



Europaudvalget

ERHVERVSMINISTEREN

Besvarelse af spørgsmål 333 alm. del stillet af udvalget den 29. august 2018 efter ønske fra Søren Søndergaard (EL).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Ministeren bedes i forlængelse af svar på spørgsmål 177 (alm.del 2017/2018) oplyse, om Danmark i overensstemmelse med EU-retten kan forbyde TV-reklamer rettet mod børn under 12 år.

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr. 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

Til besvarelse af EEU alm. del spm. 333 skal jeg henvise til besvarelse af EEU alm. del spm. 177, hvori det fremgår, at direktivet om urimelig handelspraksis er til hinder for at indføre et generelt forbud mod reklamer rettet mod børn.

Kopi af besvarelse af EEU alm. del spm. 177 er vedlagt denne besvarelse.

Jeg har anmodet Kulturministeriet om at oplyse, om der findes sektorspecifikke EU-regler vedrørende TV-reklamer rettet mod børn under 12 år. Kulturministeriet har i den forbindelse oplyst følgende:

”Traditionelt tv og on-demand audiovisuelle medietjenester er i EU reguleret ved direktivet om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet). AVMS-direktivet indeholder regler om bl.a. audiovisuel kommerciel kommunikation (tv-reklamer, sponsorering, produktplacering mv.), fremme af europæiske audiovisuelle produktioner og beskyttelse af mindreårige. Der er tale om et minimumsdirektiv, hvilket betyder, at medlemsstaterne kan indføre strengere eller mere vidtgående regler end dem, der allerede følger af direktivet.

I forhold til mindreårige fastsætter AVMS-direktivet bl.a., at audiovisuel kommerciel kommunikation for at fremme salget af alkoholiske drikkevarer ikke må være rettet specifikt mod mindreårige og ikke må tilskynde til umådeholden indtagelse af sådanne drikkevarer. Direktivet fastsætter desuden, at audiovisuel kommerciel kommunikation ikke må skade mindreårige på fysisk eller moralsk vis, og den derfor ikke direkte må 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. Specifikt for tv-reklamer og teleshopping vedrørende alkoholholdige drikkevarer fastsætter direktivet, at disse ikke specielt må henvende sig til mindreårige og især ikke må vise mindreårige, der indtager disse drikkevarer.

AVMS-direktivet er implementeret i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed og tilhørende bekendtgørelser, herunder for så vidt angår reglerne om audiovisuel kommerciel kommunikation i bekendtgørelse om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand-audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen). Udover direktivets minimumsregler om audiovisuel kommerciel kommunikation i relation til mindreårige, indeholder reklamebekendtgørelsen en række mere detaljerede regler, som har til formål at beskytte mindreårige – og i nogle tilfælde børn under 14 år – mod utilbørlige reklamer samt regulere børns medvirken i reklamer.

Da AVMS-direktivet er et minimumsdirektiv er dette ikke til hinder for at indføre et forbud mod tv-reklamer rettet mod børn under 12 år.

Det bemærkes, at AVMS-direktivet er under revision. Det nye direktiv forventes at træde i kraft ultimo 2018.”

Med venlig hilsen

Rasmus Jarlov