

Prostatacancerförbundets yttrande över promemorian "Särskild måttfullhet vid marknadsföring av spel till konsumenter"

Prostatacancerförbundet har blivit inbjudna att komma med sina synpunkter på promemorian "Särskild måttfullhet vid marknadsföring av spel till konsumenter".

Prostatacancerförbundet är starkt negativa till promemorians förslag att införa särskild måttfullhet vid marknadsföring av spel och lotterier.

Åtgärden riskerar att leda till både kraftiga och oönskade effekter för allmännyttiga lotterier genom att helt slå undan benen för den direktmarknadsföring och telemarketing som vårt och övriga större prenumerationslotteriers försäljning bygger på. Konsekvensanalysen i promemorian utelämnar helt effekterna på denna, för civilsamhällets finansiering, avgörande intäktskälla, vilket är anmärkningsvärt.

Ett konkret exempel:

- Marknadsföringen får inte vara säljande. Möjligheten att särskilja sig med känslor, empati och sociala sammanhang kommer att inskränkas. Detta slår extra hårt mot de minst riskfyllda produkterna såsom lotter och poolspel inom sport/trav och mindre hårt mot de mer riskfyllda produkterna såsom online casino som har väldigt lite av dessa element i sin marknadsföring. Detta kommer påverka intäkterna till den ideella sektorn, svenska hästnäringen, idrotts- och föreningslivet och folkrörelserna.

Ideella organisationer i Sverige har samlat in medel via lotteriförsäljning i långt över hundra år. Prenumerationslotterier introducerades under tidigt 80-tal och marknadsföringen har i stort sett likadan ut sedan dess. Idag prenumererar långt mer än en miljon personer på lotter varje månad. Trots de allmännyttiga lotteriernas långa historia och det breda intresset torde det vara allmänt vedertaget att spelproblemen associerade med denna långsamma spelform är ytterst begränsade.

De allmännyttiga lotterierna bygger, precis som andra prenumerationsprodukter, sin försäljning på olika former av direktmarknadsföring. Marknadsföring som 1. till sin natur är *uppsökande* som 2. trots välfungerande nationella spärregister för såväl telefonförsäljning som adresserad direktreklam, riskerar att uppfattas som *påträngande* och som 3. genom användande av rabatter och premier (muggar, lakan och liknande) kan anses *uppmånat till köp* av lotter. Att införa särskilt måttfullhet skulle med andra ord slå undan hela basen för de allmännyttiga lotteriernas försäljning och därmed snabbt urholka det viktiga bidrag som dessa årligen genererar till civilsamhället. Dessutom innebär det att de minst riskfyllda spelprodukterna tappar i konkurrensförmåga relativt mer riskfyllda. Och förstås förödande för de seriösa spelbolag som har ambitionen att förbättra spelmarknaden ur ett ansvarsperspektiv.

Delar av Spelmarknadsutredningens slutbetänkande fokuserade på att försöka komma tillrätta med de största skevheterna som uppstod i samband med omregleringen 2019, då allmännyttiga lotterier "buntades ihop" med övriga spelformer och reglerades hårt utan hänsyn till vare sig den låga risken för spelproblematik eller de etablerade prenumerationsmodellerna och marknadsföringsmetoderna. Vi väntar fortfarande, drygt två och ett halvt år efter omregleringen, på att de föreslagna justeringarna ska träda i kraft.

Lagstiftaren bör dra lärdom av detta för att undvika att upprepa samma misstag och

därigenom missa omregleringens delmål gällande bevarade förutsättningar för de allmännyttiga lotterierna. Alla eventuella justeringar av nuvarande lagstiftning borde rimligtvis utformas proportionerligt; i det korta perspektivet baserat på lagens uppdelning i olika licensformer eller, för att bli mer precis i bedömningen, i det längre perspektivet baserat på olika spelformers inneboende risk baserat på en etablerad riskklassificering. Skulle regeringen, trots de risker som finns, införa förslaget förordar Prostatacancerförbundet att tillämpningen av kravet om särskild måttfullhet ska gälla de mest riskfyllda produkterna såsom kommersiellt onlinespel och spelautomater.

Olov Berggren

Kent Lewén

Generalsekreterare

Ordförande