



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep
0030 OSLO

Vår ref.: 15/109-78/LA

Deres ref.:

Dato: 21.12.2015

Iverksettelse av AMT-direktivets konsultasjonsprosedyre for brudd på norske regler om markedsføring av pengespill og lotterier

1. BAKGRUNN

Medietilsynet og Lotteritilsynet fikk i brev av 11. februar 2015 følgende oppdrag fra Kulturdepartementet:

«Lov 28. august 1992 nr. 103 om pengespill mv. (pengespilloven) § 2 fastslår at det er forbudt å utlegge for offentligheten eller på annen måte spre bekjentgjørelser om utenlandske tallspill og pengespill. Etter lov 24. februar 1995 nr. 11 om lotterier m.v. (lotteriloven) § 11 er det forbudt å drive markedsføring eller formidling av lotterier som ikke har tillatelse.

Med hjemmel i kringkastingsloven § 2-15 første ledd andre punktum ber departementet om at Medietilsynet i samarbeid med Lotteritilsynet vurderer og dokumenterer om det foreligger konkrete brudd på disse bestemmelsene fra fjernsynskanaler etablert i andre EØS-land med sendinger som helt eller hovedsakelig er rettet mot Norge. Dersom det foreligger slike brudd, ber departementet Medietilsynet om å gjennomføre en konsultasjonsprosedyre med senderlandet iht. AMT-direktivets artikkel 4 nr. 2.»

Medietilsynet og Lotteritilsynet rapporterer herved på gjennomføringen av oppdraget slik som beskrevet i mandatet. Det vises videre til statusoppdatering i saken oversendt til Kulturdepartementet den 25. juni 2015, samt til løpende kontakt om saken under arbeidet.

2. ORGANISERINGEN AV ARBEIDET

Som beskrevet i statusoppdateringen har arbeidet blitt gjennomført som et samarbeid mellom Medietilsynet og Lotteritilsynet. Det ble opprettet en egen arbeidsgruppe i Medietilsynet bestående av seniorrådgiver Linda M. Andersen (leder), seniorrådgiver Hanne Sekkelsten og rådgiver Lars Tore Kletvang. Arbeidsgruppen rapporterer til områdedirektør for Konesjon og tilsyn, Gudbrand Guthus. I Lotteritilsynet har arbeidet blitt organisert som et prosjekt under ledelse av rådgiver Steinar Mjøs. Prosjektgruppen har i tillegg bestått av seniorrådgiver Monica Alisøy Kjelsnes og seniorrådgiver Silje Sægrov Amble.

Arbeidet har blitt styrt gjennom felles utarbeidede arbeids- og fremdriftsplaner, samt løpende kontakt på telefon og via epost.

3. GJENNOMFØRTE TILTAK

3.1. Utvalg av kanaler

Kulturdepartementets oppdrag omfattet fjernsynskanaler etablert i andre EØS-land som har sendinger som er helt eller delvis rettet mot Norge, og som sender reklame for lotterier eller pengespill i strid med norsk lov.

På denne bakgrunn plukket Medietilsynet ut følgende tolv fjernsynskanaler til kontroll: FEM, MAX, VOX, TV6, TV3, Viasat 4, Discovery (N), TLC Norge, MTV (N), Eurosport HD (N), National Geographic (N) og FOX (N).

I vurderingen av om sendingene til fjernsynskanalene helt eller delvis retter seg mot Norge, har Medietilsynet blant annet vektlagt følgende forhold, jf. kringkastingsforskriften § 4-6 andre ledd:

- Hvorvidt sendingene har et norsk språk eller er teksten på norsk
- Om fjernsynskanalen benytter norske kommentatorer eller har studiosendinger fra Norge
- Om fjernsynskanalen viser norske produksjoner eller andre programmer spesifikt beregnet for norske seere
- Om fjernsynskanalen har norske annonsører eller sponsorer
- Om reklamesendingene er rettet mot et norsk publikum

Eurosport HD hadde ikke reklame for lotterier eller pengespill i sendingene som ble plukket ut for kontroll, og ble tatt ut av kontrollutvalget i etterkant.

3.2. Vurdering av jurisdiksjon

Medietilsynet har vurdert jurisdiksjonen for fjernsynskanalene i utvalget. På bakgrunn av opplysninger gitt i MAVISE-databasen har tilsynet tilskrevet tilsynsmyndighetene i Storbritannia, Italia, Nederland, Frankrike og Spania for å få avklart jurisdiksjonen for de aktuelle kanalene.

Medietilsynet fikk tilbakemeldinger om at åtte av kanalene faller inn under britisk jurisdiksjon, én kanal er underlagt nederlandsk jurisdiksjon, én kanal er underlagt fransk jurisdiksjon og to kanaler er underlagt spansk jurisdiksjon. Eurosport HD ble tatt ut av kontrollen ettersom det ikke ble avdekket brudd på norske regler om lotteri eller pengespill.

Vedlegg 1: Brev av 27. mai 2015 fra Ofcom¹ til Medietilsynet

Vedlegg 2: Epost av 18. juni 2015 fra CNMC² til Medietilsynet

Vedlegg 3: Epost av 30. april 2015 fra CvdM³ til Medietilsynet

Medietilsynet har vurdert jurisdiksjonsspørsmålet nærmere for kanalene FEM, MAX og VOX ettersom disse kanalene synes å ha norsk publikum som sin primære målgruppe, og på bakgrunn av disse kanalenes tilknytning til TVNorge. I brev av 4. mai 2015 sendte Medietilsynet derfor et brev til Discovery Networks Norway AS der det ble bedt om ytterligere opplysninger i saken. I brev av 16. juni 2015 svarte SBS Discovery Media Ltd. på Medietilsynets henvendelse. Av svaret fremgår at selskapet hevder å være etablert i Storbritannia i henhold til AMT-direktivets regler. Selskapet opplyste at det ikke ønsket å gi mer detaljert informasjon slik Medietilsynet ba om, og viste til at Medietilsynet i så fall må henvende seg til Ofcom.

Vedlegg 4: Brev av 4. mai 2015 fra Medietilsynet til Discovery Networks Norway AS

Vedlegg 5: Brev av 16. juni 2015 fra SBS Discovery Media UK Ltd. til Medietilsynet

Medietilsynet besluttet etter dette å legge opplysningene fra SBS Discovery Media Ltd. og Ofcom til grunn for behandlingen av denne saken.

¹ Office of Communications

² La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

³ Commissariaat voor de Media

En samlet oversikt over kanalene og hvilket lands jurisdiksjon de faller inn under blir etter dette slik:

Kanal	Land	Eier
FEM	UK	SBS Discovery Media (UK) Limited
MAX	UK	SBS Discovery Media (UK) Limited
VOX	UK	SBS Discovery Media (UK) Limited
Viasat 4	UK	Modern Times Group MTG Limited
TV 3	UK	Modern Times Group MTG Limited
TV6 (N)	UK	Modern Times Group MTG Limited
Discovery (N)	UK	Discovery Communications Europe Limited
TLC (N)	UK	Discovery Communications Europe Limited
Nat.Geo (N)	Spania	FOX International Channels España
FOX	Spania	FOX International Channels España
MTV (N)	Nederland	VIMN Netherlands Holding B.V.

3.3. Kontroll av brudd på norske regler for lotterier eller pengespill

Medietilsynet innhentet opptak fra de tolv kanalene som ble plukket ut til kontroll. Opptakene ble innhentet fra fem ulike dager per kanal fra en tilfeldig valgt uke i løpet av mars og april måned 2015. Opptakene ble deretter gjennomgått av Lotteritilsynet. Det ble totalt kontrollert 24 timer av sendingene fra hver enkelt fjernsynskanal.

Lotteritilsynet har dokumentert brudd på lotteriloven og pengespilloven fra kontrollen. Resultatet av kontrollen viste følgende funn:

TV kanal	Antall reklamer for lotterier eller pengespill i et 24-timers tidsrom
TV3	163
TV6	154
Viasat 4	157
FEM	89
MAX	203
VOX	66
Discovery	287
TLC	77
FOX	118
NAT.GEO (N)	101
MTV (N)	42

Dersom det er ønskelig for departementet, kan Medietilsynet fremlegge underlagsfilene fra kontrollene der hvert enkelt brudd er registrert per kanal.

3.4. Undersøkelse av markedet for pengespillreklame rettet mot Norge

Medietilsynet bestilte en undersøkelse⁴ fra Nielsen Media Research hvor omfanget av pengespillreklame sendt av fjernsynskanaler som er tilgjengelig for norske seere ble kartlagt.

⁴ Undersøkelsen er basert på en såkalt «as-run» logg, som innebærer at kringkasterne daglig leverer en sendelogg til Nielsen som så kvalitetssikrer dataene og setter det inn i en database. Alle sendte reklameinnslag og sponsorplakater er med i denne loggen. Annonseringen prises etter den til enhver tid gjeldende brutto prislister basert på GRP (Gross Rating Point) fra de enkelte kanalene.

Undersøkelsen omfattet norske fjernsynskanaler⁵ og utenlandske kanaler som er rettet mot Norge og som faller inn under et annet lands jurisdiksjon⁶.

Undersøkelsen ble gjort tilbake i tid og for et år, i perioden 1. august 2014 til 31. juli 2015. Den omfattet både reklameinnslag og sponsoridentifikasjoner. Undersøkelsen tilsvarer en liknende undersøkelse gjort i perioden 1. oktober 2013 til 30. september 2014.

Undersøkelsen viste at det i tidsrommet 1. august 2014 til 31. juli 2015 ble brukt til sammen 12,7 milliarder kroner på all fjernsynsreklame rettet mot nordmenn. Av dette ble 791 millioner kroner benyttet til fjernsynsreklame⁷ for norske og utenlandske spillerselskap, hvilket utgjør 6,2 prosent av alle reklamekroner.

Utenlandske spillerselskap brukte i alt 609 millioner på reklame som er ulovlig etter norsk rett, og stod med det for 77,0 prosent av all pengespillreklame rettet mot norske seere. Videre viste utenlandske spillerselskap i alt 578 736 reklamer, hvilket tilsvarer 92,7 prosent av det totale antallet pengespillreklamer i denne perioden.

Undersøkelsen viste at det er et massivt antall reklameinnslag for pengespill og lotterier fra kanaler som retter sendingene sine mot Norge. De aktuelle kanalene mottar store inntekter fra slike annonsører. Medietilsynets to undersøkelser viser også at det er en massiv økning i pengespillreklamen rettet mot Norge de siste ti månedene. For nærmere informasjon om resultatene fra kontrollen vises til vedlagte notat.

Vedlegg 6: Rapport om pengespill av 7. september 2015

4. GJENNOMFØRING AV KONSULTASJONSPROSEDYREN

Medietilsynet og Lotteritilsynet sendte ut brev med forespørsel om gjennomføring av konsultasjonsprosedyren i henhold til AMT-direktivet artikkel 4 (2) til Ofcom i Storbritannia, CvdM i Nederland og CNMC i Spania. Samtlige brev ble oversendt via epost henholdsvis den 24. og 25. september 2015.

Vedlegg 7: Brev av 24. september 2015 fra Medietilsynet til Ofcom

Vedlegg 8: Brev av 25. september 2015 fra Medietilsynet til CvdM

Vedlegg 9: Brev av 25. september 2015 fra Medietilsynet til CNMC

4.1. Storbritannia

Medietilsynet mottok svar på forespørselen fra Ofcom i brev datert 17. november 2015.

Vedlegg 10: Brev av 17. november 2015 fra Ofcom til Medietilsynet

Her fremkommer det at Ofcom har kontaktet Modern Times Group Limited, Discovery Networks Northern Europe Limited og Discovery Communications Europe Limited med forespørsel om å innrette seg etter de norske reglene om reklame for lotterier og pengespill.

Det fremkommer av ovennevnte brev at de aktuelle selskapene har vurdert forespørselen og at de har, under henvisning til senderlandsprinsippet, informert Ofcom at de ikke vil etterkomme denne forespørselen.

⁵ TVNorge, TV 2, TV 2 Bliss, TV 2 Humor, TV 2 Sport, TV 2 Nyhetskanalen og TV 2 Zebra.

⁶ BBC Brit, BBC Entertainment, Discovery Channel, Disney Channel, Eurosport, FEM, FOX, MAX, MTV, National Geographic Channel, Nickelodeon, TLC, TV3, TV6, VG TV, Viasat 4, VOX.

⁷ Kun tradisjonelt fjernsyn, og må avgrenses mot blant annet nett-TV og IPTV, samt bestillingstjenester andre kringkastingstjenester.

4.2.Nederland

Etter at Medietilsynet sendte forespørselen om gjennomføring av konsultasjonsprosedyren til nederlandske mediemyndigheter responderte disse med å be om en nærmere begrunnelse for hvorvidt direktivet gav anledning til å gjennomføre konsultasjonsprosedyren for fjernsynsreklame for lotterier og pengespill. Medietilsynet besvarte forespørselen ved epost av 22. oktober 2015, og redegjorde der for tilsynets vurderinger av rekkevidden av direktivet.

Vedlegg 11: Epost av 15. oktober 2015 fra CvdM til Medietilsynet

Vedlegg 12: Epost av 22. oktober 2015 fra Medietilsynet til CvdM

Medietilsynet mottok 2. desember 2015 en epost fra CvdM der det fremkommer at disse har konsultert det nederlandske lotteritilsynet, og har på denne bakgrunn besluttet å behandle forespørselen fra Norge om å gjennomføre konsultasjonsprosedyren. Det ble her opplyst at CvdM samme dag ville sende brev til MTV Norway, og at Medietilsynet ville bli orientert så snart svaret fra disse forelå.

Vedlegg 13: Epost av 2. desember 2015 fra CvdM til Medietilsynet

Medietilsynet har per dags dato ikke mottatt svar fra den nederlandske mediemyndigheten. Slikt svar vil bli ettersendt til Kulturdepartementet så snart det foreligger.

4.3.Spania

Medietilsynet mottok tilbakemelding på forespørselen til spanske mediemyndigheter i epost den 16. desember 2015.

Vedlegg 14: Epost av 16. desember 2015 fra CNMC til Medietilsynet

Av vedlagte tilbakemelding fremkommer at CNMC har behandlet forespørselen fra Medietilsynet og videresendte henvendelsen til Fox International Channels España, S.L. (FOX) den 15. oktober 2015. CNMC beskriver at FOX har formidlet tilbake at de ønsker å samarbeide med både CNMC og Medietilsynet, og at de vil innrette seg etter norsk lovgivning på dette området for kanalene FOX (N) og National Geographic (N). CNMC beskriver at FOX har gitt følgende tilbakemelding:

“As a result, FOX has conveyed to CNMC its utmost commitment to uphold all applicable legislation as well as its will to collaborate both with CNMC and with Medietilsynet. Therefore, FOX has undertaken to comply with the Norwegian gambling legislation in the terms expressed in the request issued by Medietilsynet with effects as of November 1st, 2015.”

CNMC har vedlagt skriftlig bekreftelse fra FOX på at de fra 1. november 2015 forholder seg til norsk lovgivning om lotterier og pengespill, og følgelig ikke lenger sender slik reklame.

Vedlegg 15: Letter of commitment fra FOX International Channels España

Medietilsynet har videre mottatt sendeligger for kanalene FOX (N) og National Geographic (N) datert 1. november 2015 som viser at det ikke er registrert reklame for pengespill eller lotterier i disse loggene.

CNMC opplyser at Medietilsynet om kort tid vil motta en formell tilbakemelding på konsultasjonssaken der det vedlegges vedtak fra nemnden i den spanske mediemyndigheten (Board of the CNMC).

Selv om Medietilsynet avventer det formelle vedtaket fra spanske mediemyndigheter, gir opplysningene i saken grunnlag for å forvente at konsultasjonsprosedyren har ført fram for de to kanalene som er underlagt spansk jurisdiksjon slik at det ikke lenger blir sendt reklame som strider mot norsk lovgivning om lotterier eller pengespill fra disse kanalene.

Medietilsynet har innhentet opptak fra National Geographic (N) for tre tilfeldig valgte dager i uke 50 og 51. På bakgrunn av disse opptakene har tilsynet satt sammen et konstruert døgn som har blitt

kontrollert. Det ble ikke gjort funn av reklamer for pengespill eller lotterier i de kontrollerte sendingene. Medietilsynet har ikke hatt teknisk løsning for å innhente opptak fra FOX (N) på nåværende tidspunkt.

I den gjennomførte kontrollen foretatt av Lotteritilsynet våren 2015, og som er beskrevet i punkt 3.3, ble det registrert 118 reklamer for lotterier eller pengespill uten tillatelse i Norge på FOX (N) i løpet av ett konstruert døgn. Tilsvarende tall for National Geographic (N) var 101.

5. VURDERING AV VIDERE TILTAK

Når det gjelder kanalene som er underlagt spansk jurisdiksjon, og som har innrettet seg etter norsk lovgivning, ansees konsultasjonsprosedyren for å ha vært tilstrekkelig for å at målet er oppnådd. Medietilsynet og Lotteritilsynet har sammen vurdert eventuelle videre tiltak som er mulig innenfor dagens regelverk for å oppnå formålet om å få stoppet den gjenværende reklamen for lotterier og pengespill i strid med norsk lovgivning.

Tilsynene peker nedenfor på potensielle tiltak som sammen eller hver for seg kan bidra til dette formålet. Det understrekes at hvert enkelt tiltak må vurderes nærmere før det eventuelt kan settes i verk.

5.1.Omgåelsesprosedyren

Dersom konsultasjonsprosedyren ikke gir en tilfredsstillende løsning, eller senderlandet ikke har besvart henvendelsen fra Medietilsynet innen to måneder, kan et medlemsland i henhold til AMT-direktivet artikkel 4 (3) gjennomføre «egne tiltak» overfor vedkommende fjernsynsselskap.

Etter kringkastingsloven § 4-5 har Medietilsynet hjemmel til i forskrift eller ved enkeltvedtak å forby videresending av fjernsynskanaler dersom denne er etablert i et annet EØS-land for å omgå bestemmelser som ellers ville ha fått anvendelse dersom fjernsynsselskapet hadde vært etablert i Norge. I Prop. 9 L (2012-2013) *Endringer i kringkastingsloven mv.* punkt 6.4.4 uttaler departementet at også mindre drastiske tiltak enn forbud mot videresending må kunne iverksettes. Dette innebærer at også Medietilsynet vil kunne pålegge sladding av visse reklameavbrudd.

Nærmere prosedyrekrav er nedfelt i kringkastingsforskriften § 4-6. Her fremkommer blant annet at disse ytterligere vilkårene må oppfylles:

- de norske reglene er fastsatt i allmennhetens interesse og tiltakene er objektivt sett nødvendige, anvendes på en måte som sikrer likebehandling og ikke går lengre enn det som er nødvendig for å nå disse målene,
- Norge har underrettet EFTAs overvåkningsorgan (ESA) og den medlemsstat hvor fjernsynsselskapet er etablert om at Medietilsynet har til hensikt å nedlegge forbud mot videresending og begrunnelsen for dette, og
- ESA har slått fast at forbudet er forenelig med EØS-retten og særlig at tiltakene er velbegrunnet

Hensikten om å omgå det norske regelverket skal prøves av ESA. Bevisbyrden for å dokumentere en slik omgåelseshensikt ligger på mottakerlandet. Videre vil det ikke være tilstrekkelig å dokumentere at fjernsynskanalen har etablert seg i senderlandet for å unngå et generelt strengere reguleringsnivå i mottakerlandet. Det må dokumenteres at fjernsynskanalen har etablert seg der for å omgå det konkrete forbudet som brytes. Det vil, etter Medietilsynets vurdering, i slike tilfeller være relevant å vise til selskapets historikk, når de startet opp med sendinger i de ulike kanalene og når de startet opp med reklame for pengespill og lotterier.

Omgåelsesprosedyren har blitt forsøkt benyttet av svenske mediemyndigheter. I brev av 19. desember 2014⁸ underrettet Myndigheten för radio och tv (MRTV) i Sverige EU-kommisjonen om at de ønsket å innlede en omgåelsesprosedyre for brudd på det svenske forbudet mot markedsføring av alkohol. Saken har senere blitt trukket etter anmodning fra EU-kommisjonen. Etter det Medietilsynet er kjent med arbeider nå MRTV med ytterligere dokumentasjon rundt omgåelseshensikten, med sikte på å fremme en ny notifisering til kommisjonen etter AMT-direktivet artikkel 4.

Medietilsynet er ikke kjent med andre land som har påbegynt eller gjennomført omgåelsesprosedyren.

Medietilsynet vil peke på de strenge beviskrav som ligger i omgåelsesprosedyren for å få ESAs godkjenning for at et forbud mot videresending vil være i samsvar med EØS-retten. Gjennomføring av en eventuell omgåelsesprosedyre vil forandre betydelig ressursbruk i forvaltningen, primært hos Medietilsynet, men også hos Lotteritilsynet. Dersom dette tiltaket skal iverksettes i 2016, må dette reflekteres i prioriteringen av tilsynenes øvrige oppgaver.

Sett i lys av det enorme og økende omfanget av pengespillreklame fra utlandet, samt skadevirkninger denne reklamen har på sårbare grupper i Norge, vil Lotteritilsynet peke på at det likevel kan være nødvendig å iverksette omgåelsesprosedyren med sikte på å stanse den ulovlige pengespillreklamen.

AMT-direktivet er under revisjon, og EU-kommisjonen har varslet at det skal fremlegges et forslag til endrede regler i direktivet i løpet av andre kvartal 2016.⁹ Omgåelsesprosedyren etter AMT-direktivet artikkel 4 er en av de bestemmelsene som vurderes i revisjonsarbeidet.

Tilsynene anbefaler på denne bakgrunn at Kulturdepartementet:

- Inntil videre avventer EU-kommisjonens varslede forslag om endringer av AMT-direktivet.
- Deretter vurderer om omgåelsesprosedyren skal benyttes sett i lys av eventuelle endringsforslag fra EU-kommisjonen.

5.2. Vurderinger av regler om sendetid for pengespillreklame

Lotteritilsynet kan, i samarbeid med Medietilsynet, vurdere om det finnes alternative rettslige grunnlag for å stanse den ulovlige pengespillreklamen sendt på TV fra utlandet.

I Storbritannia eksisterer det en egen bransjekode for ansvarlig markedsføring av pengespillreklame på TV.¹⁰ Det følger av bransjekoden at det som hovedregel ikke skal sendes reklame for pengespill før klokken 21.00 om kvelden.

Kartleggingen som ble foretatt under arbeidet med konsultasjonssaken viste at et betydelig omfang av pengespillreklamen fra England ble kringkastet på dagtid og tidlig kveld, når barn og unge ser på TV.

Lotteritilsynet kan, i samarbeid med Medietilsynet, vurdere om det skal tas initiativ overfor bransjeorganisasjonen ansvarlig for bransjekoden og Gambling Commission, med sikte på å opprette dialog og få stanset TV-sendt pengespillreklame som sendes i strid med sendetidsreglene i Storbritannia.

Nederland har også en egen bransjekode som regulerer markedsføring av pengespillreklame på TV.¹¹ Det følger av bransjekoden at det kun kan sendes reklame for pengespill mellom klokken 19.00 og klokken 06.00. Tilsynene fant ikke brudd på denne bransjekoden ved kartleggingen av MTV (N).

8

<http://mrtv.se/documents/underr%c3%a4ttelse%20till%20kommissionen%20och%20ofcom%20i%20enlighet%20med%20artikel%204-4%20i%20avd.pdf>

⁹ <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14103-2015-INIT/en/pdf>

¹⁰

http://www.rga.eu.com/data/files/2015_PR/Gambling_Industry_Code_for_Socially_Responsible_Advertising_-_Final_2nd_Edition_-_August_2015.pdf

¹¹ <https://www.reclamecode.nl/nrc/pagina.asp?paginaID=270%20&deel=2>

I Spania er det regler i en egen bransjekode for når på døgnet reklame for pengespill og lotterier kan sendes. CNMC har videre opplyst at det arbeides med å regulere slik markedsføring av pengespill og lotterier i forskrift¹².

5.3. Videre arbeid med revisjon av AMT-direktivet/ERGA

Som tidligere nevnt skal AMT-direktivet revideres i 2016. Direktivet var ute på offentlig høring denne høsten, med høringsfrist 30. september 2015. Både Kulturdepartementet og Medietilsynet innga høringsvar der det ble uttrykt behov for endringer i omgåelsesprosedyren.

EU-kommisjonen har nedsatt European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA). ERGA skal blant annet bistå EU-kommisjonen med å komme med forslag til endringer i direktivet. Medietilsynet deltar aktivt i fire arbeidsgrupper i regi av ERGA, herunder én arbeidsgruppe som arbeider med gjennomgang av direktivets regler for territoriell jurisdiksjon. Denne arbeidsgruppen gjennomgår også reglene for konsultasjons- og omgåelsesprosedyren.

Medietilsynet ser det som viktig at både regjeringen og den underliggende forvaltningen fortsetter arbeidet inn mot EU for å få gjennomslag for endringer i AMT-direktivet. Dette arbeidet er særlig viktig for å kunne etablere effektive håndhevingsmekanismer overfor fjernsynsselskap som er etablert i andre land, men som retter sendingene sine mot Norge og som sender pengespillreklame som ikke er tillatt etter norsk rett.

5.4. Konsultasjonssaken bringes inn for kontaktutvalget

Etter AMT-direktivet artikkel 4 (2) kan hver av medlemsstatene anmode kontaktutvalget, som er nedsatt i henhold til artikkel 29, om å undersøke saken. En av kontaktutvalgets oppgaver er å «*lette en effektiv gjennomføring av dette direktiv ved regelmessig samråd om konkrete problemer som måtte oppstå ved anvendelsen*» jfr. artikkel 29 nr. 2 a.

Kulturdepartementet er representert i ovennevnte kontaktutvalg, og det foreslås at departementet vurderer hvorvidt det kan være hensiktsmessig å legge frem konsultasjonssaken og de konkrete utfordringene knyttet til grenseoverskridende pengespillreklame til drøftelse i dette utvalget.

Med hilsen

Gudbrand Guthus
direktør for konsesjon og tilsyn

Linda Andersen
seniorrådgiver

[Dette dokumentet er elektronisk godkjent og trenger derfor ikke underskrift](#)

Kopi til:

Lotteri- og stiftelsestilsynet
Lotteri- og stiftelsestilsynet

Postboks 800
Postboks 800

6805 FØRDE
6805 FØRDE

¹² Royal Decree