

Veileder for produktplassing i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester

Veileder for produktplassering i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester

Medietilsynet har utarbeidet denne veilederen for at det skal være lettere for kringkastere og tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester å praktisere bruk av produktplassering i tråd med gjeldende regler.

Produktplassering er tillatt i:

- Filmer
- Fiksjonsbaserte serier
- Sportsprogrammer
- Lette underholdningsprogrammer

I alle andre programkategorier er produktplassering forbudt. Dette omfatter blant annet:

- Programmer rettet mot barn
- Nyhetsprogrammer
- Aktualitetsprogrammer
- Dokumentarer
- Overføring av gudstjenester

Det er heller ikke tillatt med produktplassering i programmer som er produsert av eller for NRK eller NRK-tilknyttede foretak. NRK kan likevel vise programmer som inneholder produktplassering dersom virksomheten selv verken har produsert eller bestilt produksjonen, for eksempel innkjøpte utenlandske spillefilmer. I slike tilfeller gjelder ikke krav om merking.

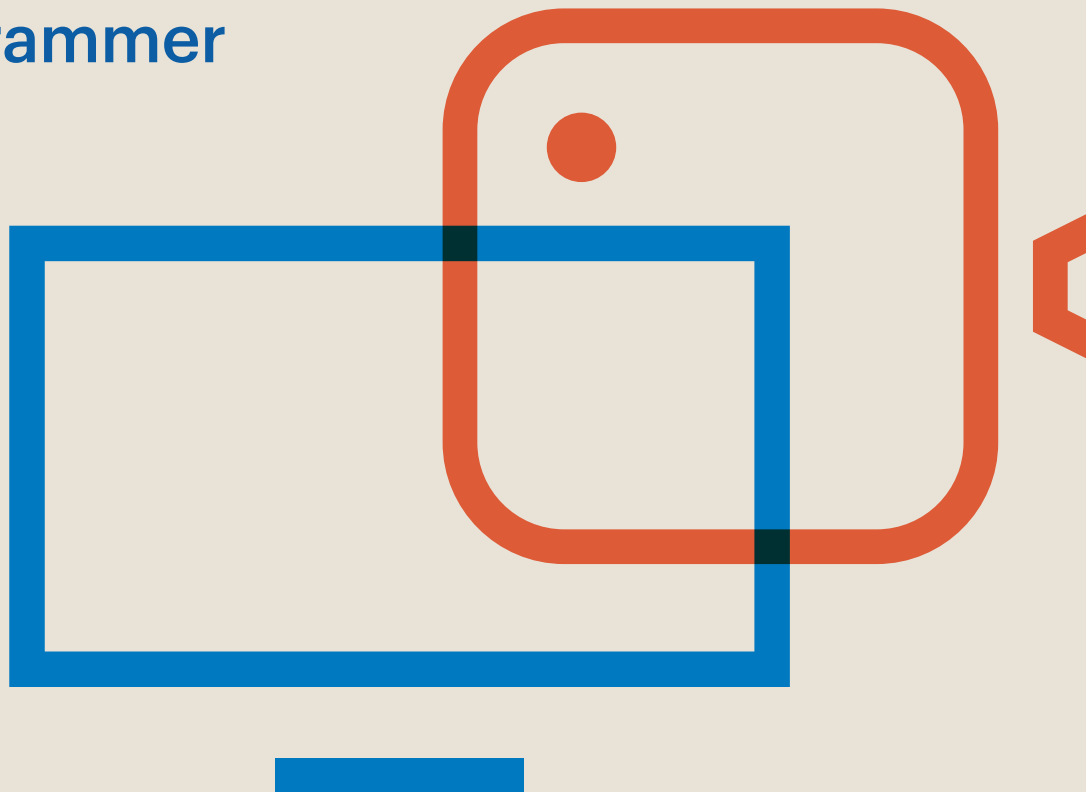
Vurdering av programkategori



En vurdering av hvilken kategori et program tilhører bør ikke utelukkende baseres på programmets sjangermessige kategorisering, men også på dets faktiske innhold. Det er da ikke nødvendigvis temaet i seg selv som er avgjørende, men hvordan temaet behandles i programmet. De viktigste momentene som inngår i en slik vurdering er:

- Hvorvidt programmets innhold er av meningsbærende karakter
- Hvilken grad programmets innhold stiller krav til journalistisk integritet og troverdighet, slik at et skarpt skille mellom redaksjonelt og kommersielt innhold blir spesielt viktig
- Hvorvidt den redaksjonelle uavhengigheten er tilstrekkelig ivaretatt

Sportsprogrammer

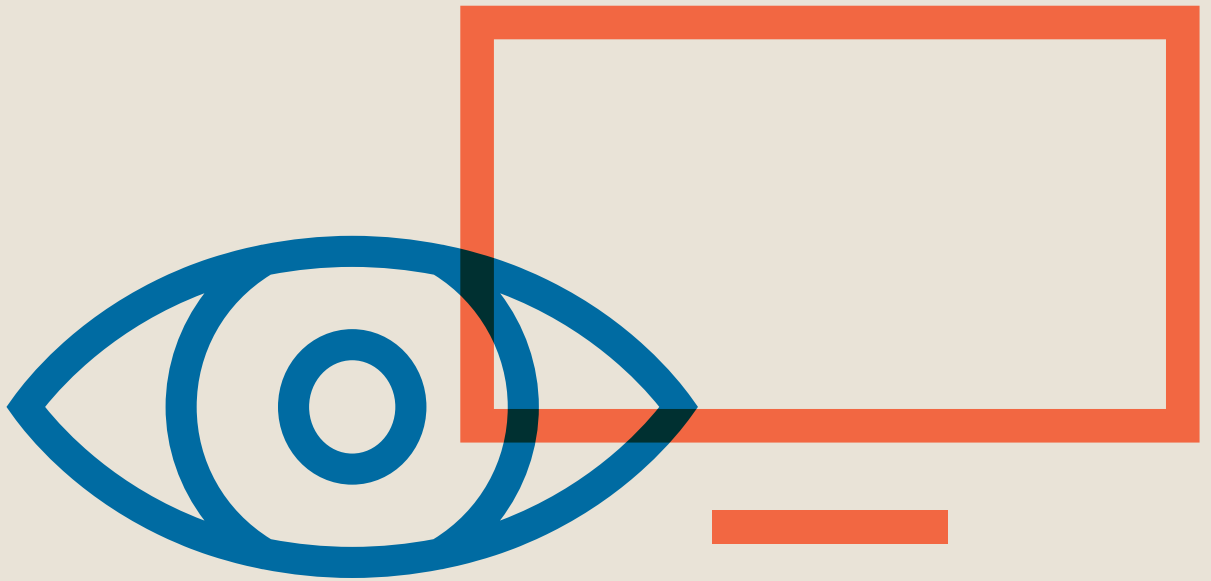


Sendinger om sport kan omfatte både nyhetssendinger om sport og dekning av sportsbegivenheter med studioseanser eller innslag fra arenaen der begivenheten diskuteres og analyseres, ofte med intervjuer og kommentarer.

I utgangspunktet er det tillatt med produktplassering i disse formene for sportsprogrammer. Eksempler på sportsprogram er Premier League (Sumo) og Foppall (VGTV).

Dersom det aktuelle programmet først og fremst er et nyhets- eller aktualitetsprogram, men hvor temaet er sport, kan programmet ikke inneholde produktplassering. Et eksempel på slike program kan være ordinære nyhetssendinger som utvikles under et større mesterskap som for eksempel OL. Et slikt program må som hovedregel betraktes som nyhetsprogram, selv om det inneholder sportsnyheter fra mesterskapet.

Lette underholdningsprogrammer



I kategorien «lette underholdningsprogrammer» inngår blant annet spørrekonkurranser, reality-programmer, talkshows, musikkprogrammer og lignende.

Eksempler på lette underholdningsprogrammer hvor Medietilsynet anser at produktplassering er tillatt, er Senkveld (TV 2), Farmen (TV 2), En kveld hos Kloppen (TV 2), Tid for hjem (TV 2), Sinnasnekkern (TVN), Fire stjerners middag (TVN), 71 grader Nord (TVN), Neste sommer (TVN), Helt perfekt (TVN), Panelet (VGTV) og Spårtsklubben (VGTV).

Programmer som inneholder elementer fra flere kategorier



Det kan oppstå tvilstilfeller når det skal vurderes hvilken kategori et program tilhører. Dette gjelder spesielt programmer som inneholder elementer fra programkategorier der det ikke er tillatt med produktplassering. Dagens regler åpner ikke for å merke enkeltinnslag eller enkeltelementer med produktplassering, slik som er tillatt for identifisering av sponsor. Vurderingen av om produktplasseringen er tillatt må derfor gjøres for hele programmet.

Medietilsynet ser at det kan være særlig vanskelig å skille mellom kategoriene lett underholdning og aktualitet i programmer som inneholder nyhetsstoff, politikk eller samfunnsspørsmål, i tillegg til lett underholdningsstoff.

Er innholdet av en slik art at det innebærer særskilte krav til journalistisk integritet og troverdighet, blir det spesielt viktig å opprettholde et skarpt skille mellom redaksjonelt og kommersielt innhold. Eksempler på slikt innhold kan

være kommentarer, analyser, debatt og kritisk søkelys på dagsaktuelle samfunnsspørsmål eller begivenheter, samt innhold som tar sikte på å sette ny dagsorden.

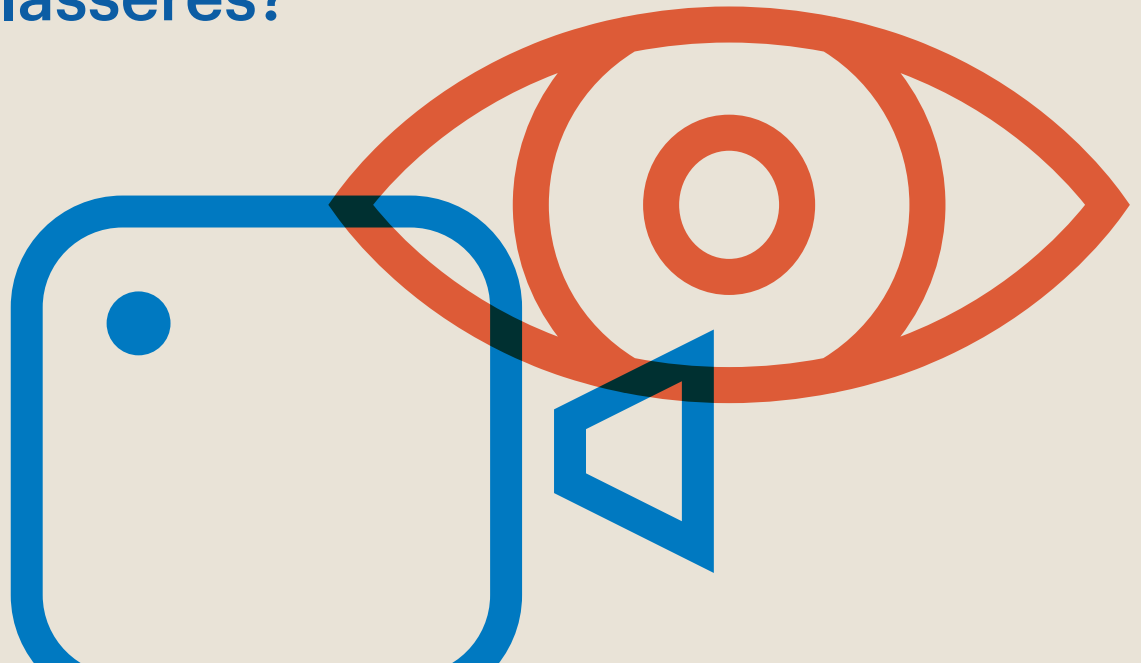
Når programkategori skal vurderes, er også formålet med programmet, slik det fremstår for seerne, relevant. Dersom formålet er å underholde, vil dette gjerne reflekteres i måten temaene behandles på. Programmer som benytter humor eller andre elementer for å skape en lett tone, en følelse av avslapning eller en «feel-good» stemning vil ofte være lette underholdningsprogrammer.

I program som har elementer fra programkategorier der produktplassering ikke er tillatt, skal det lite til før produktplassering er forbudt i programmet. For eksempel vil det ikke være tillatt med produktplassering i program som har innslag av politiske analyser av dagsaktuelle temaer, selv om disse innslagene kun utgjør en liten andel av programmet som helhet.

Et eksempel på et lett underholdningsprogram som behandler nyhets- og aktualitetsstoff med intensjon om å underholde er Senkveld (TV 2). Et eksempel på et aktualitetsprogram som behandler nyhets- og aktualitetsstoff med intensjon om å opplyse og informere er Debatten (NRK).

Det kan også oppstå grensetilfeller mellom programkategoriene dokumentar og lett underholdning. De samme vurderings-temaene som nevnt ovenfor gjelder også i disse tilfellene. Eksempel på en dokumentar der produktplassering ikke er tillatt, er Vårt lille land (TV 2).

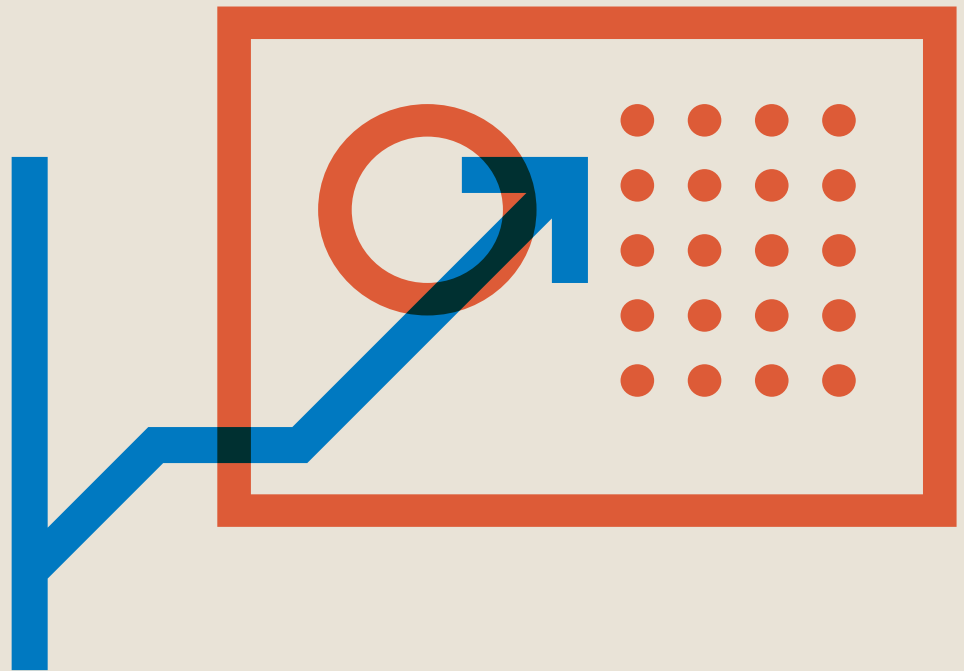
Hvilke produkter kan ikke produktplasseres?



Det er ikke lov å produktplassere produkter eller tjenester som det er forbudt å reklamere for etter norsk lov. Dette gjelder blant annet følgende produkter, tjenester og foretak som har som hovedvirksomhet å fremstille eller selge disse produktene eller tjenestene:

- Tobakksvarer og sigaretter eller produktplassering for sigaretter og andre tobakksvarer
- Legemidler og medisinsk behandling som er reseptpliktig
- Alkoholholdige drikker
- Våpen, modeller av våpen og leketøysutgaver av våpen
- Produkter eller tjenester som er av særlig interesse for barn, som for eksempel leketøy
- Produktplassering finansiert av politiske partiorganisasjoner
- Lotterier eller pengespill fra aktører som ikke har tillatelse fra Lotteri- og stiftelsestilsynet

Hvordan produktplasseringen skal fremstå

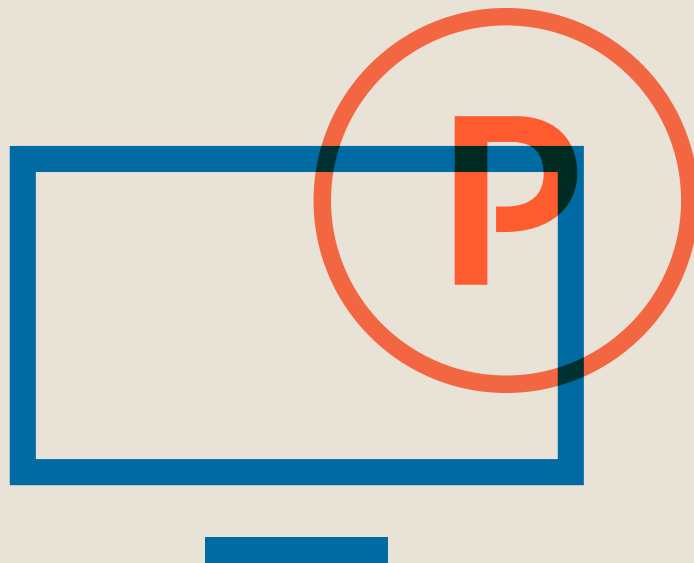


Produktplasseringen skal ikke direkte oppfordre til kjøp eller leie av varer eller tjenester, det vil si at informasjonen ikke kan inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til slike varer eller tjenester. Salgsfremmende henvisninger kan f.eks. være positive beskrivelser av produktets egenskaper, informasjon om pris, utsalgssted og så videre.

Produktplasseringen skal heller ikke gi varen, tjenesten eller varemerket en unødig fremtredende rolle. I denne sammenheng er det viktig å være oppmerksom på bruken av virkemidler som overdreven hyppighet og varighet på fremvisningen, fokus, zooming, dveling, vinkling eller annet som kan medføre at produktplasseringen oppleves som påtrengende eller forstyrrende.

I noen tilfeller kan det oppstå spørsmål om grensen mellom program med produktplassering og rene reklamefilmer. Dersom produktet eller omtalen av produktet har hovedfokus i programmet, eller er selve temaet for programmet, kan programmet betraktes som en reklamefilm som må plasseres i reklameblokka.

Tydelig merking



Programmer med produktplassering skal merkes slik at seerne blir gjort oppmerksomme på at de blir utsatt for kommersiell påvirkning. Merkingen skal gjøres ved programmets start, slutt og etter reklameavbrudd.

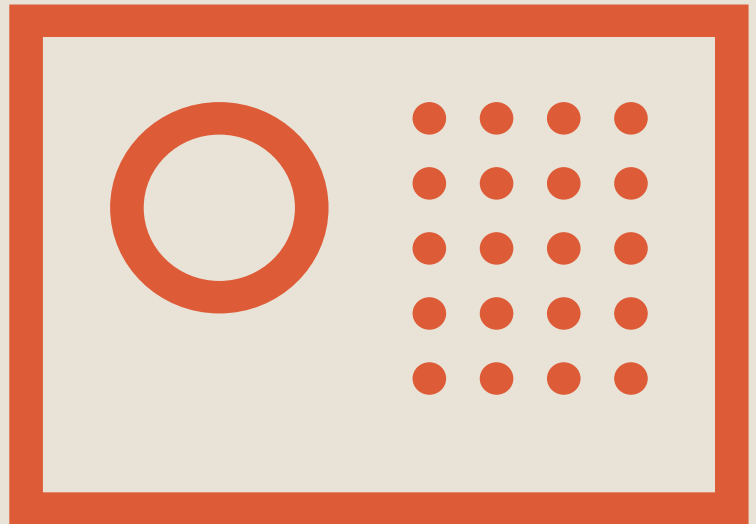
Merkingen skal være tydelig. Dette innebærer blant annet at den ikke skal legges oppå eller under annen tekst eller andre elementer i skjermbildet som gjør det vanskelig å oppfatte innholdet i merkingen. Det skal også være tilstrekkelig kontrast mellom teksten og bakgrunnen. Dette for at teksten skal være lett synlig og komme tydelig frem. Merkingen må også være i en fontstørrelse som gjør den synlig og lesbar for TV-seeren.

Merkingen må bli stående lenge nok i skjermbildet til at seeren registrerer informasjonen. Etter tilsynets vurdering innebærer dette at merkingen må vare minimum seks sekunder.

Programmene bør merkes med: «P inneholder produktplassering». Medietilsynet mener det er mest hensiktsmessig å inkludere tilleggsteksten «inneholder produktplassering» for å opplyse publikum om hva merkingen betyr. Symbol for merking av produktplassering ligger tilgjengelig på Medietilsynets nettsted, og kan [lastes ned og benyttes fritt](#).

Finner du ikke svar på spørsmålene dine her, se www.medietilsynet.no eller ta kontakt med oss på telefon 69 30 12 00 eller post@medietilsynet.no.

Særlig om produktplassering på radio



Temaene som er beskrevet ovenfor i denne veilederen gjelder så langt det passer også for radio. I tillegg gjelder følgende spesielt for radio:

For å gjøre lytterne oppmerksom på at et program inneholder produktplassering, må programmet merkes med følgende tydelige voice: «Programmet inneholder produktplassering». Voicen kan gjerne også suppleres med et fast lydsignal så lenge hensikten er å tydeliggjøre at programmet inneholder produktplassering.

På radio er ofte programflatene lange. For at lyttere som kommer til underveis skal få med seg at det pågående programmet inneholder produktplassering, er kravet om merking etter reklameavbrudd ekstra viktig å etterleve. Les om kravet under punktet «Tydelig merking» ovenfor. Dersom det aktuelle programmet ikke har reklameavbrudd, bør det minimum hver halvtime opplyses om at programmet inneholder produktplassering.

Noen eksempler på produktplassering i radio kan være:

Ulike former for «mentions»:

«Jeg har tatt meg en Tine yoghurt på morgenkvisten.»

«Jeg stakk innom Kaffebrenneriet og kjøpte kaffe til alle.»

«Noen som har smakt den nye vegetar-middagen fra Fjordland? Den skal jeg prøve i dag.»

Sendingen finner sted i lokalene til en kommersiell samarbeidspartner:

Dette kan omtales i sendingen.

Et arrangement (konsert, festival, teater etc):

Kan omtales i sendingen.

Alle typer omtale må vurderes opp mot rammene for hvordan produktplasseringen kan fremstå (se tidligere punkter i denne veilederen).

Produktplassering innebærer at produktet, tjenesten eller varemerket inngår eller vises til i et program. Med program menes et redaksjonelt program som i utgangspunktet omhandler noe annet. Produktplasseringen kan altså «integreres» i programmet.

Dersom produktet, tjenesten eller varemerket utgjør selve temaet for programmet eller et innslag, vil det fort kunne fremstå som et reklameinnslag – som skal plasseres i reklameblokken.

Det foreligger lite praksis når det gjelder produktplassering på radio. Ta kontakt med Medietilsynet for råd dersom du er usikker på om en planlagt plassering av et produkt, tjeneste eller varemerke er i tråd med regelverket.

Lovtekst – kringkastingsloven

§ 3-6. Produktplassering i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester

Produktplassering i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester er forbudt med de unntak som følger av tredje ledd.

Med produktplassering menes at en vare, tjeneste eller et varemerke inngår i, eller vises til i et program mot betaling eller liknende vederlag for direkte eller indirekte å fremme varer, tjenester eller omdømmet til en fysisk eller juridisk person. Gratis levering av varer eller tjenester som ikke har en betydelig verdi regnes ikke som produktplassering.

På de vilkår som fremgår av § 3-7 skal produktplassering være tillatt i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester i filmer, fiksjonsbaserte serier, sportsprogrammer og lette underholdningsprogrammer med unntak av programmer som er særlig rettet mot barn.

Adgangen etter tredje ledd omfatter ikke programmer som er produsert eller bestilt av NRK eller tilknyttede foretak.

Kongen kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om produktplassering.

§ 3-7. Krav til programmer som inneholder produktplassering

Programmer som inneholder produktplassering, skal oppfylle følgende krav:

a) Programmets innhold og fastsetting av sendetid skal ikke under noen omstendigheter påvirkes på en slik måte at det innvirker på ansvaret og den redaksjonelle uavhengigheten til tilbydereren av medietjenesten.

b) Produktplasseringen skal ikke direkte oppfordre til kjøp eller leie av varer eller tjenester, herunder ved å inneholde spesielle

salgsfremmende henvisninger til slike varer eller tjenester.

c) Produktplassering skal ikke gi vedkommende vare eller tjeneste en unødig fremtredende rolle.

d) For å unngå at seerne villedes skal programmer som inneholder produktplassering identifiseres på en tydelig og nøytral måte ved begynnelsen og slutten av programmet, samt når programmet fortsetter etter et reklameavbrudd.

e) Programmer som er produsert eller bestilt av tjenestetilbydere underlagt norsk jurisdiksjon eller tilknyttede foretak, kan ikke inneholde produktplassering av produkter eller tjenester som er av særlig interesse for barn eller av våpen, modeller av våpen eller leketøysutgaver av våpen.

f) Programmer som er produsert eller bestilt av kringkastingsforetak underlagt norsk jurisdiksjon eller tilknyttede foretak, kan ikke inneholde produktplassering finansiert av politiske parti-organisasjoner.

Kravet i bokstav d) gjelder ikke for programmer som verken er produsert eller bestilt av tjenestetilbyderen eller tilknyttede foretak.

Kontakt

www.medietilsynet.no

www.facebook.com/medietilsynet

www.twitter.com/medietilsynet

post@medietilsynet.no

ISBN 978-82-91977-57-7

