

Den 2 december

Infrastrukturdepartementet

103 33 Stockholm

i.remissvar@regeringskansliet.se

i.d.remiss@regeringskansliet.se

På kopia till Kulturdepartementet

103 33 Stockholm

I2019/02319/D

Sveriges Radio AB:s remissyttrande över Promemoria: Genomförande av direktivet om inrättande av en kodex för elektronisk kommunikation I2019/02319/D

Inledning

Sveriges Radio AB har inbjudits att lämna synpunkter på rubricerat betänkande. Sveriges Radio kommer enbart att yttra sig över de delar som rör företagets verksamhet eller på annat sätt berör frågor av mer principiell karaktär.

105 10 Stockholm
Besök: Oxenstiernsgatan 20
Tel: 08-784 50 00
Fax: 08-784 15 00

Org.nr: 556419-3232
Styrelsens säte: Stockholm

25 Vissa tv- och radiorelaterade frågor

25.3.3 Interoperabilitet för bilradiomottagare

Bedömning: Bilradiomottagare i nya fordon i kategori M bör kunna ta emot och återge radiotjänster som tillhandahålls via digital markbunden radiosändning. Sådana fordon bör, utöver kraven för ett typgodkännande, även uppfylla kravet på en interoperabel bilradiomottagare.

Sveriges Radio tillstyrker delvis regeringens bedömning.

Kravet på digitala radiomottagare i alla bilar som säljs i Sverige bör utvidgas i förhållande till förslaget i promemorian. Kravet bör även omfatta mottagare av radiotjänster som tillhandahålls via analog marksänd radio, dvs. via FM.

Det finns starka skäl att införa ett krav på digitala radiomottagare i bilar. Det finns dock ännu starkare skäl att komplettera detta med ett krav på FM-radiomottagare i bilar. Bland dessa skäl finns geografisk och befolkningsmässig täckning, SRs beredskapsuppdrag och vikten av ett fortsatt starkt Sveriges Radio sida vid sida med starka svenska kommersiella radiobolag.

1. Geografisk och befolkningsmässig täckning.

Enligt SRs sändningstillstånd måste FM-sändningarna kunna tas emot av 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen. SRs digitala marknätssändningar når 42 procent av befolkningen.¹

En övergång till digital distribution av radio i marknätet kräver både ett politiskt ställningstagande och en offentlig finansiering. Regeringen uttalade i juni 2015 att det inte är aktuellt att genomföra en

¹ <https://www.teracom.se/utbud/broadcast-media/digitalradio/>

sådan övergång. Den dominerande tekniken för ljudrundradio i Sverige kommer under överskådlig tid att vara FM-sändningar (analoga frekvensmodulerade markbundna sändningar i det s.k. band II, 87,5–108 MHz).

Att införa ett krav på digitalradio-mottagare i bilar utan ett motsvarande krav på FM-radiomottagare tar inte hänsyn till de faktiska omständigheterna på radiomarknaden i Sverige.

2. Beredskap.

FM-radions unika ställning när det gäller befolkningstäckning är också av central betydelse för SRs beredskapsuppdrag. I regeringens proposition 2018/19:136 står därför följande: "Regeringen delar bedömningen att kravet på 99,8 procents befolkningstäckning i marknätet inte bara motiveras av mediepolitiska skäl, vilket framgår i avsnitt 5.1 om distribution, utan också har stor betydelse för företagets roll i totalförsvaret."²

Enligt 18 § i Sveriges Radios sändningstillstånd ska bolaget kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. De två viktigaste varningssystemen är Viktigt meddelande till allmänheten (VMA) och myndighetsmeddelande. I län med kärnkraftverk finns dessutom ett särskilt system för kärnkraftslarm. Radion har en central roll för att få ut information vid kärnkraftsolyckor eller andra allvarliga olyckor och varningslarmen uppmanar folk att gå in i husen och lyssna på radion.

Att införa ett krav på digitalradio-mottagare i bilar utan ett motsvarande krav på FM-radiomottagare försummar vikten av allmänhetens möjlighet att ta emot VMA och kärnkraftslarm oavsett var de befinner sig i landet.

² 2018/19:136 s.100

3. Publikens möjlighet att ta emot marknätssändningar i hela landet är central för ett fortsatt starkt Sveriges Radio sida vid sida med starka svenska kommersiella radiobolag.

Nya plattformar för ljudinnehåll växer fram i hemmet, i mobilen och även i bilar. De bygger i stor utsträckning på internetdistribution och möjliggör för företag från hela världen att nå en publik i Sverige. I denna kontext gäller det för Sveriges Radio och svenska kommersiella radiobolag såsom NENT och Bauer att bli valda. Men kontrollen av hur innehållet kan upptäckas bestäms av den enskilda plattformen.

Jämfört med de gränssnitt som finns för FM-radio kan denna utveckling göra det svårare för publiken att hitta Sveriges Radios och den svenska kommersiella radions innehåll och att identifiera avsändaren. Det riskerar i slutändan att minska synligheten för Sveriges Radios och den kommersiella radions utbud. Utvecklingen kan försvåra för branschen att fortsatt upprätthålla ett starkt ”dual system” dvs ett starkt Sveriges Radio sida vid sida med starka svenska kommersiella medier.

Ökad konkurrens, röststyrda enheter, nya sätt att hitta innehållet – mot bakgrund av denna utveckling är det väsentligt att Sveriges Radio och kommersiell radio har de förutsättningar som krävs för att fortsatt kunna vara relevanta och bygga relationer med lyssnarna i bilar som sedan kan utvecklas via våra plattformar online.

Sammanfattning

I skäl 306 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/1972 av den 11 december 2018 om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation står följande:

Bestämmelserna om interoperabilitet för radio- och tv-utrustning för konsumenter utgör inget hinder för att bilradiomottagare i nya fordon i kategori M kan ta emot och återge radiotjänster som tillhandahålls via analog markbunden radiosändning och dessa bestämmelser hindrar inte

medlemsstaterna från att införa skyldigheter för att säkerställa att digitala radiomottagare kan ta emot och återge analoga markbundna radiosändningar.

Regeringen bör utnyttja den möjlighet som finns att utvidga det föreslagna kravet på digitala radiomottagare i alla bilar som säljs i Sverige. Kravet bör också omfatta mottagare av radiotjänster som tillhandahålls via analog marksänd radio, dvs. via FM.

Stockholm den 2 december 2019