



APEK

Agencija za pošto in elektronske
komunikacije Republike Slovenije
Stegne 7, SI-1001 Ljubljana



**Promocijsko umeščanje izdelkov
v televizijskih programih**

in avdiovizualnih medijskih storitvah na zahtevo

Promocijsko umeščanje izdelkov, storitev ali blagovnih znamk je že nekaj časa prisotna in znana oblika oglaševanja v oddajah, serijah in filmih. S sprejetjem nove zakonodaje je ta oblika oglaševanja pod določenimi pogoji dovoljena tudi pri produkciji in predvajanju programskih vsebin slovenskih izdajateljev elektronskih medijev. Eden pomembnejših pogojev je objava posebne oznake med

predvajanjem vsebine, ki gledalce opozarja, da oddaja (film, serija) vsebuje izdelke, storitve ali blagovne znamke, ki so umeščeni v oddajo proti plačilu.

V tej brošuri so na kratko podana pravila in razlage, ki vam bodo pomagala seznaniti se s pojavom nove prakse oglaševanja v oddajah slovenske produkcije.



P

Zakaj moram vedeti ali oddaja vsebuje promocijsko umeščanje izdelkov?

Takšna umestitev izdelka v vsebino oddaje želi vplivati na vaše potrošniške navade. Subtilen način predstavitve izdelka, storitve ali blagovne znamke vam kot gledalcu ne omogoča zavestnega prepoznavanja namernega izpostavljanja oglaševalskim vsebinam.

Kaj je promocijsko umeščanje izdelkov?

Promocijsko umeščanje izdelkov je nova dovoljena oblika oglaševanja, ko podjetje ustvarjalcu oddaje plača za umestitev izdelka, storitve ali blagovne znamke v oddajo.

Ali so vsi prikazi izdelkov in storitev, ki jih vidim v oddajah, plačani?

Ne. Ustvarjalci programov se lahko poslužujejo tudi umeščanja blaga in storitev zanemarljive vrednosti, kot so npr. rekviziti in nagrade, ki jih brezplačno priskrbijo za vključitev v vsebino. V teh primerih izdajateljem in ponudnikom ni treba objaviti oznake o promocijskem umeščanju izdelkov.

Kako bom vedel, da oddaja vsebuje promocijsko umeščene izdelke, storitve ali blagovne znamke?

Oddaja, ki vsebuje promocijsko umeščene izdelke, storitve ali blagovne znamke, mora biti posebej označena. V zgornjem levem ali desnem kotu zaslona mora biti dobro vidna črka »P« v krogu. Črka »P« mora biti vidna 30 sekund na začetku oddaje, po vsaki prekinitvi oddaje ali filma z oglasi ter na koncu oddaje.

Obveznost označevanja ne velja za oddaje (serije, filme), ki jih izdajatelj (ali z njim povezana oseba) ni ustvaril ali naročil.

V katerih vsebinah je dovoljeno promocijsko umeščanje izdelkov?

Promocijsko umeščanje izdelkov je dovoljeno v:

- kinematografskih delih,
- filmih (tudi igrano-dokumentarnih),
- nanizankah in nadaljevankah,
- športnih oddajah,
- razvedrilnih (zabavnih) oddajah.



Katere oddaje ne smejo vsebovati promocijsko umeščenih izdelkov?

V vseh ostalih oddajah promocijsko umeščanje izdelkov ni dovoljeno. Gre predvsem za informativne, verske, izobraževalne, mladinske in otroške oddaje.

Na kakšen način smejo biti izdelki, storitve ali blagovne znamke umeščene v vsebino?

Izdelki, ki so promocijsko umeščeni v oddajo, morajo v prvi vrsti soditi v kontekst vsebine oziroma se morajo zlit z zgodbo oddaje. Na izdelek se ne sme opozarjati v obliki daljših, ponavljajočih ali bližnjih posnetkov izdelka. Ne sme se navajati ali prikazovati pozitivnih lastnosti, prodajnih podatkov in oglaševalskih sloganov ter kontaktnih podatkov dobavitelja promocijsko umeščenega izdelka.

Kateri izdelki se ne smejo promocijsko umeščati v oddajah?

Promocijsko umeščanje ni dovoljeno za vse izdelke, za katere tudi sicer ni dovoljeno oglaševanje, kot so na primer tobačni izdelki.

Ali poteka kakšna posebna kampanja za informiranje javnosti o načinu označevanja vsebin s promocijsko umeščenimi izdelki, storitvami ali blagovnimi znamkami?

Da bi gledalce seznanili z novo obliko oglaševanja, morajo

izdajatelji in ponudniki vsebin v začetnem trimesečnem obdobju od prve oddaje s promocijsko umeščenimi izdelki, storitvami ali blagovnimi znamkami čez ves zaslon objaviti črko »P« v krogu ter obvestilo, da oddaja vsebuje promocijsko umeščene izdelke, storitve ali blagovne znamke.

Od kdaj je promocijsko umeščanje izdelkov dovoljeno v Sloveniji?

Promocijsko umeščanje izdelkov je pod določenimi pogoji dovoljeno od novembra 2011 dalje.

Kje izvem več?

Natančna določila o promocijskem umeščanju izdelkov najdete v 26. členu Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah in v Splošnem aktu o promocijskem umeščanju izdelkov in sponzoriranju.



Vas je v oddaji kaj zmotilo?

Če menite, da ste v zvezi s promocijskim umeščanjem izdelkov v oddaji opazili nepravilnosti, lahko podate prijavo na naslov:

APEK, Stegne 7, 1000 Ljubljana

ali elektronski naslov: **info.box@apek.si**

Prijava naj vsebuje čim več konkretnih podatkov, na podlagi katerih je mogoče ukrepati: program, naslov vsebine, datum in ura predvajanja in podobno.