



Till Europeiska Kommissionen

GRÖNBOKEN OM ONLINESPEL PÅ DEN INRE MARKNADEN

Svenska Tidningsutgivareföreningen (Tidningsutgivarna) är branschorganisation för svenska dagspressföretag och andra medieföretag.

Vi har tagit del av Kommissionens Grönbok om onlinespel på den inre marknaden och vill anföra följande. Vi begränsar vårt yttrande till avsnitt 2.2 i Grönboken.

2.2 Relaterade tjänster som utförs och/eller används av leverantörer av onlinespeltjänster

I Grönboken konstateras att ett antal tjänster, bland annat marknadsföringstjänster används av spelaktörer för att främja eller underlätta onlinespel. Det kan gälla TV-reklam, annonser i tryckt press, kommersiella budskap online, säljfrämjande åtgärder m m.

Kommissionen ställer följande fråga:

”Med fokus på de kategorier som tas upp ovan, hur regleras de kommersiella budskapen för (online)tjänster på nationell nivå? Finns det speciella problem med gränsöverskridande kommersiella budskap?”

Enligt Tidningsutgivarnas mening finns betydande problem med den svenska spelregleringen, som finns i lotterilagen.

De svenska medieföretagen verkar på en marknad, där konkurrensen om annonsintäkterna är till en icke oväsentlig del är internationell. Detta gäller i synnerhet spelmarknaden.

I Sverige är det i praktiken förbjudet för andra än de statliga spelbolagen och föreningslivet att bedriva spel. Ett stort antal utländska spelaktörer riktar sig dock mot den svenska spelmarknaden och erbjuder spel. Denna verksamhet är fullt tillåten i det land där de finns registrerade och svenska tillsynsmyndigheter kan heller inte hindra dem.

Om de utländska spelbolagen marknadsför sina tjänster i svenska medier – oavsett om det sker i tryckt eller digital form – straffas emellertid den som låter publicera annonserna.

Det s k främjandeförbudet i 38 § i lotterilagen förbjuder att:

” i yrkesmässig verksamhet eller annars i förvärvssyfte

- 1. främja deltagande i ett inom landet anordnat lotteri som inte är tillåtet eller ett utom landet anordnat lotteri”*

Det senaste decenniet har ett flertal uppmärksammade rättegångar ägt rum mot svenska chefredaktörer och medieföretag för att de publicerat annonser från utländska spelbolag. Några av dem pågår fortfarande. Centrala frågor i dessa rättegångar har varit, och är, främjandeförbudets – ytterst det svenska spelmonopolets förenlighet dels med EG-rätten, dels med yttrandefriheten.

Enligt Tidningsutgivarnas mening är det uppenbart att det svenska främjandeförbudet snedvrider konkurrensen. Medan medieföretag som har sitt säte utanför Sverige kan rikta sina sändningar med marknadsföring av spel mot den svenska marknaden är medieföretag med säte i Sverige förbjudna att publicera – och straffas om de publicerar – samma annonser.

Denna diskriminering är ett reellt problem eftersom åtskilliga TV-kanaler och mediasajter från utlandet vänder sig till en svensk publik medan svenska medier är förhindrade att konkurrera om intäkterna från spelbolagens annonser.

Mot den bakgrunden anser Tidningsutgivarna att främjandeförbudet skapar just sådana speciella problem med gränsöverskridande kommersiella budskap som avses i Kommissionens fråga 11.

Stockholm den 15 juni 2011

Tidningsutgivarna

Per Hultengård
Chefsjurist