

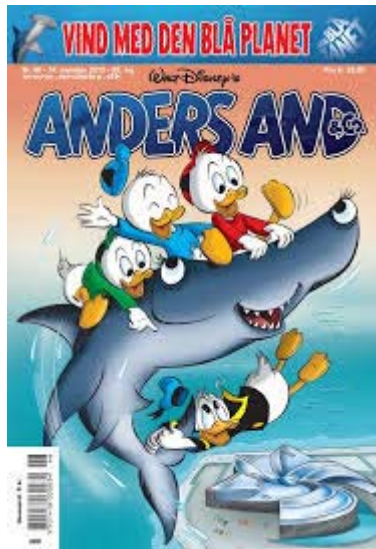


Det Juridiske Fakultet



Dansk Forening for Markedsføringsret Første medlemsmøde den 3. maj 2016 Skjult reklame

Professor, dr.jur., Ph.d., Caroline Heide-Jørgensen
Det Juridiske Fakultet, Københavns Universitet
Centre for European Studies in Economic Law (CESEL)



Skjult reklame Udfordring og balance ?

- Mange sager de senere år
 - Om skjult reklame
 - Om sponsorering (produktplacering)
- Mange nye problemer
 - Nye tendenser i mediebilledet og i kommerciel kommunikation
 - Nye bindinger i bagvedliggende aftaler (sportsrettigheder)
 - Medieudviklingen (globalisering og konvergens)
- Udfordringer med regelsættene
 - Brede regler
 - Reglernes alder – skabt i en anden medievirkelighed
 - Fortolkningen er ikke altid lige let – konkrete sager og nogle gange svære skøn



Skjult reklame

- Skjult reklame i det generelle markedsføringsretlige univers
 - Up er, at **reklame (kommerciel kommunikation)** er tilladt og omfattet af den kommercielle ytringsfrihed – måske ikke helt sikkert hvad der ligger i begreberne.....?
 - **Jan Trzaskowski – "Hvornår er der overhovedet tale om reklame ?"**
 - Omfattende regulering i forskellig generel regulering (Mfl) og sektor regulering (Radio- og fjernsynsloven f.eks. eller anden sektorlovgivning som f.eks. Tobaksreklameloven)
 - Restriktioner mht tid, sted og indhold kan forekomme (ej receptpligtig medicin, ej tobak osv.)
 - Medievirkeligheden – det går stærkt, og hvordan arbejder virksomhederne med kommunikation ?
 - **Maria Rasmussen, Primetime** vil fortælle om hvordan PR-bureauer arbejder sammen med redaktioner og bloggere på lifestyle



Skjult reklame

- Skjult reklame i det generelle markedsføringsretlige univers
- Forbud mod vildledende reklame er en reklameretlig arketype (samt reklameetisk, dvs ICC, princip)
 - Forbud mod skjult reklame er en undergruppe heraf, typisk formuleret som et identifikationskrav (Mfl § 4)
 - Hvorfor ? Rationalet er, at forbrugerne skal beskyttes mod at blive vildledt om, at de eksponeres for et kommercielt budskab
 - Massive problemer med den nøjagtige fortolkning af Mfl § 4 de senere år – almindeligvis skal der være en eller anden form for "afsender" af det kommercielle budskab, samt "aftale"
 - Mfl § 4 kom ind i Mfl i 2005, men også før antog man med udg.pkt. i ICC kodeks, at der var et identifikationskrav
 - Har været der længere i TV
 - UCP direktivet artikel 7 (undlader at angive den kommercielle hensigt)



Skjult reklame

- Udfordringer med skjult reklame indenfor forskellige medier
 - Product placement i film, sponsorering af alt fra skolebøger til fodboldstjerner, klæde kendte på, TV programmer
 - **Advertorials** er et klassisk eksempel på en problemstilling omkring skjult reklame
 - **Søren Sandfeld Jakobsen: Advertorials – hvor går grænsen mellem reklame og journalistik**
 - Reklamebudskaber pakkes ind i redaktionelt stof og ledsagende billeder (Mfl § 11 samt sortelisen nr. 11)



PROMOTION

LAD DET BARE SNE...

Selvom Schürley skal køre tværs gennem landet i juleen, må det gerne blive en køkl, hvid jul. For hendes Ford Fiesta fjerner selv isen fra ruderne, så hun ikke skal ud og skrabe. Også kender hun et hemmeligt trick, der får en bil ud af sneedrivene på nul komma fem.

TEKST: Anne Abrahamsen FOTO: Kon Hamann



Varm kaffe og Diana Krall's julealbum er med til at skabe den gode stemning, når Schürley pakker familien i bilen og kører hjem til jul. Bilen har både elektronisk af-sæt i for- og bagsæde, håndfri betjening af musik og telefon samt sæder, der er lige så varme og behagelige, som de er allergivenlige. Derfor bliver den fem timer lange ture fra Vesterbro

til Vise i Nordjylland næsten lige så hyggelig som selve juleaften. "Vi skal op til min kæreste Mads' familie og holde rigtig familiejul med masser af god mad, juleovns- og gaver. Vi pakker min Fiesta med alt, hvad der hører juleen til, og så regner jeg med, vi tager færgen over, så vores lille søn Elton kan strække ryggen, og vores hund, kan hilse på de andre

hunde. Det hele er sådan rigtig mor-og-far-agtigt", fortæller Schürley, der er vild med jul og ikke har det mindste imod at skulle køre landet rundt efter juleens fester. Faktisk ville det ikke kunne lade sig gøre uden bil, når de først skal op til svigerfamilien i Nordjylland og derefter til hendes moster i Odense, inden de vender tilbage til Vesterbro. Og sneen kan bare komme an, for så



vinster prøvede Schürley og Mads at sidde fast i en snevibe, og i år ved de, hvordan man kommer ud igen:

"Vi var så heldige, at der kom en klog mand og gav os det tip at tage to af gulvmatterne ud af bilen, placere dem under hjulene, som trækker bilen, og så starter man i andet gear. Det fik os ud på nul komma fem", fortæller Schürley.

Både hun og Mads elsker at køre til, og når de skal af sted sammen, er det dem, der ribber først, som får ret til rattet.

"Da jeg spillede musicalen 'Elk mig i nat' i Århus, var både Mads og Elton med, de fire dage om ugen jeg optrådte i Århus. Jeg kørte turen op, og når vi skulle hjem igen om søndagen efter sidste forestilling, ventede Mads og Elton med bilen pakket, så jeg kunne hoppe lige fra forestillingen og ind i bilen, og så kørte hun turen hjem. Det er jo manden, der skal få en sikker hjem, ikk?," siger Schürley med et kærligt smil.

Tal med din bil

"Som barn var jeg vild med tv-serien 'Knight Rider', hvor helten kunne tale med bilen, og nu har jeg faktisk min egen grønne Ford 'Knight Rider', men da jeg mest bruger den om aftenen, kalder jeg den min 'Dy Råder', griner Schürley, der ofte sætter telefonantenne, til hun sidder i bilen, og Elton er faldet i søvn. "Når jeg sætter mig ind, aktiveres Bluetooth automatisk, så min telefon og bil

spiller sammen. Så er det bare en knap på rattet, der styrer både musik og opkald. Min bil taler engelsk, så når jeg siger: 'Dial name', venter bilen: 'Name please'. Så siger jeg: 'Mor', og lidt efter har bilen ringet op, og min mors stemme hører jeg som andageset i bilen. Det samme gælder, når jeg vil høre radio, så finder bilen P3 eller Radio 100FM,

"En knap styrer både musik og opkald ... Det er nok det, der er det allerbedste ved min Ford Fiesta"

alt efter hvad jeg siger. Det er nok det, jeg synes, det er det allerbedste ved min Ford Fiesta. Nå ja, og så er der en lille detalje, der er for fed. Den har ikke noget bensindæksel. Det virker ligesom en kokkenak-lage, hvor du trækker indad for at åbne den. Det er sådan noget, mændene på tankstationerne synes, at "... åh, det var sgu da vildt fedt, det der".

"Hvad skal I have, når I skal køre hjem til jul?" "Jeg elsker børnemusik, så vi skal høre 'Omnen og Mommen', hele albumet. Og 'Barnes Bille-Bog', det første originale album med Regnsvejsengen. Vi skal høre Mike Snow, og vi skal høre alle Robyns albums. Og så skal vi høre julemusik. Diana Krall's jazz-julealbum er fantastisk, og jeg må

indfømme, at jeg er en sucker for Mariah Carey's julealbum. Mads bliver sindyng af det, men vi skal bare høre SÅ meget pop", griner Schürley.

"Hvad er der bedre ved juleen?" "For at jeg skal være lykkelig til jul, så skal der bare være god mad. Jeg elsker søvs. Brum søvs i spandene. Jeg kunne drikke det.

Det er min mor, der laver den bedst. Jeg kan også godt selv, men når hun har roet i den, smager den altså bare bedre. Så skal der være mødter, and og flækkesteg. Alle tre ting. Jeg står for de brune kartofler, og i år skal de laves med timian-honning. Det er vores første jul med Elton, så i år bliver det helt sikkert mere noget med risott, jule-tv og gavekalender, selvom han egentlig er for lille til

at forstå alle de ting".

"For mange er juleen også lig med velgørenhed. Gør du noget?"

"Jeg er ambassadør for en dyrevelfærd-organisation, og når jeg ind imellem bliver spurgt, om jeg vil medvirke i diverse TV-programmer, så går prisen sammen altid der til. Elton synes jeg bare, at man i hverdagen skal huske på at hjælpe sin næste. Så kommer der plus på karmakontoen, og det er i sidste ende den, der tæller".

FIESTA TITANIUM
Energiklasse A
CO2 udledning: 107 g/km
Brændstofforbrug: 24,4 km/l i blandet kørsel



Skjult reklame

- **Skjult reklame i TV mediet**
- 1. Reguleringen på EU plan, AVMS direktivet artikel 1, h) og j)
 - »audiovisuel kommerciel kommunikation«: billeder med eller uden lyd, som har til formål direkte eller indirekte at **fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser eller promovere et image** for en fysisk eller juridisk person, der udøver økonomisk virksomhed. Sådanne billeder følger med eller er indeholdt i et **program mod betaling eller anden modydelse eller med selvpromoverende formål**. Audiovisuel kommerciel kommunikation omfatter bl.a. tv-reklamer, sponsorering, teleshopping og produktplacering
 - »skjult audiovisuel kommerciel kommunikation«: præsentation i ord eller billeder af varer eller tjenesteydelser, en vareproducents eller tjenesteyders navn, varemærke eller virksomhed i programmer, når **præsentationen fra medietjenesteudbyderens side er ment som reklame** og vil kunne **vildlede offentligheden med hensyn til sin art**. En sådan præsentation anses **navnlig for at være tilsigtet, når den foretages mod betaling eller anden modydelse**



Skjult reklame

- Skjult reklame i TV mediet
- Reguleringen på dansk plan
 - Radio- og fjernsynslovens § 72
 - "Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, således at de i indhold og præsentation adskiller sig fra ordinære programmer"
 - Bestemmelsen indsat i 1992 da man inkorporerede TV uden grænser direktiver, forgængeren til det nugældende AVMS direktiv
 - Gentaget i Bkg. 801/2013, § 2, stk. 1
 - Ikke andre regler, og slet ikke af direktivets detaljeringsgrad
 - Svarer til det klassiske reklameetiske identifikationskrav, som vi oprindeligt kendte det fra ICC kodeks, og nu ser i Mfl § 4
 - Kommissionens fortolkningsmeddelelse fra 2004 anvendes af RTN



Skjult reklame

- Skjult reklame i TV mediet - Kommissionens fortolkningsmeddelelse 2004/C 102/02 om visse aspekter ved bestemmelserne i direktivet om "TV uden grænser" (forgængeren til AVMS direktivet), pkt 30 ff
 - 1) fremhævelsen skal være **tilsigtet** fra medietjenesteyderens side
 - 2) den skal være sket i **reklameøjemed**
 - 3) den skal kunne **vildlede offentligheden** mht arten af fremhævelsen (pkt. 31)
- Pkt. 33 opererer med begrebet "uberettiget fremhævelse"
 - "Det urimelige kan bl.a. ligge i, at mærket eller den pågældende vare eller tjenesteydelse optræder gentagne gange eller fremhæves på en særlig måde. I den forbindelse skal der tages hensyn til det redaktionelle indhold i de udsendelser, disse elementer indsættes i (tv-aviser, nyhedsmagasiner, spillefilm, osv.). Hvis en vare f.eks. fremhæves uden berettigelse i forhold til udsendelsens redaktionelle indhold eller på grund af en påvirkning, som det redaktionelle indhold er blevet udsat for i kommercielt øjemed, tyder det på, at der foreligger skjult reklame".



Skjult reklame

- Skjult reklame i TV
- Fortolkningsmeddelelsens pkt 32
 - Ifølge definitionen indeholder direktivet ikke et absolut forbud mod enhver mundtlig eller visuel henvisning til varer eller tjenesteydelser eller til en vareproducent eller en tjenesteydelsesleverandørs varemærke eller navn. Denne mulighed udgør i øvrigt en integrerende del af ytringsfriheden, navnlig fordi mærker er så vigtige nu om dage
- RTN har fulgt de tre kriterier fra Fortolkningsmeddelelsen helt fast de sidste mange år
 - Ikke en betingelse efter RTNs praksis, at der foreligger en aftale om eksponering
 - Ej heller, at der er betalt noget for eksponeringen



Skjult reklame - eksempler

- Select, 24.11.2011
- Daytona, 26.5.2015
- Cocio, 1.10.2012
- Go' Appetit, 6.4.2016, AFP



- **Sebastian Rosenkjær fra TV2** vil komme nærmere ind på disse problemstillinger i den sidste session i dag i indlægget

Skjult reklame i audiovisuelle medietjenester

Skjult reklame - eksempler

- Blogging og brugeranmeldelser
- Helt utrolig mange eksempler "derude" i den digitale virkelighed !
- FOB's Gode råd til bloggere fra 2015
- **Brug af blogs og brugeranmeldelser mv. i digitale medier v/ advokat Jane Frederikke Land, Plesner**





Dansk Forening for Markedsføringsret, 3. maj 2016
Dias 14

