

17.08.2022  
2022027/CHJ

**GRAKOM**  
Kommunikationsindustrien

**off**

Dansk Fotografisk Forening  
– en del af GRAKOM



Sikkerhedsstyrelsen

[sik@sik.dk](mailto:sik@sik.dk)

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

[tma@kfst.dk](mailto:tma@kfst.dk)

## Forslag om obligatorisk mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder

GRAKOM, Creative Club og Dansk Fotografisk Forening kan ikke støtte forslaget om en obligatorisk mærkningsordning for retoucherede reklamebilleder som sendt i høring 5. juli 2022.

Forslaget synes at bygge på en forkert antagelse om, at forbrugerne ikke er bekendt med anvendelsen af retoucherede reklamebilleder. Dette på trods af, at det af forslaget fremgår, at 38 % af alle piger i 9. klasse selv redigerer deres billeder, inden de lægger dem på sociale medier.

Ordnningen vil ikke forhindre, at forbrugere, herunder pigerne i 9. klasse, udsættes for reklamebilleder, der kan bidrage til mindreværdsførelser og dårligt selvværd. Dels vil et mærket reklamebillede ikke indeholde oplysninger om, hvordan billedet er retoucheret. Dels vil et ikke-mærket reklamebillede styrke billedets bidrag til det dårlige selvværd, idet forbrugeren må formode, at billedet netop ikke er retoucheret.

Den danske grundskole styrker elevernes kritiske tilgang til bl.a. reklamer. Det synes mere oplagt at intensivere dette arbejde for at indfri forslagets formål.

De fleste retoucherede billeder, vi eksponeres for, vil ikke være omfattet af ordningen. Private billeder, pressefotos, TV-serier og film vil således ikke være omfattet.

Forslaget vil ikke have nogen effekt i forhold til gennemsigtigheden på sociale medier, internettet og videodelingstjenester fra udenlandske afsendere, enten fordi forholdet er omfattet af afsenderlandsprincippet, eller fordi de danske tilsynsmyndigheder reelt ikke kan forfølge de udenlandske erhvervsdrivende.

GRAKOM frygter derfor, at ordningen ikke vil tjene dens formål men i stedet skade dansk erhvervsliv og svække Forbrugerombudsmandens arbejde for at beskytte danske forbrugere.

Forslaget vil skævvride konkurrencen mellem danskproduceret reklame for det danske marked og reklame produceret af udenlandske producenter og leverandører for det globale marked.

Forslaget er endnu et eksempel på dansk enegang i EU. Forslaget modarbejder EU's bestræbelser på at sikre et fælles marked for varer og tjenesteydelser med harmoniserede regler om forbrugerbeskyttelse. Forslaget går endog helt unødigt videre end de franske regler om "Photographie retouchée", ligesom ordningen ikke står i rimeligt forhold til formålet og giver anledning til forskelsbehandling.

En eventuel regulering af området bør ske gennem regler gældende for hele EU.

Venlig hilsen



Thomas Torp  
Adm. direktør