



Folkhälsomyndigheten

## Remissyttrande

**Mottagare**

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

**Handläggare**

Enheten för alkoholprevention  
Åsa Hernerud

**Datum**

2019-11-20

**Vårt ärendenummer**

03568-2019

**Ert ärendenummer**

Ku2019/01489/MD

# Folkhälsomyndighetens remissyttrande över betänkandet En moderniserad radio- och tv-lag (SOU 2019:39)

## Sammanfattning

Folkhälsomyndigheten har beretts tillfälle att inkomma med synpunkter angående rubricerad remiss och har följande att anföra:

Folkhälsomyndighetens övergripande bedömning av betänkandet är att det saknas ett folkhälsoperspektiv om god och jämlik hälsa samt ett Agenda 2030-perspektiv om social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. Folkhälsomyndigheten arbetar för en god och jämlik hälsa i hela befolkningen inom områden såsom alkohol, tobak, livsmedel och spel om pengar. Myndighetens bedömning är att en utvidgning av reklamtider och ökade möjligheter till produktplaceringar kan få en negativ inverkan på folkhälsan inom flera av dessa områden.

Folkhälsomyndigheten menar att det krävs fler åtgärder för att uppnå ändringsdirektivets intention att på ett verkningsfullt sätt minska barns och minderårigas exponering av reklam och vill i det perspektivet särskilt lyfta ohälsosamma livsmedel och drycker samt spel om pengar. Folkhälsomyndigheten avstyrker därmed förslagen om högre tillåten tid för annonser samt större möjligheter till produktplacering och anser att nuvarande bestämmelser i radio- och tv-lagen ska behållas. Gällande reklam för ohälsosamma livsmedel eller drycker samt spel om pengar anser myndigheten i motsats till utredningen att radio- och tv-lagens skrivningar behöver förstärkas. Slutligen avstyrker myndigheten förslaget om att samarbetsförfarandet mellan myndigheter inte ska omfatta alkoholdrycksliknande preparat.

Folkhälsomyndigheten ser positivt på förslagen i kapitel 8 och 10 som syftar till att förstärka skyddet för minderåriga samt öka tillgängligheten för personer med funktionsnedsättning. Folkhälsomyndigheten har inte lämnat synpunkter på de kapitel som rör tillsyn men vill framhålla att tillsyn är en central del i det förebyggande arbetet och understryker vikten av möjlighet till sanktioner för brott mot lagen.

## Folkhälsomyndighetens kommentarer

### **Minderårigas tillgång till skadligt innehåll (kap 8.2.1)**

Folkhälsomyndigheten delar bedömningen att svensk rätt redan motsvarar ändringsdirektivets krav i fråga om innehåll som kan skada barn och uppfattar det som positivt att ändringsdirektivet innebär att minderårigas skydd mot skadligt medieinnehåll som våld och pornografi, på olika sätt förstärks.

Folkhälsomyndigheten efterfrågar dock ett resonemang kring innebörden av lydelsen i 5 kap. 2§ radio- och tv-lagen om att program innehållande våldsskildringar eller pornografiska bilder inte ska visas i beställ-tv eller sändas på tider då det finns en betydande risk att barn kan se programmen *om det inte av särskilda skäl ändå är försvarligt*.

### **Krav på information om skadligt innehåll (kap 8.2.2)**

Folkhälsomyndigheten tillstyrker förslaget att införa ett krav på information om skadligt innehåll och att granskningsnämnden för radio och tv meddelar förelägganden för att bestämmelsen ska efterlevas. Folkhälsomyndigheten uppfattar dock att det är oklart om förutsättningar finns för mediebranschens aktörer att enas kring ett gemensamt system för innehållsklassificering och information. Därför förordar Folkhälsomyndigheten förslaget där Statens medieråd får i uppdrag att ta fram riktlinjer som kan tjäna som vägledning framför förslaget om att Statens medieråd får i uppdrag att medverka till ett sådant bransch-gemensamt system.

### **Högsta tillåtna tid för annonser (kap 9.2.2)**

Folkhälsomyndigheten anser att betänkandets förslag kan bidra till ökad kvantitet av reklam på ett sätt som är problematiskt ur ett folkhälsoperspektiv, framförallt gällande reklam av ohälsosamma livsmedel och drycker samt spel om pengar. Folkhälsomyndigheten föreslår därför att nuvarande bestämmelser för högsta tillåtna tid för annonser behålls.

Förslaget om utökade reklamtider går i motsatt riktning till gällande riktlinjer och handlingsplaner från WHO och EU där begränsning av marknadsföring av ohälsosamma livsmedel och drycker är ett viktigt verktyg för att bromsa ökningen av övervikt och fetma bland barn och unga. Regeringen anger att kvantitet av reklam för spel om pengar är ett åtgärdsområde i direktivet till Spelmarknadsutredningen. I det fall det sker ett utvecklat partnerskap mellan mediebolag och spelbolag kan betänkandets förslag att undanta marknadsföring av egen verksamhet innebära en risk för en ökad exponering av spelreklam.

Vidare noteras att det saknas ett folkhälso- och Agenda 2030-perspektiv i betänkandet. Exempelvis kan obegränsad reklam på natten medföra att grupper ur befolkningen som är särskilt känsliga för reklam riskerar att exponeras i hög grad vilket kan öka ojämlikheten i hälsa. Istället vägs i betänkandet fördelar för tittarna i att behålla nuvarande regler med mindre exponering av reklam mot kommersiella intressen och fördelar för svenska programföretag. AV-direktivet är ett minimi-direktiv och Sverige har därigenom möjlighet att besluta om strängare nationella regler eller avvikelser.

### **Produktplacering (kap 9.2.3)**

Motivet bakom förslaget att tillåta produktplacering med vissa undantag är en förenkling och ett förtydligande av regelverket. Folkhälsomyndigheten anser att

detta bör ställas mot konsekvenser för folkhälsan, jämlik hälsa och Agenda 2030-perspektiven om social-, ekonomisk- och miljömässig hållbarhet. Med anledning av detta avstyrker Folkhälsomyndigheten förslaget och anser istället att nuvarande bestämmelser i radio- och tv-lagen ska behållas.

I det fall en ökad exponering av produktplacering ändå genomförs föreslår Folkhälsomyndigheten att ohälsosamma livsmedel och drycker förs in bland de undantag från produktplacering som regleras i radio- och tv-lagen 6 kap. 2 §, vilket inte är fallet idag. Vidare föreslås att skrivningarna kring spel förstärks så att det behandlas likvärdigt med alkohol och tobak, genom att radio- och tv-lagen 6 kap. 2§ kompletteras med skrivning om att produktplacering inte får ske av spelprodukter eller företag vars huvudsakliga verksamhet är att sälja spelprodukter. Idag ingår endast undantag från spel som inte har nödvändig licens. I anslutning till detta föreslår Folkhälsomyndigheten att 7 kap. 2§ radio- och tv-lagen kompletteras så att spelprodukter eller företag vars huvudsakliga verksamhet är att sälja spelprodukter inte ska få sponsra program.

Folkhälsomyndigheten tillstyrker förslagen om att komplettera radio- och tv-lagen så att program i tv-sändning eller beställ-tv inte får innehålla produktplacering av alkoholdrycksliknande preparat eller elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare.

#### **Reklam för ohälsosamma livsmedel eller drycker riktade mot barn (kap 9.2.5)**

Folkhälsomyndigheten delar inte betänkandets bedömning att det inte finns något behov av lagändringar eller andra åtgärder för att genomföra ändringsdirektivets bestämmelser om reklam för ohälsosamma livsmedel eller drycker riktad till barn. Det krävs istället förslag på ändringar för att ge ett tillräckligt skydd för barn och minderåriga. Detta eftersom det nuvarande svenska förbudet mot barnreklam endast gäller barn under tolv år, och inte alla minderåriga så som avses i ändringsdirektivet. Folkhälsomyndigheten anser därför att en justering av åldersgränsen i Radio- och tv-lagen bör genomföras för att ändringsdirektivets intention att minska barn och minderårigas exponering av reklam för ohälsosamma livsmedel då kan gynna alla minderåriga.

Ändringsdirektivets bestämmelser innebär att medlemsstaterna ska uppmana till användning av samreglering och främjande av självreglering genom uppförandekoder. Detta för att på ett verkningsfullt sätt minska barns och minderårigas exponering av reklam för ohälsosamma livsmedel eller drycker. Folkhälsomyndigheten anser istället att det bör införas åtgärder som begränsar marknadsföring. Detta i likhet med de förslag som redovisats i Statskontorets rapport En analys av några offentliga styrmedel för bättre matvanor (2019:10).

#### **Minderårigas exponering för reklam för spel om pengar (kap 9.2.6)**

Folkhälsomyndigheten anser att det är viktigt att redan nu förstärka skyddet för minderåriga mot exponering för audiovisuella kommersiella meddelanden som marknadsför spel, detta i enlighet med skäl 30 i ändringsdirektivet och regeringens intentioner att minska omfattningen av spelreklam som uttryckts i direktiven i Spelmarknadsutredningen. Myndigheten anser därför, i motsats till utredningens förslag, att lagstiftaren inte ska invänta Spelmarknadsutredningen utan att regleringen i radio- och tv-lagen omgående bör stärkas gällande spel om pengar.

I spellagen 15 kap. 1 § anges att marknadsföringen av spel inte får riktas särskilt till personer under 18 år medan det i radio- och tv-lagen finns en 12 års-gräns för

reklam. Folkhälsomyndigheten bedömer att det därmed finns en diskrepans i åldersgränser mellan lagarna och att regleringen i radio- och tv-lagen är otillräcklig för att skydda minderåriga, dvs personer under 18 år, från att exponeras för spelreklam. Betänkandets förslag bidrar inte till att förstärka skyddet av minderåriga när det gäller spelreklam.

Folkhälsomyndigheten föreslår istället att radio- och tv-lagen kompletteras med utökad hänvisning till spellagen för att på så sätt reglera att marknadsföring av spel till konsumenter inte får riktas särskilt till personer under 18 år.

### **Samarbetsförfarande alkoholdrycksliknande preparat (kap 18.3)**

Myndigheten avstyrker förslaget om att samarbetsförfarandet mellan myndigheter inte ska omfatta alkoholdrycksliknande preparat. I 1 kap. 10 § alkohollagen (2010:1622) anges att alkoholdrycksliknande preparat är att jämställa med alkoholhaltiga drycker. Därför anser Folkhälsomyndigheten att det bör inrymmas inom det område som direktivet samordnar. I Prop. 2018/19:59 sid 56-57 framgår att den svenska regleringen av alkoholdrycker innebär en hög skyddsnivå för folkhälsan. Samma skyddshänsyn gör sig gällande när det gäller alkoholdrycksliknande preparat och det är av största vikt att regleringen av dessa produkter säkerställer samma höga skyddsnivå som regleringen av alkoholdrycker.

Genom sin praxis har EU-domstolen klargjort att restriktiva nationella regleringar kan vara legitima när de motiveras av folkhälsoskäl. Marknadsföring av dessa preparat riktar sig ofta mot unga och är därmed ur ett folkhälsoperspektiv viktig att begränsa.

### **Alkohollagen och lagen om tobak och liknande produkter (kap.18.5)**

Folkhälsomyndigheten tillstyrker förslag till förändring och anser att det är positivt att bestämmelserna om förbud mot reklam i audiovisuella medietjänster och ljudradiosändningar för alkohol, alkoholdrycksliknande preparat, tobak och tobaksliknande produkter i alkohollagen respektive lagen om tobak och liknande produkter formuleras likalydande.

Beslut om detta yttrande har fattats av ställföreträdande generaldirektör Anders Tegnell. I den slutliga handläggningen har avdelningschefen Anna Bessö, Elisabeth Wall Bennet och Britta Björkholm samt chefsjurist Bitte Bråstad deltagit. Utredaren Åsa Hernerud har varit föredragande.

Folkhälsomyndigheten

Åsa Hernerud