

Till: Kulturdepartementet

[ku.remissvar@regeringskansliet.se](mailto:ku.remissvar@regeringskansliet.se)

Kopia: Ku.md@regeringskansliet.se

Diarienummer Ku2019/01489/MD

## **NENT Groups svar på betänkande En moderniserad radio- och tv-lag – genomförande av ändringar i AV-direktivet (SOU 2019:39)**

### **Inledning**

Nordic Entertainment Group (NENT Group), tidigare en del av MTG, är Nordens ledande mediekoncern. NENT Group når dagligen miljoner människor med våra streamingtjänster, tv-kanaler och radiostationer, och våra 32 produktionsbolag i Norden och Central- och Östeuropa skapar innehåll som når hela världen. Vi har lanserat 64 originalproduktioner de senaste tre åren och siktar på att lansera minst 20 nordiska originalserier per år. I Sverige omfattar verksamheten streamingtjänsterna Viaplay och Viafree, tv-kanalerna TV3, TV6, TV8 och TV10, betal-tv och operatörstjänster under varumärket Viasat, radioverksamhet med kanalerna RIX FM, Bandit Rock, Power Hit Radio, Star FM samt radiostreamingtjänsten I Like Radio. Bland våra svenska produktionsbolag finns Nice drama, Splay One, Strix Sverige, Baluba och Brain Academy.

NENT Group tackar för möjligheterna att komma med synpunkter eftersom koncernens ljud- och videotjänster i hög grad berörs. Nedan besvaras utredningens förslag kapitel för kapitel, mer eller mindre detaljerat.

## **4. Definitioner, jurisdiktion och registrering**

### **4.2.1. Definitioner**

Utredningen föreslår att Ändringsdirektivets definitioner av begreppen videodelningsplattform, leverantör av videodelningsplattform och användargenererad video införs i radio- och tv-lagen samt att definitionerna av produktplacering och

sponsring ändras så att även videodelningsplattformar omfattas. I övrigt behövs inte lagändringar.

**NENT Group** delar utredningens bedömning och menar att det är viktigt att även tidningars tv-tjänster omfattas av radio- och tv-lagens bestämmelser eftersom de, både faktiskt och enligt vad de själva uppger, sysslar med tv-sändningar.

#### **4.2.2. Jurisdiktion**

Utredningen föreslår att radio- och tv-lagens hänvisningar till AV-direktivet ändras så att det är Ändringsdirektivets texter som gäller. Även videdelningsplattformar omfattas.

**NENT Group** har inga synpunkter.

#### **4.2.3. Registrering och register**

Utredningen föreslår att videdelningsplattformar anmäler sig för registrering hos Myndigheten för press, radio och tv (MPRT), att myndighetens beslut ska kunna överklagas, att den som anmäler sig för registrering ska ange på vilken grund tjänsten faller under svensk jurisdiktion. I övrigt krävs inga lagändringar till följd av Ändringsdirektivet.

**NENT Group** har inga allmänna synpunkter. Det är bra att utredningen inte gör det möjligt för MPRT att själv registrera en leverantör. Det räcker med att myndigheten förelägger leverantören att anmäla sig. Det är viktigt att det finns en transparens kring grunderna för registret och skälen till registreringar.

## **5. Förutsättningar för samreglering och självreglering**

### **5.2.1. Förutsättningar för ett genomförande genom samreglering**

Utredningen konstaterar att samreglering på medieområdet är ett opövat instrument, att gränsdragningen mellan självreglering och samreglering är oklar och att samregleringens förhållande till svensk rättstradition är svår att besvara. När en myndighet tar fram regler i samverkan med en bransch är det troligen samreglering.

**NENT Group** har i en skrivelse till utredningen menat att samreglering skulle kunna användas för att hitta regler för hur minderåriga kan skyddas och europeiskt innehåll framhävas i beställ-tv, något utredningen också föreslår kan ske under ledning av MPRT. Utredningen föreslår också att hur information om skadligt innehåll ska utformas kan bli föremål för samreglering, då med statens medieråd, vilket NENT Group menar är ett bra förslag.

### **5.2.2. Självreglering genom ett nytt medieetiskt system**

Utredningen noterar att det finns ett problem då skyddet av enskildas privatliv i radio och tv övervakas av granskningsnämnden, samtidigt som det nya medieetiska systemet har ambitionen att reglera alla medier vad gäller detta skydd. Utredningen noterar att det finns risker med att ta bort villkoren ur radio- och tv-lagen samtidigt som dubbelprövning enligt två system för övervakning inte vore bra. Utredningen föreslår därför att möjligheten att ställa villkor kring skydd av privatlivet finns kvar i radio- och tv-lagen men att MPRT inte tillämpar den delen i sin tillståndsgivning. Det innebär att självregleringen kan testas och skulle den visa sig inte fungera kan villkoret återigen tillämpas.

**NENT Group** menar att utredningens förslag, givet förutsättningarna och tills vidare, är väl avvägt.

## **6. Videodelningsplattformstjänster**

### **6.2.1. Ändringsdirektivet**

Utredningen konstaterar att leverantörer av videdelningsplattformar enligt Ändringsdirektivet ska vidta lämpliga åtgärder för att skydda minderåriga och allmänheten från skadligt innehåll samt att grundläggande krav ska ställas på audiovisuella kommersiella meddelanden.

**NENT Group** noterar att videodelningsplattformar, främst Youtube men i ökad grad även Facebook och andra där video delas, skapar annonsintäkter genom användardata och konkurrerar i samma bransch och med tjänster som vänder sig till samma målgrupp som NENT Group gör. Men de har hittills inte varit i närheten av att följa samma

regleringar som NENT Group gör, vare sig för de linjära tv-tjänsterna eller för beställ-tv. Att kraven skärps är bra första steg, men ”lämpliga åtgärder” är svagt och NENT Group uppmanar den svenska regeringen att arbeta med den inkommande EU-kommissionen kring den föreslagna Digital Service Act och för ett regelverk som gör videodelningsplattformar, och även sociala medier-plattformar som har samma funktion, fullt ut ansvariga för sitt innehåll. Det handlar inte bara om att skydda tittarna, utan också om att skapa lika konkurrensvillkor så att de nationella medieföretagen inte måste ha ena armen bakbunden i kampen mot globala konkurrenter som slåss med båda nävarna.

#### **6.4.1. Förhållandet till yttrandefrihetsgrundlagen**

Utredningen menar att det inte är uteslutet att videdelningsplattformar kan omfattas av Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) och att det är möjligt att reglera dem på liknande sätt som tv-sändningar och beställ-tv. Detta gäller även det som kallas avskilda ytor på sådana plattformar där användare, i form av medieföretag, styr över sitt innehåll. Dessa ytor kan också falla under regelverket för beställ-tv.

**NENT Group** noterar att rättsläget är oklart och uppmanar regeringen att fortsätta utreda dessa frågor och arbeta med den inkommande EU-kommissionen för att säkerställa att den föreslagna Digital Service Act får samma regulativa skydd för innehåll både online och offline. Det primära är att likvärdiga regler gäller det som i praktiken är konkurrenter på marknaden.

#### **6.4.2. Gränsdragningsfrågor**

Utredningen vill följa Ändringsdirektivets definition av videodelningsplattform där det bland annat framgår att leverantören saknar redaktionellt ansvar för innehållet. Det noteras dock att leverantören kan styra över hur innehållet presenteras. Sociala medietjänster kan också vara en videodelningsplattform. Det blir rättspraxis som får utveckla regelverket.

**NENT Group** noterar det oklara rättsläget och uppmanar återigen regeringen att arbeta för en mer likvärdig reglering av medietjänster som alla rimligen bör hamna inom definitionen av en audiovisuell medietjänst. Videdelningsplattformar skapar annonsintäkter genom att samla och användardata och göra innehåll tillgängligt online.

Att det är svårt att styra innehåll kan i sig inte vara ett skäl att slippa ansvar. Direktsända tv-sändningar kan vara nog så svårstyrda, men NENT Group arbetar under en hög grad av reglering och tar sitt ansvar på stort allvar.

#### **6.4.4. Radio- och tv-lagens tillämpningsområde utökas till att omfatta videodelningsplattformar**

Utredningen föreslår att videodelningsplattformar samlas i ett nytt kapitel. Skälet till att göra det i radio- och tv-lagen är att delar av en sådan plattform kan vara exempelvis beställ-tv och det finns fördelar med att alla tjänster finns i samma lag.

**NENT Group** håller med utredningen och hoppas att reglerna över tid kan konvergera över tid och skapa en mer rättvis spelplan, inte minst eftersom tjänsterna på mediemarknaden utvecklas snabbt.

#### **6.4.5. Bestämmelser om innehållet på videodelningsplattformar**

Utredningen noterar att videodelningsplattformar kan bli ansvariga för innehållet enligt BBS-lagen, men att det inte är klarlagt om det är den som kontrollerar plattformen eller den som lägger upp innehåll som kan anses ansvarig. Även e-handelslagen kan gälla vissa delar. Utredningen föreslår att begreppet lämpliga åtgärder för att skydda minderåriga och andra, samt att reglerna för reklam, sponsring och produktplacering förs in i radio- och tv-lagen.

**NENT Group** hoppas att "lämpliga åtgärder" genom rättspraxis utvecklas till konkreta åtgärder, men noterar att rättsläget är oklart vilket givet konkurrensen på mediemarknaden inte är tillfredsställande. Videodelningsplattformarnas gränsöverskridande karaktär understryker hur reklam rör sig över gränser och gör nationella förbud mindre verkningsfulla. Även den strikta svenska tolkningen av vad som får sponsras och hur sponsringsmeddelanden får utformas i tv-sändningar, kan anses omodern. Den är annorlunda än den brittiska, trots att de bygger på samma direktiv, och den ger tv-sändningar en nackdel jämfört med den frihet som gäller på videodelningsplattformar. Det finns starka skäl att harmonisera regelverket så att det blir mer likt andra länders och vad som praktiseras på andra plattformar.

**NENT Group** tror också att om utredningens förslag låta de strikta reklamförbuden gälla även videodelningsplattformar införs, så innebär det en garanti för att ingen plattform som vill vara ekonomiskt framgångsrik kommer att registrera sig i Sverige. De svenska särreglerna urholkar radio- och tv-lagens konkurrenskraft, gör den mindre attraktiv och därmed mindre verkningsfull.

#### **6.4.6. Lämpliga åtgärder, medverkan till samreglering och granskning**

Utredningen föreslår att MPRT får i uppgift att i samråd med Statens medieråd medverka till samreglering av videoplattformar. Exempel på "lämpliga åtgärder" bör inte fastslås i lag.

**NENT Group** har inga synpunkter.

## **7. Innehåll som uppmanar till våld, hat eller terroristbrott**

### **7.2.1. Uppmaningar till våld eller hat**

Ändringarna i AV-direktivet har något utvidgat direktivet räckvidd så att det nu även innefattar uppmaningar till våld samt att grunderna för definitionen av hat eller våld numera hänvisar till EU:s stadga om de grundläggande rättigheterna.

Utredningen menar att svensk rätt redan uppfyller kraven i direktivet genom befintliga bestämmelser i YGL, brottsbalkens bestämmelser om hets mot folkgrupp med mera samt i radio- och tv-lagens demokratiparagraf samt möjligheterna att i sändningstillstånd (i marknätet) uppställa som villkor att tillståndshavaren tar hänsyn till televisionens särskilda genomslagskraft.

**NENT Group** instämmer med utredningen om att befintliga bestämmelser i svensk lag borde vara tillräckliga. NENT Group noterar dock att eftersom demokratibestämmelsen inte gäller enskilda program och bestämmelsen om televisionens särskilda genomslagskraft gäller som tillståndsvillkor i marknätet, är det tveksamt om reglerna träffar all den verksamhet som bör träffas. Det är av konkurrensskäl viktigt att alla tjänster under samma jurisdiktion behandlas lika.

### **7.2.2. Uppmaning till terroristbrott**

Medlemsstaterna ska även se till så att uppmaningar till terroristbrott inte förekommer.

**NENT Group** hänvisar till svaret ovan.

### **7.2.3. En särskild reglering behövs för vissa satellitsändningar med ursprung i tredje land**

Utredningen noterar att svensk rätt inte rör sändningar av icke svenska tjänster som vänder sig till en annan EES-stat och som utnyttjar svensk satellitupplänk eller satellitkapacitet. Utredningen föreslår en ny bestämmelse i radio- och tv-lagen som ålägger den som sänder att följa direktivets bestämmelser. Justitiekanslern ska tillsammans med granskningsnämnden ansvara för att reglerna följs, på samma sätt som idag gäller våldsskildringar och pornografiska bilder. JK kan utdöma vite vid upprepade överträdelser.

**NENT Group** instämmer med utredningen att en särskild bestämmelse i radio- och tv-lagen är att föredra framför sändningstillstånd och generell reglering.

## **8. Skydd av minderåriga och krav på information**

### **8.2.1. Minderårigas tillgång till skadligt innehåll**

Utredningen menar att svensk rätt skyddar minderåriga i tillräcklig grad och föreslår att reglerna för tv-sändningar och beställ-tv slås samman till en gemensam paragraf.

**NENT Group** håller med om att dagens regelverk kan vara tillräckligt att det är bra att slå samman reglerna för sändningar och beställ-tv eftersom lagen så långt möjligt bör vara neutral mellan olika plattformar och tjänster. **NENT Group** håller också med om att tolkningen av vad som är skadligt för minderårigas fysiska, mentala och moraliska utveckling bör vara beroende av varje lands syn på vad som är skadligt.

Däremot menar **NENT Group** att granskningsnämndens avgöranden under lång tid grundats på alltför stränga bedömningar av vad som är skadligt. Nämnden har inte beaktat att medielandskapet snabbt har ändrats och att minderårigas mediekonsumtion idag till största delen sker online från bland annat videodelningsplattformar och att

detta innehåll är betydligt mer "vuxet" än vad som var fallet för bara några år sedan. Att ha klockan 21 som en gräns för yngres medievanor är även det en illustration av att praxis släpar efter.

Att yngres förändrade medievanor skulle skada deras utveckling är oklart, men det går i vilket fall som helst inte att hindra att det medielandskap som ungdomar nyttjar består av sändningar, beställ-tv och videotjänster som både är innanför och utanför svensk jurisdiktion och att video som yngre konsumerar i vissa fall inte berörs av AV-direktivet. Man kan anta att minderåriga som regel utvecklar en vana vid innehåll som tidigare bedömts som problematisk, att de lär sig skilja på media och verklighet och kort sagt numera är mer medielitterata än tidigare. Man kan anta att denna process fortsätter.

Även om det är principiellt rätt att behandla alla medietjänster lika, vore det olyckligt om granskningsnämndens tradition av strikta bedömningar av sändningar utsträcktes till beställ-tv. NENT Group kan tycka att de föreslagna lagändringarna är en förbättring, men önskar att regeringen i sin proposition för ett resonemang om att bedömningen av vad som kan anses skadligt för unga ska ta hänsyn till vad som i praktiken är tillgängligt på den samlade mediemarknaden och vad unga i praktiken har vant sig vid. Ingen är betjänt av att tv-sändningar och beställ-tv under svensk jurisdiktion får en konkurrensnackdel gentemot andra, jämförbara medietjänster.

### **8.2.2. Krav på information om skadligt innehåll**

Utredningen föreslår också det i lag framgår att leverantörer av medietjänster ska varna tittarna om program innehåller verklighetstroga våldsskildringar eller pornografiska bilder men att sättet detta sker på kan bestämmas genom samreglering.

**NENT Group** håller med om att innehållsklassificering och varningsmeddelanden kan utvecklas genom samreglering och deltar gärna i en sådan process.

### **8.2.3. Skydd för minderårigas personuppgifter**

Utredningen föreslår att det i radio- och tv-lagen framgår att minderårigas personuppgifter som samlas in för att skydda dem inte ska kunna användas för kommersiella ändamål.

**NENT Group** har inga synpunkter.



#### **8.2.4. Åtgärder för att främja medie- och informationskunnighet**

Utredningen föreslår att Statens medieråd och MPRT i samverkan tar fram sammanställningar av Sveriges åtgärder för att främja medie- och informationskunnighet.

**NENT Group** tycker att förslaget är bra och vill tillägga vikten av att rapporten lyfter fram den forskning som finns över hur medievanor och mediekunnighet i praktiken förändras, alldeles oavsett svenska myndigheters åtgärder. Enligt NENT Group utvecklas kunnigheten på dessa områden främst i ett samspel mellan konsumenternas nyfikenhet och leverantörernas innovationer. Utvecklingen går snabbt.

### **9. Audiovisuella kommersiella meddelanden**

#### **9.2.1. Alkoholreklam i beställ-tv**

Utredningen ser inget skäl att ändra svensk lag vad gäller hur alkoholreklam i beställ-tv får utformas eftersom det enligt alkohollagen (2010:1622) är förbjudet att annonsera för alkoholprodukter i radio, tv och beställ-tv.

**NENT Group** förstår utredningens bedömning.

#### **9.2.2. Högsta tillåtna tid för annonser**

Utredningen föreslår att radio- och tv-lagen ändras så att annonser får sändas i tv under högst 20 procent av tiden mellan kl 06.00 och 18.00 samt 20 procent mellan 18.00 och 24.00. Övriga tid är mängden fri. Lagen ändras också så att tid som avgränsar reklam samt egenreklam inom koncerner inte räknas som reklamtid. Tidigare var begränsningen 20 procent av varje enskild timme.

**NENT Group** välkomnar förslagen och har i en skrivelse till utredningen visat på den ekonomiska nytta som skulle följa av ändringen. NENT Group menar också att utredningens tolkning att det är tiden mellan klockslagen som är bestämmande, inte sändningstiden, är den rätta. Likaså är det bra att inramningar runt reklam inte räknas med i reklamtiden och att så kallad egenreklam, även för andra enheter inom samma

koncern, inte räknas som reklamtid. Detta är också logiskt med tanke på att de reklamfria public service-kanalerna alltid gjort "egenreklam".

Linjär radio och tv är fortfarande ett bra sätt för annonsörer att nå en masspublik, men konkurrensen med andra icke reglerade medieplattformar är mycket hård. Att på ett ansvarsfullt sätt få placera in mer reklam under exempelvis "peak prime time" är ett sätt för linjär radio och tv att på bästa sätt utnyttja sin styrka – att samla stor publik kring gemensamma programupplevelser, så kallade "lägereldar".

Alla professionella medieleverantörer värnar en långsiktigt hållbar affär och placerar inte reklam på ett sätt som avskräcker tittare och lyssnare. Utredningens förslag är också nödvändigt för den svenska regleringens konkurrenskraft och medieföretags vilja att etablera sig under svensk jurisdiktion.

### **9.2.3. Produktplacering**

Utredningen föreslår att Ändringsdirektivets bestämmelse om att produktplacering som regel är tillåten, med vissa angivna undantag, införs i svensk lag. Likaså att det framgår att bestämmelserna gäller även för beställ-tv samt att produktplacering inte får påverka tablåns eller katalogens redaktionella oberoende.

**NENT Group** menar att förslagen verkar följa direktivet och har inga vidare synpunkter.

### **9.2.4. Elektroniska cigaretter och påfyllnadsbehållare**

Utredningen föreslår inga ändringar förutom de som genomförts genom tobaksproduktdirektivet.

**NENT Group** delar utredningens slutsatser.

### **9.2.5. Reklam för ohälsosamma livsmedel eller drycker riktad till barn**

Utredningen föreslår inga lagändringar eftersom reklam i eller runt barnprogram inte är tillåtet i Sverige.

**NENT Group** menar att detta är ett förbud som strider mot proportionalitetsprincipen. Alla, även barn, är i allt högre grad omgivna av reklam i såväl linjär tv som i tryck

och online. Det saknas skäl att förbjuda reklamen radio och tv under svensk jurisdiktion. Detta förbud kommer från en tid då linjär tv dominerade medielandskapet och då kommersiell tv var nytt och kontroversiellt. 1980-talets debatt om kommersiell tv handlade i hög grad om reklamen i sig och dess förmodat skadliga effekter. Hade den tidens bedömningar av reklamens effekter varit relevanta, skulle dagens reklamexponering ha skapat svåra skador, men några sådana ser vi inte.

Utredningen hänvisar till en rapport av Statskontoret (2019:10). Rapporten noterar att förbudet mot barnreklam har begränsad effekt eftersom den bara gäller tv-kanaler under svensk jurisdiktion, att svensk syn på hur barnreklam ska utformas därför inte har något genomslag samt att det är online som det är svårt att skilja reklam från annat innehåll.

**NENT Group** menar att Sverige kan släppa detta förbud och istället, som Ändringsdirektivet stipulerar, låta frågan om hur reklamen ska utformas bestämmas av samreglering. Då skulle Sverige få större inflytande även över hur matreklam riktad till barn faktiskt utformas.

#### **9.2.6. Minderårigas exponering för reklam för spel och pengar**

Utredningen föreslår inga ändringar av svensk lag.

Som utredningen konstaterar så regleras spelreklam genom Spellagen och får inte riktas särskilt till barn under 18 år, vilket **NENT Group** håller med om räcker.

#### **9.2.7. Teleshopsändningar under barnprogram**

Utredningen föreslår inga lagändringar eftersom reklam i eller runt barnprogram inte är tillåtet i Sverige.

**NENT Group** noterar som ovan att förbudet mot reklam riktad till barn i linjär radio och tv saknar bärande skäl.

#### **9.2.8. Överliggande inslag och ändringar i tv-sändningar och beställ-tv**

Utredningen föreslår en bestämmelse i radio- och tv-lagen om att tv-sändningar och beställ-tv inte får förses med överliggande inslag för kommersiella ändamål utan

medgivande från leverantören av medietjänster. Regeringen, eller den myndighet som regeringen bestämmer, får meddela föreskrifter om undantag från krav på medgivande. Utredningen konstaterar att bestämmelsen syftar till att klargöra att det krävs avtal mellan leverantören och ägaren av plattformen där medietjänsten görs tillgänglig men noterar också att sådana avtal i regel finns. Någon sanktion kopplas inte till bestämmelsen. Tvister får lösas civilrättsligt.

**NENT Group** menar att förslaget är välavvägt eftersom ämnet, givet den tekniska utvecklingen, är komplext och att mer ingripande lagstiftning inte är lämplig.

## **10. Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning**

### **10.2.1. Beställ-tv i tråd bör omfattas av kraven på att göra program tillgängliga för personer med funktionsnedsättning**

Utredningen föreslår att det ska vara möjligt att ställa krav på beställ-tv i tråd och pekar på ändringarna av YGL som trädde i kraft 1 januari 2019. Utredningen menar att kraven ska likna dem som gäller tv-sändningar, det vill säga att MPRT tar hänsyn till ekonomiska förutsättningar och antalet användare och ställer kraven gradvis.

**NENT Group** menar att förslaget är rimligt, men vill också att kraven så långt det är rimligt gäller lika för alla aktörer på marknaden.

### **10.2.2. Ändringsdirektivets krav på att tillgängliggöra innehåll**

Utredningen menar att det utöver vad som föreslagits ovan, inte finns behov av att ändra lag.

**NENT Group** har inga synpunkter.

### **10.2.3. Återrapportering och handlingsplaner**

Utredningen föreslår att regeringen eller en myndighet får bestämma hur återrapportering ska ske.

**NENT Group** har inga synpunkter.

#### **10.2.4. Kontaktpunkt**

Utredningen föreslår att MPRT blir för allmänheten vad gäller tillgänglighet.

**NENT Group** har inga synpunkter.

#### **10.2.5. Meddelanden av vikt för allmänheten**

Meddelanden av vikt för allmänheten och som ska sändas i tv under gällande tillståndsvillkor, ska när det är möjligt göras tillgängliga för personer med funktionsnedsättning. Kravet ska inte gälla ljudradio.

**NENT Group** har inga synpunkter.

### **11. Främjande av europeiska produktioner**

#### **10.2.1. Krav på att främja europeisk produktion i tråd**

Utredningen föreslår att det ska vara möjligt att ställa krav på beställ-tv i tråd och pekar på ändringarna av YGL som trädde i kraft 1 januari 2019.

**NENT Group** har inga synpunkter.

#### **11.2.2. Utökade skyldigheter för leverantörer av beställ-tv**

#### **11.2.3. Redovisning och rapportering**

Utredningen föreslår att kravet på att 30 procent av katalogen utgörs av europeisk produktion samt att dessa program framhävs, införs i radio- och tv-lagen. Kravet ska inte gälla tjänster med liten omsättning eller liten publik, inte heller om skyldigheten av andra skäl inte är motiverad eller praktiskt möjlig, något även regeringen eller en myndighet kan besluta om. Metoder för att framhäva europeisk produktion kan tas fram genom samreglering.

**NENT Group** är inriktade på nordiska berättelser och producerar minst 20 nordiska originalserier per år, men det är detta oaktat viktigt att skyldigheten får ta viss tid att genomföra. NENT Group deltar också gärna i arbetet med metoder för att framhäva europeisk produktion och menar att det är bra om redovisningen kan ske på ett flexibelt

sätt. Det är motiverat att undanta mindre tjänster, inte minst sådana som är specialiserade på en typ av innehåll, men samtidigt är det viktigt att kravet gäller alla som kan anses konkurrera med varandra.

#### **11.2.4. En möjlighet att medge undantag från skyldigheten att rapportera andelen europeiska produktioner för tv-sändningar införs**

Utredningen föreslår att MPRT ska kunna undanta tv-kanaler från skyldigheten att rapportera europeisk produktion. Kommissionen har nämnt en tittarandel på 0,3 procent.

**NENT Group** menar att det är bra att möjligheten finns och konstaterar att en tittarandel på 0,3 procent innebär olika storlek i olika länder och att myndigheten därför måste vara flexibel när det gäller ett befolkningsmässigt litet land som Sverige.

## **12. Tillsynsmyndigheternas oberoende och effektiva överklagandemekanismer**

### **12.4.1. Oberoende tillsynsorgan**

### **12.4.2. Krav på transparens, opartiskhet och självständighet samt lagreglerande funktioner**

### **12.4.3. Krav på att säkerställa tillräckliga resurser**

Utredningen menar att svenska myndigheter enligt den svenska förvaltningsmodellen har det oberoende och de funktioner som AV-direktivet kräver och det därför inte krävs svenska lagändringar. MPRT ska i förordning anges som tillsynsmyndighet enligt AV-direktivet, i den mån uppgiften att utöva tillsyn inte ligger på en annan myndighet.

**NENT Group** har inga synpunkter.

### **12.4.3. Rekrytering och förflyttning respektive entledigande av myndighetschefer och nämndledamöter**

Utredningen menar att chefen för MPRT ska ha en anställningstid om sex år med möjlighet till förlängning med tre år, detta i stället för den oskrivna ordning som gäller för myndighetschefer generellt. Vad gäller granskningsnämnden så tillsätter och

entledigar regeringen ledamöter tämligen fritt. Utredningen föreslår ett förordnande om fyra år och att hälften av ledamöterna tillsätts vartannat år. Person som är verksam som riksdagsledamot, statsråd eller anställd i Regeringskansliet ska inte kunna vara ledamot.

**NENT Group** håller med utredningen om att myndighetschefens förordnande bör regleras i lag. När det gäller granskningsnämnden kan en regering, som så önskar, snabbt byta ledamöter och få en nämnd som dömer efter ett eller flera partiers önskemål. Att så inte skett kan anses bero på tradition snarare än reglering, vilket inte är ett långsiktigt hållbart sätt att garantera nämndens politiska oberoende. NENT Group menar att regeringen bör gå ett steg längre än utredningen och tillse att andra organ än regeringen väljer ledamöter. I Pressens Opinionsnämnds stadgar framgår att sex av varandra oberoende institutioner, varav en statlig, tillsätter ledamöter. Ett liknande system, där tillsättningarna sprids ut på flera institutioner, bör gälla för granskningsnämnden. Ordningen, liksom mandatperioden, bör regleras i lag.

#### **12.4.5. Krav på effektiva överklagandemekanismer**

Utredningen bedömer att det till följd av AV-direktivet inte finns behov av svenska lagändringar.

**NENT Group** har inga synpunkter.

### **13. Översyn av radio- och tv-lagen utifrån ett nytt säkerhetsläge**

Utredningen går igenom ett antal alternativ kring hur man kan utestänga radio- eller tv-kanaler från marknätet om dessa kan anses utgöra en fara för Sveriges säkerhet. Att neka någon tillstånd för att vederbörande i förväg kan antas sända sådant som utgör en fara, anser utredningen vara en alltför stor inskränkning i yttrandefriheten. Förslaget är att sändningstillstånd ska kunna återkallas i det fall en tillståndshavare redan sänt sådant som anses vara en säkerhetsfara. MPRT ska samråda med Försvarmakten och Säkerhetspolisen. Utredningen vill att utformningen av reglerna utreds vidare.

**NENT Group** konstaterar att marknätet, både för tv och radio, är en öppen plattform med en reglerad och transparent tillståndprocess, varför den har betydelse för

mediemarknaden oaktat att antalet användare minskat. NENT Group håller med utredningen om att en innehållsbedömning på förhand inte är bra, men menar att en efterhandsgranskning inte heller är helt oproblematiske.

Att dra in ett tillstånd är en ingripande åtgärd och MPRT har inte gjort det på andra grunder än att tillstånd inte utnyttjats. Att dra in ett tv-tillstånd kan innebära att programföretaget får kostnader relaterade till avtal med SMS-operatör. Att dra in ett kommersiellt FM-tillstånd som kostat pengar att införskaffa är ännu mer problematiskt. NENT Group menar att om sändningstillstånd ska kunna dras in av säkerhetsskäl, måste dessa skäl nogga definieras, processen vara transparent och ekonomisk kompensation kunna utgå.

### **13.3.5. Ökad transparens kring ägarförhållandena på mediemarknaden**

AV-direktivet gör det möjligt att registrera ägarinformation, även verklig ägare, och utredningen noterar att det skulle kunna ske även då det inte är motiverat av mångfaldsskäl, som i marknätet. Utredningen bedömer det som att transparens kan vara värdefullt, men att frågan bör utredas närmare.

**NENT Group** håller med om att frågan bör utredas närmare, både vad gäller hur det skulle fungera i praktiken men också för att utveckla vad syftet skulle vara.

## **14. Tillståndsperioden för marksänd tv**

Både public service och andra kanaler har sexåriga tillstånd, men public service nästa tillstånd börjar 1 januari 2020 medan övrig tv börjar 1 april 2020. Från 1 januari 2026 ska public service tillstånd gälla i åtta år, det vill säga till 31 december 2033. Utredningen noterar att såväl regeringen som MPRT och aktörer i marknätet visat på fördelar med synkroniserade tillståndsperioder. Utredningen noterar att MPRT kan besluta om att kommande tillstånd ska gälla i fem år och nio månader, det vill säga till 31 december 2025 för att därigenom synkronisera den kommande tillståndsperiodens slut med SVT. Om övriga kanaler därefter, som public service, ska ha åttaåriga tillstånd bör utredas senare. Eftersom åttaåriga tillstånd är en lång tid på en föränderlig mediemarknad, öppnar utredningen för möjligheten att tillstånden efter 2025 blir fyraåriga med möjlighet till fyra års förlängning.



**NENT Group** håller med om att det finns ett värde med synkroniserade tillståndsp perioder och om beslut om åttaåriga tillstånd för övriga kanaler inte tas nu, så bör frågan om tillstånden efter 2025 utredas.

Men **NENT Group** säger nej till att tillstånden delas upp i delar eller på annat sätt görs osäkrare för tillståndshavarna. Inför att det digitala marknätet startade lyfte regeringen fram värdet av att det är tv-kanalerna som har tillstånden och formellt styr över andra, tillståndslösa, funktioner. Denna ordning har av många skäl bestått. Flexibiliteten som efterlyses kan istället uppnås genom snabbare tillståndsgivning i det fall en programtjänst genom ett eget beslut lämnar nätet eller genom eget agerande inte uppfyller tillståndsvillkoren. Däremot finns inga skäl att ersätta kanaler som tillfälligtvis slutat sända till följd av exempelvis en avtalskonflikt med en SMS-operatör. Sådan "flexibilitet" skulle allvarligt skada maktbalansen i marknätet och kunna urholka dess mediepolitiska syften.

## **15. Vidaresändningsplikt**

Utredningen föreslår, efter en rapport av MPRT, att vidaresändningsplikten formuleras om att till att gälla fyra programtjänster med olika innehåll, istället för dagens formulering som är fyra programtjänster. Skälet är att en operatör idag skulle kunna välja att vidaresända SVT1 och SVT2 samt deras HD-varianter. Kravet bör också gälla sökbar text-tv, detta förutsatt att sändningen omfattas av krav på saklighet och opartiskhet, att utbudet har bredd samt att det ingår nyheter.

**NENT Group** har inga synpunkter.

## **16. Bör beställradio omfattas av radio- och tv-lagen?**

Utredningen konstaterar att beställradio inte finns i radio- och tv-lagen och att det för public service-bolagen innebär att då andelen exklusiva program i beställradio ökar, så ökar också den del av verksamheten som inte omfattas av vare sig lag eller sändningsvillkor. Inte minst gäller det demokratibestämmelsen, förbudet mot otillbörligt gynnande och regleringen av sponsring. Utredningen vill inte invänta eventuella ändringar av YGL utan föreslår en definition av beställradio i radio- och tv-lagen samt att

den som finansieras av public service-avgift träffas av ovannämnda bestämmelser. Utredningen föreslår däremot inte att övrig beställradio ska omfattas av radio- och tv-lagens bestämmelser eftersom det bara var public service som ingick i utredningens uppdrag. Utredningen föreslår att frågan utreds särskilt.

**NENT Group** menar att är bra att radio- och tv-lagen även träffar beställradio från public service, håller med utredningen om att det är ologiskt att beställradio från andra än public service inte omfattas eftersom dessa i allt högre grad konkurrerar med kommersiella ljudradiosändningar, sändningar som fullt ut träffas av bestämmelserna om otillbörligt kommersiellt gynnande, reklam och sponsring.

**NENT Group** menar att regleringen av annan beställradio än den som kommer från public service bör utredas skyndsamt. Precis som utredningen skriver så bör en ny utredning titta på ljudmarknaden i sin helhet, hur den ska definieras och demokratibestämmelsens räckvidd. Givet den ökande konkurrensen från internationella aktörer, menar NENT Group att utredningen samtidigt bör undersöka om radio- och tv-lagens regler för kommersiella meddelanden verkligen är utformade så att svenska medieföretag över tid kan behålla sin konkurrenskraft. Inte minst har det visat sig att rättspraxis mellan Sverige och jämförbara länder skiljer sig åt på ett för svenska medieföretag ofördelaktigt sätt.

## **17. Sanktioner i radio- och tv-lagen**

### **17.2.1. Tillståndsvillkor för kommersiell radio**

Utredningen skriver att för den som inte uppfyller sändningskraven i kommersiell analog och digital radio saknas andra sanktionsmöjligheter än att dra in tillstånden, ett faktum som MPRT i en skrivelse uppmärksammat utredningen på. Därför bör MPRT få möjlighet att förelägga tillståndshavaren att vid vite uppfylla villkoren. När det gäller tillståndsvillkoret om ägandeförhållanden för kommersiell digital radio föreslås MPRT få samma möjligheter som gäller för digital tv att dra in tillstånd om ägandeförhållanden ändras från det som framgår av tillstånden.

**NENT Group** menar att det av utredningen inte framgår i vilka faktiska situationer som bristen på sanktioner varit ett problem. Tillstånd för analog radio köps vid auktion och

tillståndshavarna har regelmässigt både byggt ut och sänt i minst den omfattning som tillstånden medgett. NENT Groups erfarenhet är att det snarare varit problem att få utnyttja tilldelade frekvensresurser på ett för koncernen optimalt sätt.

Vad gäller digital radio har tillståndsinnehavarna inte sänt i den omfattning som tillstånden kräver, inte heller samverkat om teknik. Men detta beror uteslutande på att regeringen 2015 valde att utan vidare stoppa den övergångsplan som fanns. Regeringen har därefter inte återkommit med besked om hur man ser på radions framtid, vilket skapat osäkerhet och gjort att tillståndshavarna tvekat. Eftersom indragna tillstånd, som utredningen noterar, är en ingripande åtgärd så har tillståndshavarna och MPRT tvingats att resonera kring hur branschen och myndigheten ska handskas med de ändrade politiska förutsättningarna. Möjligheten att dela ut viten kan sänka tröskeln för MPRT att använda vitessanktioner snarare än att pragmatiskt handskas med situationen, alternativt kan viten höja tröskeln för att via en tillsynsprocess dra in tillstånd då det trots allt är motiverat.

**NENT Group** säger nej till förslaget eftersom det inte är tydligt vilket problem som ska åtgärdas. MPRT har tämligen enkelt kunnat avgöra i vilken mån som en tillståndshavares dröjsmål beror på egna val eller på omständigheter utanför vederbörandes kontroll. Som regel har reella hot om indragna tillstånd eller indragna tillstånd varit det som fungerat bäst, då detta av situationen varit motiverat.

Vad gäller att kunna dra in digitala radiotillstånd vid brott mot tillståndsvillkor kring ägande eller förfogande menar **NENT Group** att det kan vara motiverat.

### **17.2.2. Skyldigheten för leverantör av audiovisuella medietjänster att lämna viss information**

Utredningen noterar att skyldigheten för leverantörer av tv-sändningar eller beställ-tv att lämna information om verksamheten enligt radio- och tv-lagen inte är förenade med sanktion. Utredningen föreslår att det i radio- och tv-lagen hänvisas till marknadsföringslagen och att konsumentverket blir ansvarigt för att uppgifterna kommer in, med de möjligheter till sanktion som där framgår. Skälet är att beställ-tv, som i denna fråga lyder under marknadsföringslagen, inte ska kunna åläggas två gånger.

**NENT Group** har inga synpunkter.

### **17.2.3. Krav på tillgängliggörande**

Utredningen menar att vitesföreläggande då kraven på att tillgängliggöra tjänster för funktionshindrade inte anses uppfyllda, inte fungerar tillfredsställande. Istället ska MPRT få besluta om en särskild avgift på upp till fem miljoner kronor om skyldigheten inte anses uppfyllt. Finns omständigheter ska avgiften kunna sättas ner.

**NENT Group** menar, liksom Bonnier Broadcasting, att det inte bör göras några författningsändringar när det gäller sanktioner kopplade till tillgängliggörande. Kraven på tillgängliggörande måste vara proportionella och noggrant avvägda mellan kostnad och nytta och även ta hänsyn till programföretagets förmåga och konkurrenskraft, det vill säga ett område som är illa lämpat för fixerade krav och sanktionsavgifter.

## **18. Närliggande frågor**

### **18.2. Egenreklam och förbudet mot otillbörligt gynnande**

Utredningen föreslår att egenreklam ska omfattas av förbudet mot otillbörligt gynnande av andras kommersiella intressen. MPRT har i en skrivelse till regeringen påpekat att det förekommit att egenreklam gynnar andra kommersiella intressen.

**NENT Group** avvisar förslaget på förbud eftersom omfattningen av detta inte framgår och därför inte heller behovet av ett förbud.

### **18.3. Alkoholliknande preparat**

Utredningen föreslår att program i tv-sändning eller beställ-tv inte ska få innehålla produktplacering av produkter med högre alkoholhalt, exempelvis glass, godis eller grädde. AV-direktivet innehåller inga bestämmelser kring produktplacering av alkoholdrycksliknande produkter, men utredningen menar att Sverige i detta fall av tradition gått längre eftersom det finns hälsorisker förknippade med alkohol.

**NENT Group** har inga synpunkter.

#### **18.4. Sponsring från läkemedelsföretag i ljudradio**

Utredningen föreslår att ett läkemedelsföretag som sponsrar ljudradioprogram ska verka under samma begränsningar som gäller för tv-sändningar och beställ-tv. Begränsningen ska även gälla beställradio från public service.

**NENT Group** förstår logiken, men menar att konkurrensneutraliteten kräver att även beställradio omfattas. En utredning om beställradio bör, som nämnts, tillsättas snarast.

#### **18.5. Förtydligande av tillämpningsområdet för marknadsföringslagen och vissa hänvisningar till radio- och tv-lagen i annan lag.**

Utredningen föreslår att bestämmelserna om förbud mot reklam av alkohol, alkoholliknande produkter, tobak och tobakliknande produkter i Alkohollagen respektive Lagen om tobak och liknande produkter ska formuleras likalydande. Hänvisning till radio- och tv-lagen och till att förbuden även gäller sändningar över satellit tas bort. Vad gäller marknadsföringslagen föreslår utredningen att det tydliggörs att lagen tillämpas på tv-sändningar, beställ-tv eller videodelningsplattformar även om de helt eller huvudsakligen är avsedda att tas emot i en annan EES-stat än Sverige.

**NENT Group** håller med utredningen om att likformighet och stringens är viktigt.

Utredningen noterar att Spellagens regler kring hur reklam får utformas bara gäller för tjänster som omfattas av radio- och tv-lagen. Utredningen menar att det finns skäl att ändra även Spellagen så att reglerna gäller även sändningar som andra länder har jurisdiktion över, men gör bedömningen att denna fråga bör utredas särskilt och hänvisar till den pågående Spelmarknadsutredningen.

**NENT Group** har inga synpunkter.

## 18.6. Sponsring av sportnyhetsprogram

Utredningen menar att program med sportnyheter är att betrakta som nyhetsprogram och att förbudet mot sponsring gäller dessa, detta efter en skrivelse från Bonnier Broadcasting som föreslagit att radio- tv-lagen ändras så att sponsring av sportnyheter är möjligt.

**NENT Group** håller med Bonnier Broadcasting om att sportnyheter inte bör ingå i AV-direktivets "nyhets- och samhällsprogram". Sportnyheter saknar den politiska koppling som kan motivera förbudet mot sponsring.

## 18.7. Upptäckbarhet i onlinemiljö

SVT har i en skrivelse till utredningen argumenterat för att använda AV-direktivets artikel 7a för att "säkerställa att audiovisuella medietjänster av allmänintresse framhävs på lämpligt sätt". SVT menar att integrationen av distributörer och innehållsföretag skapar en miljö där plattformar framhäver sitt eget innehåll medan annat innehåll nedprioriteras.

MPRT sammanställde 2016 rapporten Vidaresändningsplikt, utrymme för lokala kabelsändarorganisationer och upptäckbarhet i onlinemiljö där myndigheten föreslår en rad frågor som bör utredas, bland annat vilka typer av digitalt innehåll som skulle kunna omfattas av regler om upptäckbarhet samt hur regler om upptäckbarhet kan påverka konkurrensförutsättningarna för svenska programföretag.

Utredningen föreslår att frågan utreds, lämpligen i samband med att bestämmelserna för vidaresändningsplikt regelbundet ses över.

**NENT Group** håller med om att frågan redan har utvecklats till ett reellt problem för plattformsoberoende innehållsföretag. Ett fåtal globala teknikjättar ser ut att skaffa sig en dominerande ställning vad gäller de plattformar som konsumenterna använder. Plattformarna handlar om webbplatser, appar eller hårdvara som aggregerar innehåll online och som genom stora investeringar skaffar sig så många användare att innehållsleverantörer måste förhålla sig till dem som de "gatekeepers" de i praktiken är.

Hårdvara är inte bara telefoner, plattor eller smarta tv-apparater, utan även smarta högtalare, märkesspecifik ljudutrustning i bilar och annan ...

Detta innebär nya förutsättningar för nationella programbolag som tidigare nått publiken via offentligt reglerade marknät eller innehållsoberoende nationella operatörer. Precis som MPRT påpekar i sin rapport skulle en reglering som framhäver public service påverka konkurrensförutsättningarna på den svenska marknaden. Ur teknikjättarnas perspektiv skulle möjligen sådan reglering vara välkommen eftersom den skulle splittra de nationella medieföretagen och därmed minska trycket för mer ingripande reglering som även framhäver andra nationella medietjänster. Det finns därför starka skäl för staten att noga utreda de framtida förutsättningarna för nationella medieföretag att verka.

### **18.8. Återkallelse av sändningstillstånd**

Utredningen menar att det finns behov av en översyn av vissa bestämmelser i radio- och tv-lagen om återkallelse av sändningstillstånd.

**NENT Group** menar att frågan är viktig och att den bör utredas noga. Lämpligen utreds den samtidigt med en genomgång av de regleringar av reklam, sponsring och produktplacering där Sverige gått utöver vad AV-direktivet kräver. Flera av dessa svenska regler anges som grund för återkallelse, samtidigt är nyttan med förbuden högst tveksam mot bakgrund av hur mediebranschen är på väg att globaliseras. Regleringen ger svenska radio- och tv-företag en betydande konkurrensnackdel utan att för den skulle skydda konsumenterna på något märkbart sätt.

Stockholm 2019-11-22

Matthew Hooper

Chief Corporate Affairs Officer