

Kommittédirektiv



Tilläggsdirektiv till
Spelmarknadsutredningen (Fi 2018:03)

**Dir.
2019:18**

Beslut vid regeringssammanträde den 25 april 2019.

Utvidgning av uppdraget

Regeringen beslutade den 7 juni 2018 att ge en särskild utredare i uppdrag att bl.a. utreda om fristående finansieringsmodeller för spel på häst- respektive idrottstävlingar bör införas och i så fall hur de bör utformas, samt överväga behovet av ytterligare åtgärder för att minska skadeverkningarna av de spel som sker online och på värdeautomater (dir. 2018:47).

Utredaren ges nu i uppdrag att lämna förslag till ändringar i spellagen (2018:1138) som ytterligare begränsar marknadsföringen av spel.

Åtgärder för att begränsa omfattningen av och aggressiviteten i marknadsföringen av spel

Spelbolagen lade 7,4 miljarder kronor på spelreklam i Sverige 2018. Det var en ökning med 1,9 miljarder kronor från föregående år och nästan en fördubbling jämfört med 2016.

Även om det saknas utredning som kan ge ett klart besked i frågan om i vilken utsträckning spelreklam bidrar till ett ökat spelmissbruk, pekar vissa studier på att personer med spelproblem är de som påverkas mest av spelreklam. Spelreklam kan också ha en stark påverkan på barn och ungdomar.

Enligt 15 kap. 1 § spellagen ska marknadsföring av spel vara måttfull och den får inte riktas till barn och ungdomar under 18 år. Kommersiella meddelanden om spel ska vidare innehålla

information om lägsta ålder för att få spela och kontaktuppgifter till stödorganisationer (15 kap. 3 § spellagen). Det är även förbjudet att rikta marknadsföring av spel till den som stängt av sig från spel (15 kap. 2 § spellagen). Måttfullhetskravet i spellagen tar särskilt sikte på marknadsföringens utformning och innehåll. Bedömningen av vad som kan anses strida mot kravet på måttfull marknadsföring utvecklas genom praxis (prop. 2017/18:220 s 163 f. och 327 f.). Spelbranschens riksorganisation och Branschföreningen för onlinespel har gemensamt tagit fram nya riktlinjer som fr.o.m. den 1 april 2019 ska gälla vid marknadsföring av spel.

Det kan ifrågasättas om delar av marknadsföringen i dag är förenliga med det mål som uppställts för spelpolitiken om att de negativa konsekvenserna av spelande ska minskas (prop. 2018/19:1, bet. 2018/19:KrU1, rskr. 2018/19:94). Flera instanser, bl.a. Folkhälsomyndigheten, har föreslagit att det krav på särskild måttfullhet som gäller vid marknadsföring av alkoholdrycker även ska gälla för marknadsföring av spel samt att marknadsföring av bonusar, jackpottar och gratisspel inte ska vara tillåten. Regeringen valde visserligen vid framtagandet av spellagen att inte ändra det måttfullhetskrav som nyligen hade införts (prop. 2017/18:220 s 163 f.). Det finns dock nu behov av att analysera praxis och branschens egna åtgärder, liksom om nuvarande krav på måttfullhet vid marknadsföring av spel, fullt ut lever upp till lagstiftarens intentioner eller om skärpningar behövs.

Såväl Spelinspektionen som Konsumentverket ansvarar för tillsynen över efterlevnaden av marknadsföringsbestämmelserna i spellagen. Det finns anledning att se över om den nuvarande regleringen, inbegripet reglerna om offentlighet och sekretess, medger en tillräckligt effektiv tillsyn över dessa bestämmelser i spellagen.

I Europeiska kommissionens rekommendationer, som kan vara vägledande vid tolkningen av måttfullhetskravet (prop. 2017/18:220 s. 164), anges bl.a. att kommersiella meddelanden på ett korrekt och balanserat sätt bör presentera chanserna att vinna så att det inte ges intryck av att chanserna är större än de faktiskt är. Det finns behov av att analysera om den befintliga

regleringen är tillräcklig eller om informationsskyldigheten i spellagen bör utvidgas för att ge dem som spelar tillgång till relevant produktinformation så att de kan göra välinformerade val av spel.

Vissa spel är mer riskabla än andra spel. Folkhälsomyndighetens befolkningsundersökning visar exempelvis att problemspelande är vanligast bland dem som spelar på kasinospel och spelautomater (Swelogs 2018). Det finns behov av att överväga i vilken utsträckning denna omständighet bör beaktas vid utformningen av regleringen av marknadsföringen.

Mängden spelreklam omfattas inte av kravet på måttfullhet. Det finns därför skäl att överväga hur omfattningen av marknadsföring av spel kan minskas, särskilt i syfte att skydda sårbara grupper, som personer med spelproblem eller förhöjd risk för spelproblem samt unga.

Utredaren ska mot denna bakgrund

- analysera praxis och branschens egna åtgärder för att uppfylla kravet på måttfullhet vid marknadsföring av spel,
- göra en internationell utblick och redovisa erfarenheter från andra länder, särskilt från Danmark, Italien och Storbritannien,
- bedöma behovet av att utvidga informationsskyldigheten i spellagen, exempelvis till att även omfatta uppgift om sannolikheten att vinna,
- bedöma om, och i så fall hur, regleringen av marknadsföringen bör skilja sig åt mellan olika spelformer,
- föreslå åtgärder för att minska uppsökande, påträngande eller på annat sätt olämplig marknadsföring, exempelvis genom att införa ett krav på särskild måttfullhet eller begränsningar av marknadsföring av bonusar, jackpottar och gratisspel,
- överväga och lämna förslag på lämpliga åtgärder för att begränsa omfattningen av marknadsföring av spel, såsom exempelvis reglering av när eller var sådan marknadsföring får finnas,

- som ett alternativ till begränsande regler, analysera konsekvenserna av ett totalt eller partiellt förbud mot marknadsföring av spel,
- bedöma om ytterligare åtgärder behövs för att medge en tillräckligt effektiv tillsyn över efterlevnaden av marknadsföringsbestämmelserna i spellagen,
- redovisa för- och nackdelar med de olika förslag som övervägts, samt
- lämna förslag till nödvändiga författningsändringar.

Vid framtagandet av förslag till åtgärder ska förslagets förenlighet med det EU-rättsliga regelverket analyseras och redovisas.

Det ingår inte i utredarens uppdrag att lämna förslag till grundlagsändringar. Om utredaren bedömer att ett fullgott skydd mot spelandets skadeverkningar i vissa avseenden inte kan uppnås utan ändring av grundlag, ska detta skyndsamt anmälas till regeringen. En sådan anmälan ska innehålla en grundlig analys av vilka åtgärder som behövs för att motverka skadeverkningarna och hur sådana åtgärder förhåller sig till grundlag och det EU-rättsliga regelverket.

Genomförande av uppdraget

Till stöd för utredarens arbete med de delar som omfattas av dessa tilläggsdirektiv ska en referensgrupp inrättas, till vilken representanter för samtliga riksdagspartier ska bjudas in. Utredaren ska i de delar som omfattas av dessa tilläggsdirektiv och som rör grundlagsfrågor ha en dialog med 2018 års tryck- och yttrandefrihetskommitté (Ju 2018:01).

Utredaren ska vid genomförandet av samtliga delar av uppdraget analysera de samhällsekonomiska effekterna av de förslag som lämnas och de alternativa förslag som övervägts.

(Finansdepartementet)