

BONNIER

Finansdepartementet Avdelningen
för offentlig förvaltning Enheten för
offentlig upphandling Att: Matilda
Hårdänge

*Endast via e-post till fi.remissvar@regeringskansliet.se med kopia till
matilda.hardange@regeringskansliet.se*

Stockholm den 14 oktober 2021

Remissvar avseende Promemorian Särskild måttfullhet vid marknadsföring av spel till konsumenter (Fi2021/02357)

Bonnier Group AB har som remissinstans inbjudits att lämna synpunkter på
rubricerad promemoria.

Bonnier Group AB avstyrker förslaget.

Bonnier Group AB välkomnar ett starkt konsumentskydd, men den föreslagna
lagändringen riskerar att minska den s k kanaliseringsgraden - alltså andelen
spel som görs hos licenshavare i Sverige - och utgör även en alltför vidsträckt
inskränkning i den kommersiella yttrandefriheten.

Om Bonnier Group AB

Bonnier Group AB ("Bonnier"), tidigare Bonnier AB, är en företagsgrupp som
samlar flera av Nordens ledande medieföretag. Från öppnande av familjens
första bokhandel i Köpenhamn 1804 till att idag i Sverige ge ut dagstidningar,
sajter, böcker, tidskrifter etc, så sammanfattas verksamhetens viktigaste ledord
så här i den allra första meningen i företagsgruppens värdegrund:

*'Yttrandefrihet är Bonniers mest ursprungliga och djupast inpräntade
kärnvärde.'*

Om promemorian

Bonnier menar att den föreslagna lagändringen gällande spelreklam från
"måttfull marknadsföring" till krav på "särskild måttfullhet" är ett alltför stort
ingripande i yttrandefriheten för bolag som bedriver lagliga verksamheter och
tillika med licens från den statliga Spelinspektionen.

BONNIER

Den statliga Spelmarknadsutredningen gjorde i sitt slutbetänkande (SOU 2020:77 s. 177-180) bedömningen att det inte bör införas ett krav på särskild måttfullhet vid marknadsföring av spel. I Statskontorets rapport "Utvärdering av omregleringen av spelmarknaden" (delrapport 4, 2021:5) konstateras också: *"Företagen har generellt blivit bättre på att följa regler kring exempelvis bonuserbjudanden och marknadsföring."* Bonnier instämmer och anser att nuvarande spellag (2018:1138) fungerar väl.

En viktig princip i Sverige sedan 1766, då vi fick världens första tryckfrihetsförordning, är att grundlagsskyddade mediers utgivare intar en ansvarig hållning till vad som publiceras. Detta ensamansvar omfattar också kommersiella budskap, och självreglering - kombinerad med lagstiftning - har tjänat offentligheten väl. Förslaget i promemorian utmanar denna ordning och inskränker därmed den kommersiella yttrandefriheten.

Om den föreslagna lagändringen genomförs den 1 juli 2022 kommer licensinnehavare - som sedan omregleringen den 1 januari 2019 har rätt att marknadsföra sig i Sverige - inte kunna göra reklam som tidigare, vilket riskerar att fler spelare söker sig till utländska bolag utan svensk licens. Där är spelarskyddet svagt, aktörerna har ingen omsorgsplikt och det konsumentskydd som förutsätter en högs k kanaliseringsgrad äventyras. Detta kan inte vara statens intention.

Gällande konsekvenserna för mediebolag, idrottsförbund, välgörenhetsorganisationer mfl hänvisar Bonnier till remissyttranden från Tidningsutgivarna, Bonnier News AB samt AB Kvällstidningen Expressen.

Stockholm som ovan,

Bonnier Group AB
Stina Andersson
Verkställande direktör