



Kulturdepartementet  
[Postmottak@kud.dep.no](mailto:Postmottak@kud.dep.no)

Oslo, 08.12.2014

### Høring av endringer i lotteriregelverket (ref. 14/4341)

TV 2 står ikke på høringslisten, men vil likevel komme med merknader til forslaget til ny § 7a (Markedsføringsregler).

TV 2 har som en stor aktør i reklamemarkedet etterlyst en koordinering av lov- og forskriftsreguleringer på markedsføringsområdet. Dette gjelder kanskje i særlig grad utforming av definisjoner og regulering av generelle prinsipper som også er regulert i generelle regelverk. Forskjeller i ordlyd, nyanser i helhetsinntrykk og også forskjellig oppfatning i de forskjellige tilsynsorganer, skaper usikkerhet og gir brukerne av regelsettene merkostnader til spesialisert rettshjelp som burde kunne unngås.

Slik vi leser opplistingen i de 8 punktene er disse reelt sammenfallende med markedsføringslovens § 2 om god markedsføringsskikk og konkretiseringene ellers i markedsføringslovens øvrige reguleringer.

Vi ser ikke at Forbrukerombudet er satt på listen over høringsinstanser og vil således oppfordres til at de konkret inviteres til å kommentere en nærmere harmonisering av regelsettene.

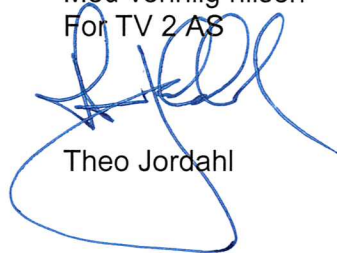
Forslaget i § 7a siste ledd reiser etter sin ordlyd åpenbare spørsmål om grensen mot redaksjonell omtale og ytringsfrihet generelt. Begrepet «markedsføring» står her sentralt, men den upresise og brede henvisningen til «alle kanaler» (herunder men ikke begrenset til) «blogger og sosiale medier», kaller på en nærmere avklaring. Vi legger til grunn at redaksjonell eller fri omtale av de angjeldende virksomheter, lotteriene, deres arrangører og gjennomføring - også når det skjer i «blogger og sosiale medier» - ikke skal kunne rammes.

For øvrig ser vi det som problematisk når det benyttes begreper som «blogger» og «sosiale medier» uten at disse er rettslig definert. TV 2 ser at slike begreper dekker en rekke former for publikasjoner og publiseringer, fra faktisk dokumentasjon via regulær journalistikk på sentrale samfunnsområder til rene reklamepubliseringer.

Bestemmelsene i lotteriregelverket kan naturligvis heller ikke hindre slik fri/redaksjonell omtale selv om den som kan oppfattes som positiv («god reklame» som mange vil beskrive det) for lotteriet, når det ikke skjer i markedsføringshensikt.

Dette må klargjøres. Vi viser til at man i Kringkastingsloven har en slik tilnærming i definisjonen av «reklame» under § 1-1.

Med vennlig hilsen  
For TV 2 AS

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Theo Jordahl', written over the typed name.

Theo Jordahl