

Folketingets Europaudvalg
Christiansborg
1240 København K

9. maj 2006

Dok. 42422/ph

Møde i Europaudvalget den 11. maj 2006

Hermed Forbrugerrådets kommentarer til et af punkterne på Europaudvalgets dagsorden den 11. maj 2006 kl. 11.

Rådsmøde (uddannelse, ungdom og kultur) den 18.-19. maj 2006

Pkt. 9. Revision af direktivet om "tv uden grænser". Udveksling af synspunkter. KOM (2005) 0646.

Forbrugerrådet kan tilslutte sig Kommissionens overordnede formål med at indføre teknologineutral regulering, således at internettjenester i højere grad sidestilles med reguleringen af traditionelle tv-virksomheder. Forbrugerrådet er imidlertid stærkt modstander af, at man i den forbindelse svækker på reguleringen af tv-reklamer, og kan ikke tilslutte sig følgende:

- **Tilladelse af produktplacering ("product placement").**

Forbrugerrådet finder, at produktplacering som hidtil bør betragtes som skjult reklame og dermed være underlagt et forbud. En tilladelse vil gøre op med det fundamentale princip om adskillelse af reklamer og redaktionelt indhold, hvilket vil få betydning for tv'ets troværdighed og kvalitet. Produktplacering adskiller sig væsentligt fra sponsorering, hvor der ikke må ske en promovning af bestemte produkter i programmet.

- **Fri reklameafbrydelse – ophævelse af reklameintervallet på 20 minutter**

Kommissionen foreslår en liberalisering af reklamereglerne, således at det fremover står tv-stationen frit for, hvornår og på hvilken måde reklameafbrydelserne skal ske. Frivilligheden til at "zappe væk" hvert 20. minut under reklameblokken forsvinder, når reklamerne fremover kan sendes drypvis, herunder samtidig med programmet ved brug af "split screens".

./. Forbrugerrådets holdninger uddybes i vedlagte høringsvar af 4. april 2006

Med venlig hilsen

Rasmus Kjeldahl
Direktør

Villy Dyhr
Chef for Politisk Afdeling