

Kulturdepartementet

ku.remissvar@regeringskansliet.se
ku.md@regeringskansliet.se

En moderniserad radio- och tv-lag – genomförande av ändringar i AV-direktivet (SOU 2019:39)

Konsumentverkets synpunkter begränsas till förslag i betänkandet som berör myndighetens tillsynsområde.

1. Innehåll på videodelningsplattformar

Genom utredningens förslag kommer bestämmelserna om förbud mot barnreklam och förbudet mot reklam för sådan medicinsk behandling som är tillgänglig endast efter ordination i 8 kap. 7, 8 och 14 §§ radio- och tv-lagen att gälla även reklam och andra annonser som tillhandahålls av leverantörer av videodelningsplattformar. Även andra bestämmelser om reklam föreslås enligt författningsförslaget för den nya bestämmelsen i 5 a kap. 7 § radio- och tv-lagen gälla för leverantörer av videodelningsplattformar. Dessa regler innehåller förbud mot kommersiella annonser för alkoholdrycker och alkoholdrycksliknande preparat enligt 7 kap. 3 § alkohollagen (2010:1622), förbud för kommersiella annonser för tobaksvaror och förbud för marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare enligt 4 kap. 1 och 4 §§ lag (2018:2088) om tobak och liknande produkter, förbud för marknadsföring av modersmjölksersättning enligt 3 § lag (2013:1054) om modersmjölksersättning och tillskottsning samt förbud för reklam för spel som tillhandahålls av någon som saknar nödvändig licens enligt 15 kap. 6 § spellagen (2018:1138).

Förbud för marknadsföring av tobaksvaror¹, elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare samt för modersmjölksersättning kan redan i dagsläget tillämpas på marknadsföring som förekommer på videodelningsplattformar eftersom aktuella förbud inte begränsas till vissa angivna medier alternativt omfattar även marknadsföring inom informationssamhällets tjänster. Förbud bör under alla förutsättningar kunna riktas mot en annonsör etablerad i Sverige vars marknadsföring är riktad mot den svenska marknaden. Förbud

¹ Enligt 4 kap. 2 § lag om tobak och liknande produkter är även annan marknadsföring (än som avses i 1 §) förbjuden, med vissa angivna undantag.

bör även kunna riktas mot en svensketablerad annonsör som riktar sig mot en annan medlemsstat med stöd av e-handelslagens jurisdiktionsregler. På motsvarande sätt bör en i Sverige etablerad leverantör av en videodelningsplattform i dagsläget kunna hållas medverkansansvarig enligt marknadsföringslagen (2008:486) för marknadsföring som den leverantören tillhandahåller.

Vad gäller förbuden i 8 kap. 7, 8 och 14 §§ radio- och tv-lagen samt förbudet i 7 kap. 3 § alkohollagen respektive förbudet för viss spelreklam enligt 15 kap. 6 § spellagen så innebär förslaget, i viss bemärkelse, en utvidgning av befintliga regler eftersom aktuella förbud i radio- och tv-lagen samt i alkohollagen respektive spellagen endast är tillämpliga på vissa medier som i dagsläget inte omfattar videodelningsplattformar.² Bestämmelser om videodelningsplattformar i radio- och tv-lagen skulle enligt förslaget emellertid endast vara tillämpliga på leverantörer etablerade i Sverige. Som utredningen anger förekommer för tillfället sannolikt få tjänster som klassificeras som videodelningsplattformar som faller under svensk jurisdiktion och som tillhandahåller den typen av reklam som skulle omfattas av regleringen i radio- och tv-lagen. Föreslagna förbud skulle inte heller kunna riktas mot en annonsör (oavsett etableringsland). Det kan därför konstateras att den praktiska betydelsen av den föreslagna regleringen i 5 a kap. 7 § radio- och tv-lagen, under nu rådande förhållanden, ur ett konsumentskyddsperspektiv skulle bli liten.

Vad gäller marknadsföring av alkoholdrycker är det enligt Konsumentverkets uppfattning vanligt förekommande att i Sverige etablerade näringsidkare/ annonsörer marknadsför alkoholdrycker på t.ex. Youtube. Det kan i sammanhanget även vara värt att notera att videodelningsplattformar kan omfatta sociala medietjänster där tillhandahållandet av program och användarproducerade videor utgör en väsentlig funktion i tjänsten. Enligt utredningens förslag skulle mot dessa annonsörer, liksom idag, endast kunna ställas krav på att marknadsföringen är förenlig med kravet på särskild måttfullhet enligt 7 kap. 1 § alkohollagen och den s.k. bildregeln i 7 kap. 5 § alkohollagen, vars bestämmelser är medieneutrala. En i Sverige etablerad videodelningsplattform skulle emellertid vara förbjuden att tillhandahålla sådan annonsering.

Konsumentverket noterar att utredningen anger att det finns flera fördelar med att hålla samma skyddsnivå för innehåll som tillgängliggörs på videodelningsplattformar som för audiovisuella medietjänster. Det anges även att det ur mediekonsumenternas synvinkel är rimligt att samma regelverk gäller för t.ex. beställ-tv oavsett om sådana program tillhandahålls på en videodelningsplattform eller på en video on demand-tjänst som inte innehåller användargenererad video samt att det ur annonsörernas och mediemarknadens perspektiv kan vara önskvärt att villkoren för reklam inte skiljer sig åt beroende på hur innehållet levereras till publiken, och att ett teknikneutralt

² Det s.k. främjandeförbudet (vilket omfattar marknadsföring) enligt 19 kap. 2 § spellagen är emellertid inte begränsat till vissa medier. Värt att notera är att e-handelslagen undantar spelreklam, vilket innebär att effektlansprincipen tillämpas på marknadsföring av spel på internet i dagsläget, och att regleringen av videodelningsplattformar eventuellt kan komma att påverka svensk jurisdiktion.

genomförande därför bör eftersträvas. Utifrån ett sådant perspektiv bör det enligt Konsumentverkets mening, i den mån det låter sig göras, övervägas om förbud för viss marknadsföring kan utvidgas i själva grundbestämmelsen, i detta fall 7 kap. 3 § alkohollagen, istället för genom hänvisningar i radio- och tv-lagen. Särskilt om målet är att öka konsumentskyddet utifrån ett folkhälsoperspektiv. Frånsett bestämmelserna i radio- och tv-lagen kan såsom angetts ovan övriga förbud i föreslagen bestämmelse redan i dagsläget tillämpas på i Sverige etablerade annonsörer.

Konsumentverket delar utredningens bedömning att förslaget, utifrån nu rådande situation på marknaden, inte skulle medföra behov av utökade resurser för Konsumentverket.

2. Angående tillsynsansvaret för innehåll på videodelningsplattformar

Av 16 kap. 4 § radio- och tv-lagen framgår att bestämmelserna om reklam i 8 kap. 7 § första stycket, 8 och 9 §§, 14 § första och andra styckena och 15 kap. 4 § övervakas av Konsumentombudsmannen (KO). Enligt 17 kap. 9 § radio- och tv-lagen ska en handling som strider mot de bestämmelserna vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses vara otillbörlig marknadsföring mot konsumenter. En sådan handling kan medföra en marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen.

Den föreslagna regleringen i 5 a kap. 7 § radio- och tv-lagen hänvisar till ett antal förbudsbestämmelser i annan lagstiftning som Konsumentverket/KO har tillsyn över (Spelinspektionen har tillsyn över 15 kap. 6 § spellagen). Någon ändring av 16 kap. 4 § radio- och tv-lagen har emellertid inte föreslagits. Om Konsumentverket/KO ska ha tillsyn även över regleringen i 5 a kap. 7 § radio- och tv-lagen, vad gäller de förbudsbestämmelser som myndigheten idag har ett tillsynsansvar för, bör detta uttryckligen regleras i tillsynsbestämmelsen. Det bör även anges i sanktionsbestämmelsen i 17 kap. 9 § radio- och tv-lagen vilka sanktionsbestämmelser i marknadsföringslagen som är tillämpliga vid en överträdelse.

3. Skyldigheten för leverantörer av audiovisuella medietjänster att lämna viss information

Utredningen lämnar förslag på att införa en bestämmelse (17 kap. 3b § radio- och tv-lagen enligt författningsförslaget) som innebär att ett programbolag eller en leverantör av beställ-tv som inte lämnar den information som anges i 2 kap. 1 § radio- och tv-lagen ska kunna åläggas att lämna informationen enligt marknadsföringslagens bestämmelser. För beställ-tv skulle detta innebära att kopplingen till sanktionen för underlåtenheten att lämna information finns i två regelverk, det vill säga radio- och tv-lagen och e-handelslagen. I båda fallen skulle dock Konsumentverket vara ansvarigt för tillsynen. Risken för att en leverantör skulle kunna träffas av åläggande utifrån båda regelverken får enligt utredningen därför betraktas som försumbar. Konsumentverket delar den

uppfattningen samt att föreslagen reglering inte skulle medföra behov av utökade resurser för Konsumentverket.

4. Förtydligande av tillämpningsområdet för marknadsföringslagen och vissa hänvisningar till radio- och tv-lagen i annan lag m.m.

Utredningen föreslår att bestämmelserna om förbud mot reklam i audiovisuella medietjänster och ljudradiosändningar för alkoholdrycker, alkoholdrycksliknande preparat, tobak och tobaksliknande produkter i alkohollagen respektive lagen om tobak och liknande produkter ska formuleras likalydande. Vidare föreslår utredningen att hänvisningen till radio- och tv-lagen och till att förbuden även gäller sändningar över satellit tas bort vilket får till följd att de svenska förbuden även kommer att gälla för sådana satellitsändningar som utgår från tredje länder men som är avsedda för en svensk publik. Det finns inte, enligt utredningens mening, något som motiverar den nuvarande begränsningen. Konsumentverket har inga synpunkter på förslaget. Jämför dock vad som anges under avsnitt 1 angående 7 kap. 3 § alkohollagen.

Utredningen föreslår också ändringar i marknadsföringslagen som förtydligar att lagen tillämpas på tv-sändningar, beställ-tv eller videodelningsplattformar som omfattas av radio- och tv-lagen, även om de helt eller huvudsakligen är avsedda för mottagning i en annan EES-stat än Sverige. Konsumentverket har inga synpunkter på att sådant förtydligande görs men bedömer att det i sådant fall bör övervägas om det finns ett motsvarande behov om förtydligande vad gäller informationssamhällets tjänster. Av 5 § e-handelslagen följer att svensk rätt ska gälla inom det samordnade regelområdet för de informationssamhällets tjänster som tillhandahålls av tjänsteleverantörer med Sverige som etableringsstat, även om tjänsterna helt eller delvis riktar sig mot tjänstemottagare i någon annan stat inom EES.

Detta yttrande har beslutats av avdelningschef Joachim Allard. I handläggningen har också enhetschef Andreas Prochazka och föredragande jurist Emma Hedge deltagit.

.....
Joachim Allard
Beslutande

.....
Emma Hedge
Föredragande