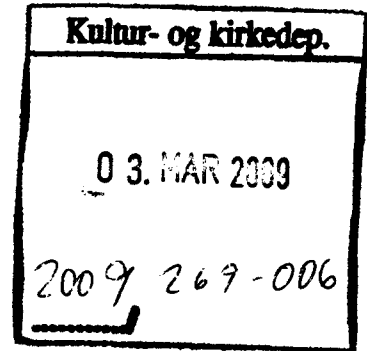


DET KONGELIGE  
FINANSDEPARTEMENT

Kultur- og kirke departementet  
Postboks 8030 Dep  
0030 OSLO



Deres ref  
2009/00269 ME/ME3 LPØ:elt

Vår ref  
09/833 J IVA/SBP

Dato  
03.02.2009

**Høring - Endringer i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting og om endringer i forskrift 28. februar 1997 nr. 153 om kringkasting - reklameavbruddsregler**

FIN viser til brev fra KKD av 11. februar 2009, vedlagt høringsnotat om ovennevnte.

KKD viser i høringsnotatet til at direktiv 2007/65/EF om audiovisuelle medietjenester ble vedtatt i desember 2007. Direktivet endrer det såkalte fjernsynsdirektivet (direktiv 89/552/EØF). I likhet med fjernsynsdirektivet er endringsdirektivet ifølge KKD et såkalt minimumsdirektiv. Dette innebærer at det pålegger medlemslandene minimumsstandarder, men gir samtidig rett til å pålegge kringkasterne under medlemslandenes jurisdiksjon strengere regulering enn det som følger av direktivteksten. Utgangspunktet er følgelig at Norge, dersom det er ønskelig, kan velge å ha strengere regler enn andre land.

KKD opplyser at ett av de uttalte hovedformålene med revisjonen av fjernsynsdirektivet har vært å liberalisere reklamereglene. Formålet med en slik liberalisering er et ønske om å styrke fjernsynsmediets konkurransevne. I direktivets fortale vises det ifølge KKD blant annet til at den kommersielle og teknologiske utviklingen har gitt økte valgmuligheter for bruk av audiovisuelle medietjenester. Ny teknologi innebærer at man enkelt kan velge bort tradisjonell reklame. Dette tilsier at kringkasterne bør underlegges et mer fleksibelt reguleringsregime enn tidligere.

KKD peker på at liberaliseringen av reklamereglene i direktivet vil, ut fra de forslagene som er lagt frem så langt, føre til at mange EØS-land vil velge å innføre mer fleksible avbruddsregler nasjonalt. Dette kan medføre at kanaler som er etablert i utlandet, men

som retter sendinger mot Norge, vil oppnå fordeler sammenlignet med kanaler under norsk jurisdiksjon. KKD foreslår på denne bakgrunn følgende for å liberalisere norske reklameregler:

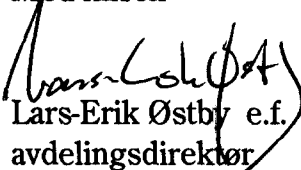
- Tillate nye reklameteknikker ved å endre separasjonsprinsippet i loven slik at reklame kan skilles fra program ved bruk av romlige midler, herunder f.eks. reklame på delt skjerm og virtuell reklame.
- Tillate ett avbrudd for hver programsatte periode på minst 45 minutter og oppheve kravet om at reklame i spillefilm og film laget for fjernsyn må sendes i tilknytning til et avbrudd med en varighet på minst 20 minutter.
- Opprettholde begrensningen på ett reklameavbrudd i fisjonsbaserte programmer og serier, men oppheve tidsbegrensningen på 60 sekunder per avbrudd.
- Oppheve den særlige reguleringen av reklameavbrudd i overføringer fra teater- og konsertarrangement og sportssendinger, samt at ordlyden i forskriften § 3-7 første ledd endres fra "gudstjenester" til "religiøse seremonier".
- Redusere kravet om minste programlengde for programkategorier som ikke er særskilt regulert fra 45 til 40 minutter. Erstatte kravet om at den enkelte del av programmet må vare i 20 minutter med en bestemmelse som tillater ett avbrudd for hver programsatte periode på minst 20 minutter.
- Videreføre volumbegrensningene på reklame i fjernsyn.

Det er Medietilsynet som fører tilsyn med reglene for reklameavbrudd. Ifølge KKD ventes det ikke at endringen av reglene vil føre til mer arbeid for tilsynet. Etter KKDs vurdering vil forslaget ikke få økonomiske eller administrative konsekvenser for det offentlige.

For privat reklamefinansiert fjernsyn under norsk jurisdiksjon antar KKD at forslaget vil innebære en styrking av konkurranseposisjonen vis-à-vis utenlandsbaserte kanaler. KKD viser imidlertid til at markedet for reklame på fjernsyn påvirkes av mange forhold og at det er vanskelig å beregne den konkrete gevinsten av forslagene for kringkasterne.

FIN har ingen merknader til høringsnotatet.

Med hilsen

  
Lars-Erik Østby e.f.  
avdelingsdirektør

  
Jan Olav Pettersen  
underdirektør