

Endelig besvarelse af spørgsmål 75 alm. del stillet af Erhvervsudvalget den 5. august 2008.

ØKONOMI- OG ERHVERVSMINISTERIET
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Tlf. oktober 2008 33 50
Fax 33 12 37 78
CVR-nr. 30 02 28 86
Fax oem@oem.dk 33 12 37 78
ovr@oem.dk 09 24 85
oem@oem.dk
www.oem.dk

Spørgsmål 75:

Ministeren bedes oplyse, hvilke restriktioner der findes inden for EU-retten i forhold til markedsføring rettet mod børn og mindreårige.

Svar:

Der findes følgende restriktioner inden for EU-retten i forhold til markedsføring rettet mod børn og mindreårige:

Legetøjsdirektivet (Rådets direktiv 88/378/EØF af 3. maj 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om sikkerhedskrav til legetøj) har til formål at sikre, at der kun markedsføres sikkert legetøj.

Direktivet indeholder i artikel 2 en bestemmelse om, at legetøj kun må markedsføres, hvis det ikke indebærer fare for sikkerheden og/eller sundheden for brugerne eller andre personer, når det anvendes til det beregnede formål eller på den måde, som børn må forventes at anvende det på.

Legetøjet skal i den tilstand, som det bringes på markedet i, og under hensyn til den periode, det normalt forventes at kunne anvendes i, opfylde direktivets sundheds- og sikkerhedskrav.

Legetøjsdirektivet, der er et totalharmoniseringsdirektiv, er implementeret i dansk ret ved bekendtgørelse om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler (bekendtgørelse nr. 1116 af 12. december 2003).

Europa-Kommissionen fremlagde i januar 2008 et forslag til en revision af det gældende legetøjsdirektiv. Forslaget indeholder ligesom det gældende legetøjsdirektiv en bestemmelse om, at legetøj, der bringes på markedet, skal overholde de væsentlige sikkerhedskrav til legetøj. Desuden indeholder forslaget en række skærpedelser i forhold til markedsføringen af legetøj. Der er blandt andet krav om, at legetøj, der markedsføres, skal påføres advarselsmærkning med flere nuancerede oplysninger, fx oplysninger om brugerens minimums- og maksimumsalder, barnets evner,

at barnet kun må lege med legetøjet under opsyn af en voksen m.v. Desuden er der skærpede krav om, at advarselmærkningen og CE-mærkning skal være mere synlig for forbrugeren. I forhold til det gældende legetøjsdirektiv skal producenten, inden produktet bringes på markedet, ikke kun tage højde for den måde børn forventes at lege med legetøjet, men også iberegne børns ofte uforudsigelige brug af legetøjet.

Revisionen af legetøjsdirektivet forventes at blive vedtaget af Rådet i december 2008 med en toårig overgangsordning. Direktivet vil blive implementeret i bekendtgørelse om sikkerhedskrav til legetøj og produkter, som på grund af deres ydre fremtræden kan forveksles med levnedsmidler (bekendtgørelse nr. 1116 af 12. december 2003). Direktivet skal implementeres senest 18 måneder efter vedtagelsen.

Produktsikkerhedsdirektivet (Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/95/EF af 3. december 2001 om produktsikkerhed i almindelighed) har til formål at sikre, at der kun markedsføres sikre produkter i EU.

Produktsikkerhedsdirektivet regulerer produkter, som ikke er omfattet af andre fællesskabsforskrifter, der indeholder specifikke sikkerhedskrav. Det betyder, at også produkter, der bruges af børn og mindreårige, kan være omfattet af direktivet. F.eks. reguleres legepladsredskaber til offentlige legepladser i produktsikkerhedsdirektivet.

Direktivet indeholder i artikel 2 en definition af, hvad et sikkert produkt er. Blandt andet må det ikke frembyde nogen sikkerheds- og sundhedsrisiko eller kun minimale risici for forbrugeren. Det betyder, at producenterne for at sikre, at produktet ikke er farligt for forbrugerne, skal tage højde for en række sikkerhedskrav til produktet, f.eks. krav til produktets udformning og egenskaber, advarselmærkning, vedligeholdelse og hvilken forbrugergruppe produktet henvender sig til, herunder børn og ældre.

I det omfang et produkt ikke er omfattet af andre fællesskabsforskrifter med nærmere specifikke sikkerhedskrav til produkterne, angiver produktsikkerhedsdirektivet altså et overordnet krav om, at disse produkter skal være sikre. For disse produkters vedkommende vil deres sikkerhed derfor ikke altid blive vurderet på samme måde i alle medlemsstaterne.

Produktsikkerhedsdirektivet er implementeret i dansk ret ved produktsikkerhedsloven (lov nr. 364 af 18. maj 1994 om produktsikkerhed med senere ændringer).

Fyrværkeridirektivet (Europa-parlamentets og Rådets direktiv 2007/23/EF af 23. maj 2007 om markedsføring af pyrotekniske artikler) har til formål at sikre et højt niveau af forbrugerbeskyttelse på fyrværkeriområdet. Producenter, der vil markedsføre fyrværkeri, skal således sikre, at fyrværkeriet overholder direktivets væsentlige sikkerhedskrav bl.a. til fyrværkeriets pålidelighed, dets fysiske og kemiske stabilitet m.v., li-

gesom det indeholder krav om oplysning om sikker opbevaring og anvendelse.

Direktivet indeholder i artikel 7, stk. 1, regler om minimumsaldersgrænser for salg m.v. af fyrværkeri.

Således må fyrværkeri af typen kategori 1 (forbundet med lav risiko og lavt lydniveau og beregnet til anvendelse i fysisk begrænsede områder f.eks. indendørs) ikke sælges eller på anden måde stilles til rådighed for forbrugere under 12 år. For fyrværkeri af typen kategori 2 (forbundet med lav risiko og lavt lydniveau og beregnet til udendørs anvendelse i fysisk begrænsede områder) er aldersgrænsen 16 år. For fyrværkeri af typen kategori 3 (forbundet med mellemhøj risiko og beregnet til udendørs anvendelse i større fysiske områder) og andre fyrværkeriartikler m.v. er aldersgrænsen 18 år.

Medlemsstaterne kan ifølge direktivets artikel 7, stk. 2, forhøje aldersgrænserne, hvor dette er berettiget af hensyn til den offentlige orden eller sikkerhed. Medlemsstaterne kan også sænke aldersgrænserne for personer, der har en relevant erhvervsfaglig uddannelse eller er ved at tage en sådan uddannelse.

Fyrværkeridirektivet vil blive implementeret i fyrværkeribekendtgørelsen (bekendtgørelse af 9. november 2005 om fremstilling, opbevaring og anvendelse m.v.). Det skal ifølge direktivet være implementeret inden den 4. januar 2010.

Direktivet om urimelig handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 – i det følgende benævnt ”direktivet om urimelig handelspraksis”) fastsætter fælles EU-regler for at beskytte forbrugerne mod, at erhvervsdrivende anvender urimelige markedsføringsmetoder.

Der findes i direktivet en række bestemmelser m.v. om markedsføring rettet mod børn:

- Efter direktivets præambel nr. 18 bør virkningen af den pågældende handelspraksis (markedsføring) i de tilfælde, hvor markedsføringen specifikt er rettet mod en særlig gruppe af forbrugere som f.eks. børn, vurderes ud fra, hvordan den opleves af et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.
- Direktivets artikel 5, stk. 3, indeholder et krav om, at der ved markedsføring skal tages hensyn til forbrugere, der er særligt sårbare som følge af deres alder eller mentale handicap.
- Endelig indeholder bilag 1 til direktivet en liste over former for handelspraksis, som under alle omstændigheder anses for urimelige (”sortlisten”). Som eksempel på aggressiv handelspraksis nævnes i pkt. 28 i bilaget følgende: ”En reklame opfordrer direkte børn til at købe eller til at overtale deres forældre eller andre voksne til

at købe de produkter til dem, som reklamen vedrører”.

Direktivet medfører totalharmonisering.

Direktivets regler vedrørende markedsføring over for børn er implementeret i dansk ret ved § 8 i markedsføringsloven. Bestemmelsen blev indsat i loven i forbindelse med revisionen af markedsføringsloven i 2005. Bilaget til direktivet (”sortlisten”) er implementeret i dansk ret ved bekendtgørelse nr. 1084 af 14. september 2007 om urimelig markedsføring i forbrugerforhold.

Endelig har Kulturministeriet oplyst følgende, hvortil jeg kan henholde mig:

”**Direktivet om audiovisuelle medietjenester** (Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 89/552/EØF af 3. oktober 1989 som ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/36/EF af 30. juni 1997 og 2007/65/EF af 11. december 2007) indeholder en række regler om reklame i radio og tv.

For så vidt angår reklame overfor børn og mindreårige fremgår det af direktivet, at

- reklamer for alkoholiske drikkevarer ikke må være rettet specifikt mod mindreårige
- reklamer ikke må skade mindreårige på fysisk eller moralsk vis; de må derfor ikke direkte tilskynde mindreårige til at købe eller leje et produkt eller en tjenesteydelse ved at udnytte deres manglende erfaring eller deres godtroenhed, direkte opfordre dem til at overtale deres forældre eller andre til at købe de varer eller tjenesteydelser, der reklameres for, udnytte mindreåriges særlige tillid til forældre, lærere eller andre eller uden grund vise mindreårige i farlige situationer
- produktplacering i børneprogrammer er forbudt.

Disse bestemmelser gælder også for tv-lignende audiovisuelle medietjenester, der sendes on-demand.

Seneste ændring af direktivet, der er et minimumsdirektiv, skal være gennemført i dansk ret senest den 19. december 2009. Den tidligere udgave af direktivet er implementeret i reklamebekendtgørelsen (bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005).”