



STORTINGET

Innst. 461 L

(2020–2021)

Innstilling til Stortinget
fra familie- og kulturkomiteen

Prop. 134 L (2020–2021)

Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om Endringer i markedsføringsloven mv. (merking av retusjert reklame)

Til Stortinget

Sammendrag

I proposisjonen legger Barne- og familiedepartementet frem forslag til endringer i markedsføringsloven. Formålet er å bidra til å redusere kroppspresset i samfunnet som kan tilskrives idealiserte personer i reklame.

Som bakgrunn for lovforslaget vises det bl.a. til to anmodningsvedtak Stortinget fattet 6. juni 2018, anmodningsvedtak nr. 852 (2017–2018) og anmodningsvedtak nr. 853 (2017–2018), jf. Dokument 8:187 S (2017–2018) og Innst. 344 S (2017–2018).

Departementet sendte 2. desember 2019 et notat med forslag til oppfølging av anmodningsvedtakene. I proposisjonen er høringsinstansenes syn gjort rede for og vurdert.

I proposisjonen foreslås det å innføre en plikt til å merke retusjert eller på annen måte manipulert reklame, når manipuleringen medfører at kroppen til personer i reklamen avviker fra virkeligheten. Merkekravet gjelder endringer i kroppsfasong, størrelse eller hud.

Forslaget om å lovfeste en plikt til å merke reklame, der personene i reklamen avviker fra virkeligheten, har fått bred støtte av høringsinstansene. Flere instanser mener at frivillige merkeordninger ikke er tilstrekkelig. Også erfaring fra andre land viser det samme.

Etter departementets syn bør et krav om merking være en del av kravet til god markedsføringsskikk. Departementet foreslår å innta kravet til merking av reklame i markedsføringsloven § 2 andre ledd som allerede inneholder krav til annonsør og den som utformer reklame. Det er nærliggende at ytterligere krav til samme pliktsubjekter inntas i samme ledd.

Departementet foreslår at det i markedsføringsloven § 2 også inntas en forskriftshjemmel om nærmere krav til merking. Unntak fra den generelle merkeplikten vil fremgå av forskriften.

Departementet foreslår at Forbrukertilsynet og Markedsrådet skal håndheve merkekravet etter markedsføringslovens alminnelige regler.

Etter departementets vurdering vil en adgang til å ilagge overtredelsesgebyr skjerpe oppmerksomheten rundt regelverket, og ha en oppdragende effekt. Departementet foreslår at det innføres en adgang til å sanksjonere overtredelse av et merkekrav også med overtredelsesgebyr. Forslaget innebærer at markedsføringsloven § 42 første ledd må endres.

Videre foreslås det at ordene «eller bidrar til kroppspres» inntas i markedsføringsloven § 21 bokstav b som et vurderingskriterium når det skal avgjøres om reklame rettet mot barn strider mot god markedsføringsskikk. Etter departementets vurdering vil kriteriet kunne fange opp uønsket markedsføring, og som ikke dekkes av de gjeldende kriteriene «spiller på sosial usikkerhet, dårlig samvittighet eller dårlig selvtillit».

I proposisjonen beskrives en rekke supplerende tiltak som kan bidra til å redusere kroppspresset, herunder forsøk på å stimulere til mangfold i reklamen og holdningsskapende arbeid.

Det foreslås også en endring av pakkereiseloven som ikke har materiell betydning.

Økonomiske og administrative konsekvenser av lovforslagene for næringsdrivende og det offentlige er redegjort for i proposisjonen.

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Trond Giske, Kari Henriksen og Anette Trettebergstuen, fra Høyre, Marianne Haukland, lederen Kristin Ørmen Johnsen og Tage Pettersen, fra Fremskrittspartiet, Himanshu Gulati og Silje Hjemdal, fra Senterpartiet, Olav Urbø, fra Sosialistisk Venstreparti, Freddy André Øvstegård, og fra Kristelig Folkeparti, Jorunn Gleditsch Lossius, viser til Prop. 134 L (2020–2021) som omhandler endringer i markedsføringsloven for å innføre plikt til å merke retusjert reklame mv. Komiteen viser til at proposisjonen er en oppfølging av to anmodningsvedtak Stortinget fattet 6. juni 2018, anmodningsvedtak nr. 852 (2017–2018) og anmodningsvedtak nr. 853 (2017–2018), jf. Dokument 8:187 S (2017–2018) og Innst. 344 S (2017–2018).

Komiteen peker på rapporten fra 2018, Prosjekt perfekt fra Press Redd Barnas Ungdom, som viser at 43 pst. av alle som deltok i undersøkelsen, var enig i at de kjenner på kroppspress i sin egen hverdag. Komiteen viser til at rapporten var viktig i begrunnelsen for Stortingets anmodningsvedtak i 2018. Komiteen viser videre til rapporten Barn og medier (2020) fra Medietilsynet og rapporten Retusjert reklame og kroppspress fra Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), som viser sammenhenger mellom reklame, kroppspress og psykisk helse.

Komiteen viser til at det i proposisjonen foreslås å innføre en plikt til å merke retusjert eller på annen måte manipulert reklame, når manipuleringen medfører at kroppen til personer i reklamen avviker fra virkeligheten. Merkeplikten skal være en del av kravet til god markedsføringsskikk. Komiteen viser til at det i proposisjonen videre foreslås en forskriftshjemmel om nærmere krav til merking, at Forbrukertilsynet og Markedsrådet skal håndheve merkekravet, at kroppspress inkluderes som et kriterium for vurdering av god markedsføringsskikk, og en rekke supplerende tiltak for å redusere kroppspresset.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, viser til at proposisjonens innhold mottok brei støtte i høringsrunden, og at innføring av merking av retusjert reklame har vært et viktig krav fra en bred koalisjon av ungdomsorganisasjoner og ungdomspartier gjennom flere år.

Komiteen viser til at man i Ot.prp. nr. 55 (2007–2008) om markedsføringsloven mente at markedsføring rettet mot barn og som bidro til kroppspress, var dekket av ordlyden i lovens § 21 bokstav b, og at man av den grunn ikke tok inn en mer eksplisitt ordlyd den gangen. Komiteen støtter at man nå tar inn «bidrar til kroppspress» i denne paragrafen av pedagogiske grunner, og for å redusere tvil hos den enkelte annonsør om hvorvidt deres markedsføring rammes av forbudet i § 2 om urimelig markedsføring.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet deler intensjonen om å forebygge kroppspress i samfunnet. Disse medlemmer mener imidlertid at forslaget er et uforholdsmessig inngrep sammenlignet med antatt effekt av tiltakene, og mener at det finnes mer hensiktsmessige måter å bekjempe kroppspress, spiseforstyrrelser og andre relaterte utfordringer på.

Komiteens tilråding

Komiteens tilråding I fremmes av Arbeiderpartiet, Høyre, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti, tilråding II og III fremmes av en samlet komité.

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til proposisjonen og rår Stortinget til å gjøre følgende

vedtak til lov

om endringer i markedsføringsloven mv. (merking av retusjert reklame)

I

I lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. gjøres følgende endringer:

§ 2 andre ledd nytt andre og tredje punktum skal lyde: Annonsør og den som utformer reklame, skal videre sørge for at reklamen der en kropps fasong, størrelse eller hud er endret ved retusjering eller annen manipulering, skal merkes. Departementet gir i forskrift nærmere bestemmelser om hvordan reklamen skal merkes, og om unntak fra merkeplikten.

§ 21 bokstav b skal lyde:

b) spiller på sosial usikkerhet, dårlig *samvittighet*, *dårlig selvtillit* eller *bidrar til kroppspress*,

§ 35 andre ledd andre punktum skal lyde:

Tilsynet etter § 2 annet ledd *første punktum* skjer likevel ut fra hensynet til likestilling mellom kjønnene, særlig med vekt på hvordan kvinner fremstilles.

§ 42 første ledd første punktum skal lyde:

Ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av § 2 *annet ledd annet punktum*, § 6, § 10, § 11, § 12, § 13, § 13 a, § 14 første ledd, § 15, § 16, § 16 a første ledd bokstav a, § 17, § 18, § 20 annet ledd eller av forskrift i medhold av § 6 femte ledd eller § 10, som anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, kan det *fastsettes* et overtredelsesgebyr som den som vedtaket retter seg mot, skal betale.

II

I lov 15. juni 2018 nr. 32 om pakkereiser og reisegaranti mv. gjøres følge endringer:

§ 24 andre og tredje ledd oppheves.

III

Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer. Endringene i lovens del II av lov 15. juni 2018 nr. 32 om pakkereiser og reisegaranti mv. trer likevel i kraft straks.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 18. mai 2021

Kristin Ørmen Johnsen

leder

Freddy André Øvstegård

ordfører

