

Bildregeln underkänd - viktig dom för hela den svenska bryggerinäringen

Nu är det klarlagt - svenska bryggare och spritproducenter får visa sina produkter i en kontext av mat och miljö. Ölflaskan kan få sällskap av en räksmörgås för att visa hur dryck och mat kan kombineras.

Nyligen kom utlåtandet från Patent-och marknadsöverdomstolen gällande målet mot Mackmyra Svensk Whisky AB. Tvisten rörde ett antal bilder på sociala medier som Konsumentombudsmannen (KO) menar strider mot bildregeln i alkohollagen.

Domstolen bedömer att bildregeln inte är proportionerlig i förhållande till sitt syfte att skydda folkhälsan och därför inte förenlig med EU-rätten. Bildförbudet gör ingen skillnad på innehåll och sammanhang utan fäller även bilder som är uppenbart harmlösa. Domen är principiellt viktig för hela branschen och betyder att svenska företag kan kommunicera på ett mer nyanserat och likvärdigt sätt som sina internationella konkurrenter. Domen kan dock överklagas fram till den 23 april.

-Domstolens utlåtande är ett välkommet klargörande. Det är helt rimligt att skydda barn och ungdomar och all marknadsföring måste vara måttfull, men bildregeln upplevs som väldigt långtgående. Den viktigaste regeln - måttfullhetskravet - finns kvar, så även om det finns ett större utrymme nu i marknadsföringen måste branschen fortsätta att uppvisa ansvar och återhållsamhet, säger Anna-Karin Fondberg, vd Sveriges Bryggerier.

Sveriges Bryggerier kommer fortsätta arbeta för en hög etisk standard inom all marknadsföring genom branschens gemensamma initiativ Alkoholgranskningsmannen, AGM.

AGM är alkoholbranschens självreglering och drivs av SVL och Sveriges Bryggerier.