen och Tobaksmonopolet i samråd bildade expertrådet, vari den medicinska expertisen är representerad och som har till uppgift bl. a. att vara rådgivare till monopolet i frågor rörande upplysning och reklam m. m. samt att följa och stödja forskningen om tobakens skadeverkningar, har, såvitt utskottet kunnat bedöma, goda förutsättningar skapats för att utskottets ovan uttalade önskemål skall kunna tillgodoses.

I *interpellation* i första kammaren vid 1961 års riksdag frågades om tobaksreklamen kunde anses försvarlig ur folkhälsosynpunkt, om EFTA-avtalet medgav att man ur folkhälsosynpunkt förbjöd eller begränsade tobaksreklamen samt om åtgärder skulle vidtagas mot tobaksreklamen. Interpellationen besvarades av *chefen för finansdepartementet, statsrådet Sträng*, som anförde bl. a.

Lagstiftningen om tobaksvaror har i motsats till rusdryckslagstiftningen inte till ändamål att begränsa försäljningen och förebygga eventuella skadeverkningar. Numera råder i praktiken fri konkurrens inte bara olika försäljare emellan utan även mellan Tobaksmonopolet och utländska tillverkare. Någon ändring härvidlag har veterligen inte på allvar satts i fråga.

Under dessa omständigheter saknas uppenbarligen förutsättningar för att i fråga om tobaken genomföra någon motsvarighet ens till den måttliga re-

klambegränsning, som iakttages när det gäller rusdrycker. Denna begränsning innebär som bekant i huvudsak, att de statliga monopolbolagen, som omhänderhar all partihandel och utminuteri, inte gör reklam för spritdrycker. Mot mera ingripande inskränkningar har med visst fog anförts invändningar från tryckfrihetssynpunkt.

För några år sedan tog monopolet initiativ till ett frivilligt reklamstopp beträffande cigaretter. De utländska tillverkarna återupptog emellertid efter kort tid reklamen i full utsträckning. Ett ensidigt reklamstopp från monopolets sida skulle i dagens läge endast betyda att monopolet skulle lida avbräck i den hårda konkurrensen med de utländska tillverkarna. Nämnas kan att de utländska tillverkarna, som svarar för omkring 10 procent av tobaksförsäljningen i landet, under fjolåret lade ned drygt 1½ gånger så mycket pengar på annonsering som monopolet.

Av det sagda torde framgå, att jag inte är beredd att vidtaga åtgärder mot tobaksreklamen.

I ett *interpellationssvar* vid 1962 års riksdag vidhöll finansministern sin föregående år redovisade ståndpunkt.

Vid 1964 års riksdag väcktes *motioner* med yrkande om utredning och förslag till lag om förbud mot tobaksreklam. Motionerna avslogs i enlighet med vad *andra lagutskottet* förordade i sitt *utlåtande nr 23*. I utlåtandet redovisade utskottet finansministerns uttalande i interpellationssvaret 1961 att totalförbud var betänkligt ur tryckfrihetssynpunkt och att en begränsning av enbart Tobaksbolagets reklam icke skulle ha åsyftad effekt. Utskottet fortsatte:

Mot ett totalförbud kan, även enligt utskottets mening, med skäl anföras betänkligheter ur tryckfrihetssynpunkt. Utskottet vill i detta sammanhang erinra om de överväganden som föregick inskränkningarna i alkoholreklamen vid 1954 års reform av nykerhetslagstiftningen. Statsmakterna avvisade vid detta tillfälle av tryckfrihetsrättsliga skäl en lösning med lagstadgat totalförbud mot alkoholreklam. Såsom motionärerna synes ha menat torde ett reklamförbud för Tobaksbolaget knappast ha någon konsumtionshämmande effekt. Det måste emellertid anses önskvärt att bolagets reklam inte ges en sådan utformning eller omfattning att den bidrar att sprida tobaksbruket bland ungdomen. Utskottet utgår från att Tobaksbolaget visar den återhållsamhet som i detta hänseende är nödvändig.

År 1964 träffade Svenska tobaks aktiebolaget överenskommelser med de utländska företag som säljer cigaretter här i landet om vissa regler för cigarettreklam. Reglerna, som gällt från och med ingången av år 1965, går bl. a. ut på att reklam för cigaretter inte får förekomma i veckotidningar och andra publikationer som huvudsakligen riktar sig till och läses av ungdom under 21 år. Inte heller får sådan reklam förekomma på biografier eller vid idrotts- eller sporttävlingar. Överenskommelserna har hittills följts av berörda företag.

Frågan om tobaksreklamen togs på nytt upp i en *interpellation* vid 1966 års riksdag. Herr Rimmerfors frågade om socialministern avsåg att vidta några åtgärder för att komma till rätta med den ymniga och ofta direkt

1\* — *Bihang till riksdagens protokoll 1967. 9 saml. 2 avd. Nr 52*

utmanande tobaksreklamen samt om socialministern ville medverka till införande av sådan varudeklaration på förpackningar med tobaksvaror som upplyser om den med rökningen förenade hälsofaran. Interpellationen besvarades av *chefen för finansdepartementet*. Denne erinrade om att handelen med tobaksvaror numera är helt fri här i landet. Fri konkurrens råder inte bara olika försäljare emellan utan även mellan Svenska tobaks aktiebolaget och utländska företag. Efter att ha erinrat om de frivilliga överenskommelserna angående begränsning av tobaksreklamen, fortsatte finansministern:

Beträffande ett angivande på cigarettpaketerna av den med rökningen förenade hälsofaran kan det ifrågasättas om en sådan åtgärd skulle få någon konsumtionshämmande effekt. Där systemet prövats har någon konsumtionsnedgång ej kunnat iakttas. Större betydelse i det sammanhanget torde däremot böra tillmätas de undersökningar av tjär- och nikotinhalten i cigaretter av olika märken, som under medverkan av tobaksbolaget regelbundet äger rum. Resultatet av dessa undersökningar publiceras i pressen.

### Tryckfrihetsrättsliga frågor

I samband med 1954 års reform av nykterhetslagstiftningen beslöts att vissa inskränkningar skulle göras i rätten att bedriva alkoholreklam. 1944 års *nykterhetskommitté* diskuterade olika tänkbara åtgärder men framlade inte något egentligt förslag. Därvid anförde kommittén bl. a. att gentemot bestämmelser, som avsåg att reglera reklam i tryckt form, kunde anföras de komplikationer som tryckfrihetsförordningen innebar. I *propositionen nr 151 till 1954 års riksdag* föreslogs en skyldighet för partihandelsbolaget att föreskriva sina leverantörer ett halvt års reklamstopp och därefter en neutral varuinformation. Till grund för förslaget anförde föredragande *departementschefen* bl. a.

Nämnas må till en början att kommittén prövat och avvisat ett framkommet förslag om åtgärder i form av direkta förbudsbestämmelser mot ur nykterhetssynpunkt olämplig reklam. Dyliga åtgärder torde inte vara möjliga att genomföra utan ändringar i tryckfrihetsförordningen. Sålunda påkallade grundlagsändringar skulle förutsätta ingående principiella överväganden och även i övrigt bli av komplicerad natur. Jag finner i likhet med kommittén att sådana åtgärder inte bör komma i fråga.

Ett alternativ till lösning av frågan vore därför att spritcentralen i avtalen med sina leverantörer föreskriver de inskränkningar i reklamen som nyss angivits. Lagtekniskt skulle detta alternativ utformas så att spritcentralen genom bestämmelse i den nya rusdrycksförsäljningsförordningen ålägges att vid avtal med leverantör föreskriva dessa sådana inskränkningar rörande reklam för rusdrycker och därmed jämförlig verksamhet som är erforderliga för att tillgodose syftet med nyssnämnda regel att rusdryckshandeln skall ordnas och handhavas så att därav uppkommer så ringa skada som möjligt.

Nämnda alternativ bör granskas främst ur tryckfrihetsrättslig och handelspolitisk synpunkt.

I förstnämnda hänseende må framhållas att de tilltänkta inskränkningarna icke synes strida mot de intressen tryckfrihetsförordningen vill tillgodose. De riktar sig mot försäljare av rusdrycker, och på dessa bör man som förut framhållits kunna ställa särskilda krav rörande sättet att bedriva försäljningsverksamheten. Det förtjänar vidare att framhållas att det ur tryckfrihetsrättslig synpunkt helt naturligt icke möter hinder att genomföra sådana försäljningsbestämmelser för rusdrycker att annonsering icke blir lönande. Så är redan fallet med gällande starkölsförbud som gör all kommersiell reklam för starköl inom landet meningslös. Ett ingripande mot reklamen för rusdrycker är att betrakta som ett led i försäljningslagstiftningen, ehuru mindre ingripande än ett försäljningsförbud. En begränsning av rusdrycksreklamen står i god överensstämmelse med principerna för den svenska rusdryckslagstiftningen. Att märka är vidare att inskränkningarna skulle i princip drabba alla berörda parter lika.

Frågan om reklam begränsningens grundlagsenlighet togs påföljande år upp av dåvarande justitieministern i ett *interpellationssvar* i första kammaren. I svaret ingick justitieministern i sådana principiella överväganden som finansministern föregående år avböjt att göra i propositionen. Han anförde bl. a.

Tryckfrihetsförordningens uppgift är att skydda yttrandefriheten såsom grundval för ett fritt samhällsskick. Däremot bör tryckfrihetsförordningen inte tolkas på det sättet, att den reglerar varje förfarande, vari tryckt skrifts innehåll, taget i bokstavig mening, kommit till användning. Den hindrar därför icke tillämpningen av bestämmelser, som icke ingriper i yttrandefriheten, utan har ett annat syfte, t. ex. av näringsrättslig natur. Den principfråga som det här gäller har vid åtskilliga tillfällen varit under debatt. Tidigare ställde man sig mer tveksam till möjligheterna att i olika avseenden reglera förfaranden som sålunda berörde tryckt skrift. Det förekom till och med, att man i tryckfrihetsförordningen införde stadganden som uppenbarligen är ganska främmande för tryckfriheten, t. ex. straffbestämmelser rörande inbjudningar till otillåtet lotteri. Sedermera har emellertid en ändrad uppfattning slagit igenom på denna punkt. Ett principiellt ställningstagande av den innebörd som jag här antytt kom sålunda till stånd vid antagandet av 1931 års lagstiftning om illojal reklam. Bestämmelser därom ansågs icke hindras av tryckfrihetsförordningen, oaktat reklamen kunde förekomma i tryckt skrift. — — —

Med denna uppfattning om tryckfrihetens innebörd kan de av riksdagen förra året beslutade bestämmelserna om inskränkningar i alkoholreklamen icke anses strida mot tryckfriheten. Detta ställningstagande är grundat därpå, att det här icke är fråga om någon inskränkning i den medborgerliga yttrandefriheten, utan allenast om en skyldighet för vissa näringsidkare att visa återhållsamhet i sina ansträngningar att få avsättning för varor som de saluför. — — —

Slutligen vill jag understryka att det principiella ställningstagande, som här återgivits, icke får så förstås, att varje organiserad reklam begränsning skulle vara tillåten. En sådan kan nämligen överensstämma med tryckfrihetsförordningen endast under de givna betingelserna, att den icke ingriper i yttrandefriheten.

År 1957 beslöts att i stor utsträckning frita alkoholreklamen från tidigare gällande inskränkningar. Ingridanden skulle göras endast i den mån annonser fick en klart olämplig utformning. Frågan om skärpning av begränsningarna i alkoholreklamen togs på nytt upp av 1961 års *nykterhetslagskommitté*, som i sitt betänkande SOU 1964: 6 lade fram förslag till permanenta regler på området. I förslaget, som hittills inte lett till någon lagstiftning, granskas de föreslagna reglerna ingående från tryckfrihetsrättsliga synpunkter. Kommittén konstaterar inledningsvis att tryckfrihetsförordningen inte är exklusivt tillämplig på varje gärning, som begås med hjälp av tryckt skrift. Under tryckfrihetsförordningen faller vad som är att anse som missbruk av rätten att uttala åsikter och meddela upplysningar i tryckt skrift, medan gärningar, som är brottsliga i annat avseende, behandlas enligt annan lagstiftning. I varje särskilt fall bör man främst fästa sig vid förfarandets huvudsakliga karaktär, nämligen om detsamma väsentligen framstår som ett missbruk av yttrandefriheten eller i främsta rummet innebär ett angrepp på andra av rättsordningen skyddade intressen än dem som tryckfrihetsförordningen vill skydda. När det gäller lagstiftning om utövande av näringar, får det enligt kommittén anses fastslaget, att tämligen långt gående inskränkningar i rätten att använda tryckt skrift för reklam och liknande ändamål kan föreskrivas i annan lagstiftning än tryckfrihetsförordningen. Sedan kommittén framhållit att man försöker uppnå det sociala syftet bakom statsmakternas nykterhetspolitik genom reglering av handeln med rusdrycker, dvs. genom en näringslagstiftning, fortsätter kommittén:

Eventuella inskränkningar i eller förbud mot reklam för rusdrycker torde därför väsentligen få anses utgöra ett led i den näringslagstiftning som upprätthålles på rusdryckshanteringens område. I sammanhanget kan även erinras om vad som redan i 1954 års prop. framhölls om sambandet mellan försäljningslagstiftningens allmänna utformning och de faktiska förutsättningarna för att bedriva reklam för rusdrycker. I konsekvens med det sagda blir överträdelser av inskränkningar i eller förbud mot alkoholreklam i huvudsak att betrakta som brott mot en näringslagstiftning och inte såsom missbruk av tryckfriheten. De faller alltså utanför TF:s område.

Härav torde följa, att TF icke lägger hinder i vägen för reklaminskränkningar av den art som genomfördes eller föreslogs 1954. Likaså synes, såsom också torde framgå av justitieministerns år 1955 avgivna interpellationssvar, numera stå klart, att icke heller straffsanktionerade bestämmelser i rusdrycksförsäljningsförordningen om inskränkningar i eller förbud mot alkoholreklam kan anses stridande mot TF.

### Utskottet

I olika vetenskapliga undersökningar har sambandet mellan tobaksrökning och förekomsten av vissa sjukdomar studerats. På grundval av dessa undersökningar har en expertgrupp inom medicinalstyrelsen i mars 1965 uttalat att kausalsammanhang får anses föreligga mellan cigarrettrökning

och lungcancer, kronisk bronkit och emfysem, att kausalsammanhang med stor sannolikhet får anses föreligga mellan tobaksrökning och cancer i läpp och struphuvud samt att dödlighet i kranskärslssjukdom i viss mån varierar med rökvanan.

Mot bakgrund av tobaksrökningens skadeverkningar för folkhälsan understrykes i förevarande motioner vikten av att hålla tobakskonsumtionen tillbaka. Enligt motionärerna måste samhället genom lagstiftning vidta åtgärder för att minska förbrukningen av tobak. I motionerna I: 112 och II: 151 hemställs om utredning och förslag till lagstiftning som begränsar eller förbjuder tobaksreklam. I motionen II: 92 förordas en lagstadgad skyldighet att förse alla cigarettpaket som säljs i landet med en varning om cigarettrökningens hälsovådlighet.

Frågan om tobaksreklam har varit föremål för riksdagens behandling vid upprepade tillfällen. År 1964 avvisade riksdagen ett förslag om totalförbud mot tobaksreklam med en hänvisning till betänkligheter ur tryckfrihetssynpunkt. Samtidigt anförde riksdagen att ett reklamförbud för Tobaksaktiebolaget knappast skulle ha någon konsumtionshämmande effekt.

Med hänsyn till det sammanhang som konstaterats föreligga mellan tobaksrökning och förekomsten av vissa sjukdomar anser utskottet — i likhet med motionärerna — att förbrukningen av tobak bör hållas nere. Framför allt är det angeläget att begränsa ungdomens tobakskonsumtion och motverka att rökvanor grundlägges vid alltför unga år.

Att detta syfte skulle främjas genom begränsning av eller förbud mot tobaksreklam är enligt utskottets uppfattning dock ovisst. Fog finns för påståendet att tobaksreklam har sin betydelse för valet mellan olika tobaksmärken men i huvudsak saknar betydelse för valet mellan rökning och icke-rökning. Vid det sistnämnda valet tycks påverkan från den närmaste omgivningen spela större roll. Samvariation mellan rökvanor hos barn och deras föräldrar samt mellan rökvanor hos ungdomar och deras kamrater har påvisats i olika undersökningar. Liknande resultat torde kunna uppnås när det gäller användandet av narkotiska medel. Trots avsaknaden av kommersiell reklam för narkotika har förbrukningen därav successivt ökat under de senaste åren inte minst bland ungdomen. Till vad nu sagts kan även läggas vissa synpunkter av näringsrättslig natur. Tillverkning och försäljning av tobaksvaror är numera helt fri. Det står sålunda envar fritt att här i landet fabricera och till allmänheten distribuera olika slag av tobaksvaror. Så länge statsmakterna låter detta förhållande bestå, torde de också få tilllåta en viss form av kommunikation genom reklam mellan tillverkare, försäljare och förbrukare.

Med hänsyn till vad utskottet sålunda anfört kommer utskottet till den slutsatsen att åtgärder mot tobaksförbrukningen bör vidtas i annan form än genom lagstadgad begränsning av eller förbud mot tobaksreklam. Inte heller anser sig utskottet kunna tillstyrka förslaget med varningsföreskrift

på cigarettpaketen om rökningens hälsovådlighet. Erfarenheter från För-  
enta staterna, där sådan varningsskyldighet varit påbjuden sedan ingången  
av år 1966, tyder på att åtgärden inte haft någon mätbar effekt på cigaretter-  
konsumtionen.

Enligt utskottets mening bör man i stället — liksom hittills skett — följa  
upp de vetenskapliga undersökningar som görs angående tobaksförbruk-  
ningens medicinska verkningar samt genom information och undervisning  
försöka nedbringa förbrukningen av tobak. Därvid bör man särskilt sträva  
efter att förhindra eller begränsa tobaksbruket bland barn och uppväxande  
ungdom. Utskottet vill i det sammanhanget erinra om att tobaksindustrin  
genom frivilliga överenskommelser redan åtagit sig att medverka härtill.

Under hänvisning till det anförda får utskottet hemställa,

A. att motionerna I: 112 och II: 151 icke måtte föranleda  
någon riksdagens åtgärd, samt

B. att motionen II: 92 icke heller måtte föranleda någon  
riksdagens åtgärd.

Stockholm den 18 oktober 1967

På andra lagutskottets vägnar:

AXEL STRAND

---

*Vid detta ärendes behandling har närvarit*

från f ö r s t a kammaren: herr Strand (s), fru Carlqvist (s), herrar Lars  
Larsson (s), Hübinette (h), Wanhainen (s), Erik Filip Petersson (fp),  
Kilsmo (fp) och Fällidin (cp)\*;

från a n d r a kammaren: herrar Anderson i Sundsvall (fp), Lundberg  
(s), Rimmerfors (fp), fru Ekendahl (s), herr Gomér (cp), fru Svensson (s),  
fru Skantz (s) och herr Åkerlind (h).

---

\* Ej närvarande vid utlåtandets justering.

## Reservationer

### I

vid utskottets hemställan under A

av herrar *Erik Filip Petersson* (fp), *Kilsmo* (fp), *Rimmerfors* (fp), *Gomér*  
(cp) och *Åkerlind* (h), vilka ansett,

a) att det avsnitt i utskottets yttrande som börjar på s. 7 med orden  
»Att detta» och som slutar på följande sida med orden »medverka härtill»  
bort ersättas med text av följande lydelse:

»I och för sig lär väl inte frågan om tobakens skadeverkningar kunna lösas enbart med en restriktiv lagstiftning beträffande tobaksreklamen. Problemet innehåller allvarliga frågeställningar av helt annat slag. Medicinsk och social forskning samt upplysning och åter upplysning tycks här vara kungsvägarna, för att inte tala om det goda föredömetts makt.

Reklamen kan dock inte anses betydelselös. Ingen försäljningsorganisation skulle lägga ned så avsevärda summor som det här gäller, om det inte medförde ökade konsumtionssiffror. Reklamen är klart konsumtionsstegrande. Eftersom framför allt cigarrettrökningen bevisligen är en hälsofara måste det ligga i samhällets intresse att i stället nedbringa tobakskonsumtionen. I synnerhet är detta fallet med den starkt växande och synnerligt skadliga cigarrettrökningen bland barn och yngre ungdom.

Också genom svensk forskning på området har betydande rön kommit upplysningsverksamheten till godo. Det märkliga är emellertid, att samtidigt som samhället främjar en objektiv upplysning om rökningens hälso-risker, tillåter man en subjektiv propaganda för ökad tobakskonsumtion, till stor del bekostad av statens egen försäljningsorganisation, Svenska tobaks aktiebolaget.

Den tilltagande tobakskonsumtionen håller på att bli ett växande problem för hem och skola, men den är samtidigt i sin egenskap av ett hälsoproblem ett verkligt bekymmer för det ansvariga samhället.

I detta läge finner utskottet det önskvärt att i överensstämmelse med motionerna I: 112 och II: 151 en utredning kommer till stånd som prövar möjligheterna att på något sätt komma till rätta med tobaksreklamen. Dessutom bör strävandena att nå frivilliga överenskommelser om en ytterligare begränsning av tobaksreklamen fullföljas.

Utskottet anser sig däremot inte kunna tillstyrka förslaget i motionen II: 92 om varningsföreskrift på cigarrettpaketet om rökningens hälsovåd-  
lighet».

b) att utskottet bort hemställa,

»att riksdagen med bifall till motionerna I: 112 och II: 151 måtte i skrivelse till Kungl. Maj:t anhålla om utredning och förslag till lagstiftning om begränsning av eller förbud mot tobaksreklam».

## II

### vid utskottets hemställan under B

av herrar *Rimmerfors* (fp) och *Åkerlind* (h).