

Kom! Sveriges Kommunikationsbyråer
Swedish Association of Communication Agencies

YTTRANDE

2014-12-29

Ku2014/1773/RFS

Kulturdepartementet
Enheten för rättsliga frågor och styrning

103 33 STOCKHOLM

Förslag till ändringar i radio- och tv-lagen (Ds 2014:37)

Sveriges Kommunikationsbyråer är en opolitisk branschorganisation som ska tillvarata medlemsföretagens intressen.

Sveriges Kommunikationsbyråer är en branschorganisation för alla typer av konsulter inom kommunikation, såsom reklam, PR, design, event, DM, digital, media och action marketing. Vi inspirerar och utbildar våra medlemmar för att de ska kunna göra bättre affärer, både för sina uppdragsgivare och för sig själva. Exempelvis bistår vi med juridisk kompetens och sk ARU-auktorisering (Ansvarig ReklamUtgivare). Dessutom arbetar vi med opinionsbildning för att öka kännedomen om kommunikationens betydelse för näringsliv och samhälle.

Sveriges Kommunikationsbyråer förhandlar riktlinjer för branschavtal, anordnar seminarier, bistår medlemmarna med utbildning, information och rådgivning. Sveriges Kommunikationsbyråer är medlem i European Association of Communication Agencies, (EACA) och är en av huvudmännen för Reklamombudsmannen (RO) och Näringslivets Delegation för Marknadsrätt (NDM).

Sveriges Kommunikationsbyråer lämnar här sina synpunkter på den del av promemorian som avser förslag till ändring av Radio- och TV-lagen 6 kap 3 § samt förslag till införande av 7 kap 3a §.

Inställning och skäl för vår inställning

Promemorians förslag till ändring av Radio- och TV-lagen 6 kap 3 § samt förslag till införande av 7 kap 3a § avser båda att förtydliga det redaktionella oberoendet och om förstärkt skydd för detsamma.

Sveriges Kommunikationsbyråer tycker att det är viktigt att det i alla sammanhang där det finns kommersiella aktörer i redaktionella medier – och risk för påverkan från sådana – finns tydliga regler för att kunna särskilja dessa. Dvs att det alltid är tydligt vad som är ett kommersiellt budskap och finansierat av en kommersiell aktör och vad som å andra sidan är ett redaktionellt innehåll och beslut. Som företrädare för kommersiell kommunikation ser vi ännu tydligare ett behov att kunna särskilja vad som är kommersiellt konsumtion och kommunikation och vad som inte är det.

Sveriges Kommunikationsbyråer ställer sig därför bakom promemorians förslag om att det i lagen – som ett komplement till den redan existerande bestämmelsen i Radio- och tv-lagen 5 kap 5 § om förbud mot otillbörligt kommersiellt gynnande av kommersiella intressen - bör tydliggöras att innehåll i tv-program samt deras programläggning vid sponsring och produktplacering inte får påverkas på ett sådant sätt att det inverkar på det redaktionella oberoendet hos leverantören av medietjänsten.

Därtill tillstyrker Sveriges Kommunikationsbyråer också den delen av förslaget som avser att särskild hänsyn skall tas till *programläggningen* i ett aktuellt fall av överträdelse, dvs när en överträdelse skett som fått stor spridning, t ex på grund av sändningstid.

Med vänliga hälsningar
Sveriges Kommunikationsbyråer

Jessica Bjurström
VD