

VEILEDER
PRODUKTPLOSSERING
I KRINGKASTING OG
AUDIOVISUELLE
BESTILLINGSTJENESTER
:MARS 2014



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Kringkastingsloven åpner for at produktplassering kan tillates i visse programkategorier. I denne veilederen vil det bli gitt en kortfattet oversikt over det aktuelle regelverket i kringkastingsloven, og enkelte retningslinjer for hvordan regelverket skal forstås. Medietilsynet har utarbeidet veilederen for at det skal være lettere for kringkastere og tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester å praktisere bruk av produktplassering i tråd med gjeldende regler.

Regelverket om produktplassering er nytt, og det er lite forvaltningspraksis på området. Medietilsynet tar derfor sikte på at veilederen skal være dynamisk. Den revideres og utfylles med vurderinger og konkrete eksempler etter hvert som nye problemstillinger dukker opp, eller når avklaringer blir foretatt gjennom praksis.

PRODUKTPLASSERING ER TILLATT I

- ▶ Filmer
- ▶ Fiksjonsbaserte serier
- ▶ Sportsprogrammer
- ▶ Lette underholdningsprogrammer

DET ER IKKE TILLATT MED PRODUKTPLASSERING I

- ▶ Programmer rettet mot barn
- ▶ Nyhetsprogrammer
- ▶ Aktualitetsprogrammer
- ▶ Dokumentarer
- ▶ Religiøse programmer

Det er heller ikke tillatt med produktplassering i programmer som er produsert av eller for NRK eller tilknyttede foretak. NRK kan likevel vise programmer som inneholder produktplassering dersom de selv verken har produsert eller bestilt produksjonen, for eksempel innkjøpte utenlandske spillefilmer.

GRENSENE MELLOM PROGRAMKATEGORIER

Avgrensningen mot programkategorier hvor produktplassering ikke er tillatt, vil skje gjennom Medietilsynets praksis. Tilsynet har foreløpig begrenset praksis å vise til, men har likevel noen betraktninger som kan være veiledende.

En vurdering av hvilken kategori et program tilhører bør ikke utelukkende baseres på programmets sjangermessige kategorisering, men også på dets faktiske innhold. I denne sammenhengen er det avgjørende hvordan et tema blir behandlet i programmet, og ikke temaet i seg selv. Punkter som bør inngå i en slik vurdering vil blant annet være:

- ▶ Hvorvidt programmet er av en meningsbærende karakter
- ▶ Graden av journalistisk behandling av innholdet
- ▶ I hvilken grad programmet 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 iverksatt

LETTE UNDERHOLDNINGSPROGRAMMER

I kategorien «lette underholdningsprogrammer» inngår blant annet spørrekonkurranser, reality-programmer, talkshows, musikkprogram og lignende. Medietilsynet ser at det kan være grensetilfeller i denne kategorien. Det gjelder spesielt talkshows som tar opp temaer som nyheter, politikk og samfunnsspørsmål, men som først og fremst har til hensikt å underholde, for eksempel ved bruk av humor som virkemiddel. Eksempler på lettere underholdningsprogrammer hvor Medietilsynet anser at produktplassering vil være tillatt er Senkveld (TV 2), Fire stjerners middag (TVNorge) og Tørnquist Show (VGTV).

NÆRMERE OM «DOKUMENTARER»

Produktplassering i dokumentarer er i utgangspunktet forbudt. Grunnen er at denne programkategorien vil normalt stille store krav til journalistisk integritet og troverdighet. Grensen mellom dokumentarer og programkategorier der produktplassering er tillatt, kan i enkelte tilfeller være uklar. For eksempel kan et program der et tv-team følger en kjent persons hverdag, fremstå både som et lett underholdningsprogram og en dokumentar. Ettersom det kan være vanskelig å sette klare grenser for de forskjellige kategoriene, vil det her måtte foretas en skjønnsmessig vurdering av det enkelte program etter samme kriterier som nevnt over.

1:

2:



SPORTSPROGRAMMER

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

I utgangspunktet vil det være tillatt med produktplassering i disse formene for sportsprogrammer.

I de tilfeller hvor det kan reises tvil om det aktuelle programmet er et sportsprogram eller et nyhets-/aktualitetsprogram, vil det måtte gjøres en skjønnsmessig vurdering basert på kriteriene nevnt under avsnittet om grenser mellom programkategorier.

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

HVILKE PRODUKTER KAN IKKE PRODUKTPLASSERES?

Generell regel: Det er ikke tillatt å produktplassere produkter eller tjenester som det er forbudt å reklamere for etter norsk lov. Programmer kan derfor ikke inneholde produktplassering av blant annet følgende produkter og tjenester:

- ▶ Tobakksvarer og sigaretter eller produktplassering for foretak som har som hovedvirksomhet å fremstille eller selge sigaretter og andre tobakksvarer
- ▶ Legemidler og medisinsk behandling som er reseptpliktig
- ▶ Reseptfrie legemidler (forbudet gjelder fjernsyn, ikke audiovisuelle bestillingstjenester)
- ▶ 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

3:

HVORDAN PRODUKTPLASSERINGEN SKAL FREMSTÅ

Produktplasseringen skal ikke direkte oppfordre til kjøp eller leie av varer eller tjenester, det vil si ved å inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til slike varer eller tjenester.

Salgsfremmende henvisninger kan for eksempel 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 kan medføre at produktplasseringen oppleves som påtrengende eller forstyrrende. Eksempler kan være overdreven hyppighet og varighet på fremvisningen, fokus, zooming, dveling, vinkling og lignende.

TYDELIG MERKING

Seere skal bli gjort oppmerksomme på at de blir utsatt for kommersiell påvirkning. Det er derfor et krav at programmer som inneholder produktplassering skal merkes. Dette gjelder både 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 tekst og bakgrunn. Dette for at teksten skal være lett synlig og komme tydelig frem.
- ▶ Videre skal merkingen bli stående lenge nok i skjermbildet til at seeren registrerer informasjonen. Etter tilsynets vurdering innebærer dette minimum fire sekunder.
- ▶ Det er vanlig å merke programmene med: «P inneholder produktplassering». Medietilsynet mener dette er en hensiktsmessig måte å merke programmene på, og mener tilleggsinformasjonen «inneholder produktplassering» foreløpig bør inngå i merkingen for å opplyse publikum om hva merkingen betyr.

4:



LOVTEKST

§ 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 fjernsyn 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.



5:

§ 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 fjernsynsforetak underlagt norsk jurisdiksjon eller tilknyttede foretak, kan ikke inneholde produktplassering finansiert av politiske partiorganisasjoner.

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

6:



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY