

Sammanfattning av reglerna kring marknadsföring av tobak mm

Generella begränsningar

- Marknadsföring till konsumenter är i princip förbjuden för tobaksvaror, e-cigarettor och tobaksfria nikotinprodukter.
- Syftet är att skydda folkhälsan och särskilt barn och unga från exponering.

Lagstiftning som styr

- Lag (2018:2088) om tobak och liknande produkter reglerar marknadsföring, märkning, försäljning och sponsring.
- Marknadsföringslagen (2008:486) gäller också, särskilt vad gäller vilseledande eller aggressiv marknadsföring.
- Konsumentverkets allmänna råd (KOVFS 2025:4) ger vägledning för e-cigarettor och påfyllningsbehållare.

Vad räknas som marknadsföring?

- Allt från annonser, skyltar och produktplacering till muntliga säljargument och själva exponeringen av produkten i butik.

Checklista:

Tillåtet

- Produktinformation i direkt anslutning till försäljning
- Pris, innehåll, nikotinhalt, smak, produktnamn
- Måste vara saklig och måttfull
- Exponering av produkten i butik
- Produkterna får visas i neutrala hyllor eller skåp
- Inga ljuseffekter, animationer eller rörliga bilder
- Skyltning med varumärke
- Endast i anslutning till försäljningsstället
- Måste vara diskret och inte uppmana till köp
- Försäljning till personer över 18 år
- Ålderskontroll krävs

- Information om hälsorisker
- Varningstexter och märkning enligt lag måste finnas

Inte tillåtet

Reklam i skyltfönster, affischer eller digitala skärmar

- Säljargument som "nyhet", "erbjudande", "bäst i test"
- Sponsring eller kampanjer
- Marknadsföring riktad till barn eller ungdomar
- Produktplacering utanför försäljningsytan