



Info

Parlamentet vedtager regler for TV-reklamer og produktplacering

Reklamer skal være tilladt hver halve time i film og forskellige andre typer programmer i fjernsynet. Til gengæld skal produktplacering kun være tilladt i begrænset omfang. Det vedtog Europa-Parlamentet onsdag i førstebehandlingen af de nye europæiske regler for bl.a. reklamer og produktplacering i audiovisuelle medier. De er dog tale om minimumsregler, som landene selv kan gøre strammere.

De nye regler, som Parlamentet stemte om, fastlægger retningslinjer i forhold til annoncering i de europæiske tv-stationer i Europa. Det er det gamle direktiv 'TV uden grænser' fra 1997, (nu Direktivet om Audiovisuelle medietjenester) der skal opdateres, så det passer til udviklingen i den audiovisuelle teknologi, især i forhold til at sikre, at det ikke længere er mediets form, der afgør reglerne.

Kommissionens forslag til det nye direktiv for audiovisuelle medie-tjenester har til formål at sikre lige konkurrencevilkår for de europæiske virksomheder og tjenester inden for informationsteknologi og medier. Under det ligger dog også et ønske om at tilpasse reglerne til den nye teknologi, da det tidligere direktiv f.eks. ikke dækkede digitalt tv.

Der vil også blive skelnet mellem to forskellige typer audiovisuelle tjenester. På den ene side de tjenester, der ligner traditionelle tv-stationer med fastlagte programmer og sendetidspunkter og på den anden side tjenester, som f.eks. podcast, internetdownloads, eller pay per view tv, hvor man som seer eller lytter selv bestemmer, hvornår man vil bruge et program.

Parlamentet var med til at vedtage væsentlige ændringer af Kommissionens forslag, blandt andet i forhold til produktplacering i film og tv, hvor Parlamentet modsat Kommissionen kun vil tillade det i meget begrænset omfang. Parlamentet ønsker f.eks. produktplacering forbudt i nyheds- og aktualitetsprogrammer, i børneprogrammer, i dokumentarprogrammer og i rådgivningsprogrammer. Medlemslandene kan stadig tillade det i biograffilm, tv-film og tv-serier og sportstransmissioner samt i de tilfælde, hvor der er tale om 'produktionshjælp', altså at varen eller tjenesten stilles gratis til rådighed. I de tilfælde hvor produktplacering er tilladt, er der visse restriktioner. Produkternes tilstedeværelse må ikke påvirke den redaktionelle frihed, og der må ikke direkte tilskyndes til køb, og endelig må produktet ikke uberettiget fremhæves.

Endelig skal seerne gøres klart opmærksom på, hvis der finder produktplacering sted. Det skal gøres inden programmets start og med et signal hvert 20 minut under udsendelsen, så seerne ikke er i tvivl om, at der finder produktplacering sted.

Nye regler for reklameblokkene

Parlamentet vedtog desuden at ændre Kommissionens forslag i forhold til, hvor tit visse udsendelser må afbrydes af reklamer. I tv-film, biograf-film, børne-programmer og

nyhedsprogrammer må der således være reklame-afbrydelser hvert 30 minut og ikke, som Kommissionen havde foreslået, hver 35. minut eller som Parlamentets kulturudvalg havde foreslået, hvert 45. minut. Reklamespot og teleshopping spot må heller ikke udgøre mere end 12 minutter pr. sendetime.

Beskyttelse af mindreårige mod pornografi og umotiveret vold

Parlamentet ønsker desuden, at medlemslandene skal træffe "passende foranstaltninger for at sikre, at de medietjenesteudbydere, som hører under deres jurisdiktionen ikke indeholder programmer, som i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, mentale og moralske udvikling, især programmer, som viser pornografi eller umotiveret vold".

Kontakt :

Malene CHAUCHEPRAT

E-mail: presse-DK@europarl.europa.eu

BXL: (32-2) 28 42530

STR: (33-3) 881 64123