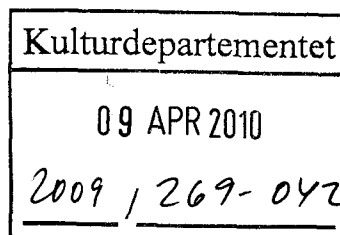




TV 2 AS

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo



Oslo, 6. april 2010

Høring – Endringer i reklameavbruddsreglene i fjernsyn – overgang til bruttoprinsippet

Vi viser til høringsbrev 18.03.2010, Deres ref: 2009/00269 ME/ME3 LPO:elt.

TV 2 viser til tidligere diskusjoner rundt praktiseringen av reklameavbruddsreglene, herunder påpekningen av at den særnorske administrativt innførte praksis basert på "nettoprinsippet" - i mangel av konkrete rettslige reguleringer - vanskelig kan sies å være i tråd med EØS-retten og det alminnelige legalitetsprinsippet. TV 2 mener at bruttoprinsippet slik det omtales i høringsbrevet, må legges til grunn. Skal et nettoprinsipp kunne legges til grunn må dette, slik det illustreres i den dommen det vises til fra EF-domstolen, skje gjennom konkretiserte lovbestemmelser eller eventuelt med klar hjemmel i lov.

For TV 2 er det svært viktig å poengtere nødvendigheten av at man generelt - og spesielt hva gjelder reguleringer som påvirker de norske selvfinansierende mediebedriftenes utgifter og inntekter i et lite land/marked med høye produksjonskostnader, hvor de norske kringkasterne møter svært sterk konkurranse fra kanaler som etter senderlandsprinsippet, følger andre lands rettsreguleringer - legger opp til et system som i det minste gir like konkurransevilkår (sk "level playing ground"). Selv om de internasjonale reguleringer åpner for at man kan fastsette strengere regler, bør man, slik TV 2 ser det, først benytte denne adgangen hvor dokumenterte, saklige og vesentlige samfunnshensyn begrunner dette. TV 2 ser ikke at dette foreligger i den aktuelle sammenhengen.

De opplysninger som gis i høringsnotatet om konsekvensene av en særnorsk standard er dekkende, slik TV 2 ser det. De særnorske reguleringene skaper problemer både for videreutnyttelse av norske produksjoner og utnyttelse av innkjøpt materiale. I tillegg til det som beskrives, peker vi også på at det naturligvis ikke alltid er selvsagt at de norske kringkasterne kan klippe om og "blåse opp" produksjoner produsert av andre. Den særlige norske praksisen kan således - i ytterste konsekvens - også tvinge kringkasterne til å avstå fra å anskaffe produksjoner som man redaksjonelt sett kanskje ønsker å sende.

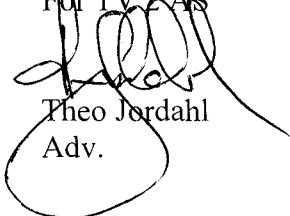
For helhetens skyld peker vi også på at innplassering av reklameavbrudd i programmer konkret, ikke alene vil avhenge av reglene om programlengde. Justeringen vil heller ikke føre til merkbar økning i det totale reklamevolumet, slik departementet korrekt påpeker. For TV 2

er det også et poeng at en "noe hyppigere avbruddsfrekvens" gjennom utvidet mulighet for plassering innenfor uendrede ytre tidsrammer, vil føre til at de enkelte reklameavbruddene vil kunne forkortes, noe TV 2 oppfatter at seerne klart foretrekker.

Til de økonomiske konsekvensene vil TV 2 bemerke at endringen ut over de positive konsekvensene ved at man slipper å bearbeide programmer til særnorske krav, i hovedsak vil komme ikke ved at kringkasterne kan kreve "høyere priser", men ved at man gjennom en plassering som beskrevet minsker det såkalte "blokk-droppet" under sendingen, fordi publikum finner denne løsningen mindre forstyrrende enn lengre reklamepauser.

Til spørsmålet om beregningen av 20-minuttersregelen i forskriftens § 3-7 fjerde og femte ledd uttaler departementet at man fortsatt bør anvende et nettoprinsipp. Vi viser i den forbindelse til de innledende bemerkninger om hvorledes et eventuelt strengere prinsipp enn direktivet gir anvisning på, må fastlegges. Spørsmålet i praksis vil her formodentlig dreie seg om identifikasjon av sponsorer skal medregnes eller ikke. Av praktiske brukerhensyn er det åpenbart å foretrekke at man anvender samme beregningsprinsipp innen en og samme bestemmelse. Skal man operere med forskjellige prinsipper bør dette uansett fremgå direkte i forskriften. TV 2 ser heller ikke noen vesentlige dokumenterte samfunnsmessige interesser som tilsier at man fraviker bruttoprinsippet i disse sammenhenger. Også her er det absolutt tjenlig å følge de alminnelige reguleringene slik at man unngår eventuelle behov for å blåse opp programdelen, dersom denne er produsert etter et bruttoprinsipp.

Med vennlig hilsen
For TV 2 AS



Theo Jordahl
Adv.