

Viaplay Sponsorship Guidelines



Introduktion

Guidelines vid köp av sponsorskap hos VIAPLAY GROUP

Vid framtagning av reklamfilmer och sponsorskap finns det regler som måste följas. Särskild uppmärksamhet måste ägnas åt utformningen av billboards och breakbumpers för att säkerställa att de följer reglerna för sponsring som skiljer sig från vanliga reklamfilmer.

Viaplay Group har från den 1 januari 2021 sin sändningslicens i Sverige och måste därmed följa de regler som fastställts av Mediemyndigheten.

Följande information är avsedd för våra kunder och deras reklambyråer. Vi vill här lyfta fram de viktigaste punkterna som hjälper dig förstå och producera material med våra regler i åtanke, eftersom det finns flera möjligheter vid produktion av sponsringsfilmer. Dela gärna informationen så att vi tillsammans kan dra nytta av de många möjligheter som sponsring har. Tveka inte att kontakta din ansvariga säljare för hjälp.

Vad är sponsorskap?

Sponsorskap är ett sätt för annonsörer att förknippas med ett specifikt program eller kanal, där länken mellan produkten/tjänsten och programmet/kanalen är i fokus. Om en tydlig definierad del av ett program sponsras måste sponsringsmeddelandet ges i början eller slutet av den delen. Sponsringsmeddelandet måste innehålla sponsorns namn, logotyp eller identifierande kännetecken. Sponsringsmeddelandet får inte innehålla reklamelement. Program som innehåller nyheter, till exempel lokala, nationella och internationella nyheter får inte sponsras.

Vem får lov att sponsra?

Politiska partier/organisationer, som till exempel Greenpeace och Amnesty International, får inte sponsra program/kanaler. Vidare kan program/kanaler inte sponsras av en annonsör som främst producerar eller säljer alkohol eller tobak. Om läkemedelsföretag sponsrar program får sponsringen inte innehålla receptbelagda läkemedel eller medicinsk behandling som är tillgänglig på recept.

Regelverket

Från och med den 1 januari 2021 måste allt vårt sändningsinnehåll följa de regler som fastställts av Mediemyndigheten. Det innebär att VIAPLAY GROUP är licensierat i Sverige och måste följa de bestämmelser som Mediemyndigheten utfärdar. För mer information om Mediemyndigheten, besök deras hemsida och få den senaste uppdaterade informationen: <https://mediemyndigheten.se/ansokan-och-registrering/regelverk/regler-for-radio--och-tv-sandningar/>.

Last updated: 2024-04-09

Innehåll

Introduktion	2
Vad är sponsorskap?	2
Vem får lov att sponsra?	2
Regelverket.....	2
Innehåll	3
Sponsorskapsexponeringar.....	4
Sponsringsmeddelande	5
Kanalgrafik/idents.....	5
Allmänna regler	6
Restriktioner	7
Godkännande Procedur.....	9
FAQ Sponsor VIAPLAY GROUP	10
Kontakt och leveransinformation	12

Sponsorskapsexponeringar

Billboard:

Den sekvens innan och efter ett program som visar tittaren att en specifik produkt eller företag är presentatör av programmet.

Längd: 10 sekunder.

Breakbumper:

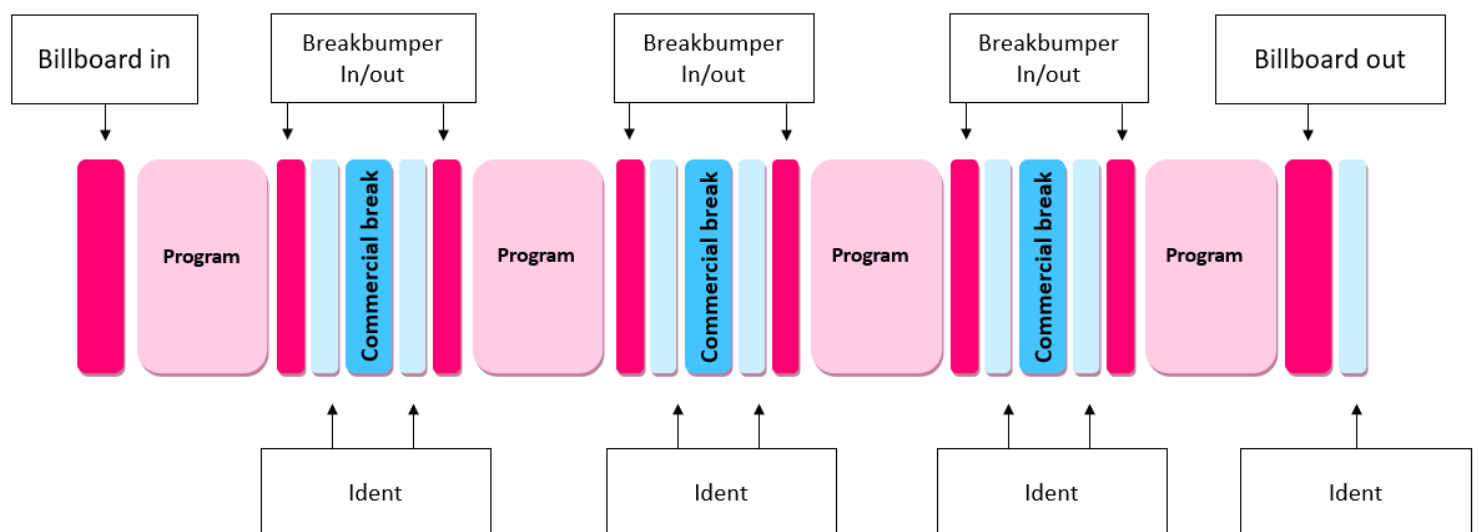
Den sekvens som är direkt kopplad till de första sekunderna före och efter programmens reklampauser. Breakbumpen är vanligtvis en förkortad version av Billborden.

Längd: 5 sekunder

Kanalgrafik:

En annonsör kan under en period sponsra en hel kanal. Det görs genom kanalgrafik, även kallade idents. Det innebär att sponsorn syns när kanalen identifieras.

Längd: 10 sekunder



Flödesschema över sponsringsexponeringar.

Sponsringsmeddelande

I ett sponsringsmeddelande har kunden möjlighet att koppla ihop sin produkt med ett program eller kanal. Varje sponsringssekvens måste innehålla ett sponsringsmeddelande, oavsett typ och längd. Sponsringsmeddelande ska finnas både verbalt och i text, detta för att tydliggöra för tittaren att det är ett sponsorskap. Sponsringsmeddelandet i text ska dessutom överensstämma med sponsringsmeddelandet i voice over. Detta är särskilt viktigt om det är en nedklippt reklamfilm.

Sponsringsmeddelandet i text ska vara framträdande och texten bör därför utformas på ett sätt som gör det enkelt för tittaren att uppfatta och läsa den. Texten ska kontrastera mot bakgrunden, vara tillräckligt stor och finnas i bild länge nog för att tittaren ska kunna läsa den. Textstorleken ska vara större än den text som finns i en eventuell disclaimer. I de fall där sponsorskapsfilmen upplevs "reklamlik" bör sponsringsmeddelandet i text finnas med genom hela filmen. Även textstorleken kan i dessa fall behövas göras större.

Ha alltid en dialog med din kontaktperson på VIAPLAY GROUP om det är några osäkerheter. Nedan är exempel på olika sponsringsmeddelanden:

Vid köp av RBS-sponsorskap måste sponsringsmeddelandet avse den generella programmeringen, till exempel:

"Programmet presenteras i samarbete med ANNONSÖR.." – följt av en eventuell payoff

Man kan också sponsra ett specifikt program, till exempel

"Lyckoviken är sponsrat/presenteras av ANNOSÖR.." följt av en eventuell payoff

Det kan vara svårt att veta vad man får säga i ett sponsringsmeddelande. Nedan är några exempel av payoffs som har fällts av Mediemyndigheten, tidigare MPRT.

- Din byggställningsleverantör Dnr 17/01454 ("Din" dömdes)
- Arbetskläder sedan 1925 Dnr 14/02543 ("sedan 1925" dömdes)
- Din matbutik online Dnr 10/01502 ("matbutik online" godkändes, medan "din" dömdes)
- Svenska byggprodukter i betong och granit Dnr 18/02099 ("Svenska" dömdes)
- Apotek runt om i Sverige Dnr 15/03244 ("runt om i Sverige" dömdes)

Kanalgrafik/idents

Som sponsor kan man interagera sig i kanalens egna grafiska design och identitet. För kanalgrafik/idents är det viktigt att komma ihåg att sponsringen bör vara relaterat till innehållet på kanalen.

Till exempel skulle följande sägning fungera: Höstkvällar på TV3 presenteras av **annonsör**. Ett exempel som inte fungerar att använda är: Black week på TV3 presenteras av **annonsör**. Det beror på att det inte är Black Week på TV3 under hösten och det kan därför inte relateras till vårt innehåll. Det är också möjligt att sponsra ett specifikt segment eller tema på kanalen istället för att generellt sponsra en hel kanal. Det kan exempelvis vara ett sportevent eller specifika program. Exempel är:

*"Underhållningen på TV3 presenteras av **annonsör**.."*

*"Fotbollen på TV6 presenteras av **annonsör**.."*

Allmänna regler

Direkta referenser

Det får inte förekomma formuleringar som direkt identifierar en viss tittare eller publik. Exempel på en sådan formulering är "Sveriges bank", "Ditt försäkringsbolag" eller "Din lokala restaurang". Däremot bör annonsören referera till den specifika produkten och inte en hel produktkategori.

Call-to-action

Det får inte finnas någon call-to-action eller uppmaning i sponsorskap. Fraser som "Köp nu", "Läs mer på hemsidan" eller liknande som uppmanar tittaren till handling får inte förekomma. Det är inte heller tillåtet att marknadsföra en tredje part i sponsorskap enligt regelverket. Det är bara den produkt som sponsrar som kan förekomma och nämnas i filmen.

Säljande budskap

Både call-to-action och direkta referenser är exempel på säljande budskap som inte kan inkluderas i sponsorskap. Sponsorskap kan inte innehålla någon direkt inbjudan att köpa eller hyra sponsorns produkter eller tjänster. Det kan däremot innehålla objektiva beskrivningar av produkten så länge de hjälper tittaren att identifiera sponsorn. Sponsorskapet kan inte innehålla detaljer om produkten, som till exempel konkurrensfördelar eller priset på produkten/tjänsten. Detta eftersom det blir säljande snarare än beskrivande.

Exempelvis kan hälsofördelar och miljöanspråk ses som säljande budskap. Det gör även positiva adjektiv som "ljuvlig" eller "spännande".

Packshots och logotyper

Det bör inte vara fler än totalt tre produkter som exponeras vid eventuella packshots. Attribut som årtal, donationssymboler och kvalitetsmärkningar, till exempel "hovleverantör", ses som säljande av Mediemyndigheten. I de fall där dessa märkningar framkommer väldigt tydligt kan de behöva tas bort från produktförpackningen. Det gäller även säljande text som "Nyhet". Det är viktigt att ha i åtanke att det endast är den tjänst/produkt som sponsrar programmet som får synas i bild och nämnas i voice over. Till exempel, om programmet presenteras av smaken "karamell med havssalt", då är det endast den produkten som får synas i bild och inkluderas i VO:n.

Promoverande produktnamn

Om annonsören eller produkten har ett säljande ord i namnet, som till exempel "skoexperten" är det viktigt att ha en dialog med din kontaktperson på VIAPLAY GROUP innan sägning eller filmen är producerad. Produktnamn som innehåller säljande attribut är utforskad mark och kräver en bedömning från fall till fall.

Disclaimers

Erbjudanden eller liknande som kräver en förklaring bör aldrig inkluderas i sponsorskap. Därför ska det inte heller finnas något behov av en disclaimer, förutom i de fall det handlar om socialt ansvar. All sponsorskap för spelande och betting behöver därmed en disclaimer. Det är inte tillåtet för alkohol att sponsra under gällande regelverk varav sponsorskap för alkoholfria drycker behöver en tydlig disclaimer eller märkning som anger att produkten är alkoholfri.

Följande bör alltid tas i beaktande vid placering av disclaimers i sponsorskapsfilmer:
Använd en tydlig och läsbar text både gällande textstorlek, färg och font. Texten ska även ha en tydlig kontrast mot bakgrunden. Det är även viktigt att texten syns tillräckligt länge på skärmen för att tittaren ska hinna läsa/uppfatta meddelandet.

Restriktioner

Beroende på innehållet i en sponsringsfilm eller vem som är annonsören kan det finnas behov av en restriktion för specifika format. Bedömning av detta baseras på vad som är lämpligt att visa med hänsyn till innehållet i formaten och tittarmålgruppen. Detta görs med omtanke för tittaren. Vid osäkerhet kring innehållet i din sponsringsfilm diskutera det med din kontaktperson på VIAPLAY GROUP.

Läkemedel

Om läkemedelsföretag sponsrar program får sponsringen inte innehålla receptbelagda läkemedel eller medicinsk behandling som är tillgänglig på recept. Från VIAPLAY GROUP och Mediemyndighetens håll krävs ingen disclaimer för läkemedel, däremot kan det i vissa fall krävas av läkemedelsverket. Det är därför viktigt att kunden är medveten och uppdaterad med information om vad som gäller för läkemedelsföretag vid produktion av reklam och sponsorskap, då detta inte är något VIAPLAY GROUP ansvarar för.

Alkohol

Program kan inte sponsras av en annonsör vars primära sysselsättning är att producera alkohol. Det är möjligt för alkoholfriprodukter att sponsra program, men endast produkter under 2,25% alkohol är tillåtna. För ett företag som delvis producerar alkohol är det möjligt att sponsra med en alkoholfriprodukt, men i dessa fall kan en restriktion bli placerad för vissa format. Detta för att säkerställa att personer som tittar förstår att det är alkoholfritt. En tydlig disclaimer eller märkning som talar om att produkten är alkoholfri behövs.

Tobak

Ett program får inte sponsras av någon vars huvudsakliga verksamhet är att tillverka eller sälja tobaksvaror, elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare. Detta gäller även tobaksfria nikotinprodukter så som tobaksfritt snus. Receptfria sluta-röka hjälpmedel som innehåller nikotin är tillåtna. Vissa restriktioner kring dessa kan dock förekomma, så kolla gärna av med din VIAPLAY GROUP-kontakt vad som gäller för specifika produkter/varumärken.

Mobil- och videospel

Det finns ingen generell restriktion för sponsringsfilmer för mobil- och videospel. Men vi kan välja att placera en restriktion i vissa format där dessa filmer kan upplevas opassande. Till exempel, om filmen tilltalar barn eller innehåller våld. Om du är osäker på innehållet i din film diskutera gärna det med din kontaktperson på VIAPLAY GROUP.

Filmpremiärer

Om sponsorskap för en biofilm eller premiär ska produceras bör man vara försiktig med mängden klipp från filmen/trailern som inkluderas i sponsringssekvensen. Det bästa sättet att göra denna typ av sponsring på är att använda en stillbild från filmen/trailern även om möjlighet finns att använda några kortare klipp. Dock aldrig mer än tre klipp samt att det då är viktigt att inkludera ett sponsringsmeddelande genomgående. Sponsorskapsproduktionen bör aldrig bestå helt och hållet av filmsekvenser eller klipp från trailern, eftersom det blir för "reklamliknande". Det är inte heller tillåtet att ha undertexter eller premiärdatum.

Dejtingsidor

Sponsorskapsfilmer för dejtingsidor måste, i text, kommunicera den åldersrestriktion som dejtingsidan har.

Betting och spel

VIAPLAY GROUP får endast sända kunder inom spelsektorn som har en giltig spellicens på den svenska marknaden. För mer information kring licensen, läs mer på [Spelinspektionens hemsida](#). I filmer för spel och betting måste åldersgräns och referens till ett hjälpinstitut eller en stöddlinje för säkert spel inkluderas (Exempelvis: www.spelinstitutet.se eller www.slutaspela.se). Villkor och regler måste alltid inkluderas i reklamfilmer för spel om det förekommer någon form av erbjudande i filmen. I sponsorskap är det inte tillåtet att ha erbjudanden i filmen, därför finns inget behov av att inkludera villkor och regler.

Följande är inte tillåtet att inkludera i reklamfilmer och sponsorskap i samband med spel:

- Tilltala personer under 18 år (tecknat utförande eller kopplingar till ungdomskultur)
- Ha en framträdande person i filmen som är eller ser ut att vara under 25 år.
- Anspela på spel i arbetsmiljö.
- Associera betting till sex och/eller förförelse, våghalsighet/tuffhet eller förbättrade personlighets egenskaper.
- Föreslå att spelande är en lösning på finansiella problem
- Föreslå att ensamt spelande är att föredra framför socialt spelande.
- Förmedla att annonsören erbjuder "riskfria spel" eller "gratis spel".

OBS: För alltid en dialog med din VIAPLAY GROUP kontakt för mer information om restriktioner.

Godkännande Procedur

VIAPLAY GROUP TV har följande procedur för godkännande:

1) Storyboard skickas för godkännande.

Innan produktion av nya sponsorskapsfilmer, skicka gärna en storyboard för godkännande till din VIAPLAY GROUP-kontakt. En storyboard bör innehålla både den visuellt kreativa tanken, samtliga sägningar och eventuella texter. Information om vad som syns i eventuella packshots ska också inkluderas.

En sponsorskapsfilm bör inte ha för stora likheter med en reklamfilm eftersom det behöver vara tydligt och särskiljande att det är sponsorskap för att inte förvirra tittarna.

2) VIAPLAY GROUP TV godkänner storyboard (såvida det inte strider mot Mediemyndighetens regelverk)

Om en storyboard inte blir godkänd återkommer vi med en rekommendation på vad som behöver ändras för att den ska bli godkänd. Om förändringar görs på vår rekommendation behöver detta stämmas av för ett nytt godkännande innan filmen sedan börjar produceras. Vid användning av filmklipp för att visa grunderna/storyboard uppskattas material som kan spelas i VLC eller Quick Time.

3) Skicka en filmfil för ett slutgiltigt godkännande

Skicka en filmfil innan materialet laddas upp. Detta för att fånga upp eventuella detaljer som fortfarande inte är godkända eller om det tillkommit något nytt.

4) Ladda upp materialet

Det slutgiltiga materialet behöver sedan laddas upp på antingen IMD/Peach eller Adstream. Filmkoderna behöver skickas till planeraren på VIAPLAY GROUP senast fem arbetsdagar innan kampanjstart. Se tekniska specifikationer på respektive uppladdningstjänst hemsida eller på: <https://www.Viaplay Group.com/advertise/sweden/files>

OBS: Det är viktigt att du meddelar planeraren och/eller säljaren om materialet av någon anledning blir försenat.

5) Generella regler

VIAPLAY GROUP TV bär inte kostanden för ändringar i materialet efter ett eventuellt klagomål från Mediemyndigheten. Ändringar p.g.a. klagomål från Mediemyndigheten kan komma att ske när kampanjen pågår. Mediemyndigheten har möjlighet att göra en annan tolkning än VIAPLAY GROUP. Om det färdiga materialet skiljer sig från ursprungligt godkänt storyboard, och inte uppfyller kraven från Mediemyndighetens regelverk, förbehåller VIAPLAY GROUP TV sig rätten att avvisa materialet tills de nödvändiga justeringarna har gjorts.

FAQ Sponsor VIAPLAY GROUP

• Vad får man ha med i sponsorskapsfilmer?

Sponsorskap är en redaktionell produkt vilket innebär att inga kommersiella budskap får förekomma i filmerna, varken i ljud eller bild. Exempel på kommersiella, eller säljande, budskap är konkurrensfördelar, pris på varan/tjänsten, erbjudanden eller direkta uppmaningar. Det bör inte vara mer än tre produkter totalt som exponeras vid eventuella packshots. Det är viktigt att ha i åtanke att det endast är den tjänst/produkt som sponsrar programmet som får synas i bild och nämnas i voice over.

Man får använda sig av annonsörens/produktens payoff visuellt (text/bild) samt verbalt, så länge budskapet inte blir eller kan tolkas som ett reklambudskap. Ord som "ny smak", "billigast", "störst" etc. kan därför inte användas. Sponsmeddelandet får däremot innehålla objektiva beskrivningar av produkten så länge det hjälper tittaren att identifiera sponsorn.

• Varför bör årtal inte vara med på produkten/loggan i spons (exempelvis Anno 1915)?

Attribut som årtal, donationssymboler och kvalitetsmärkningar, såsom hovleverantör, räknas som ett säljande budskap av det regelverk som vi följer.

• Vad är viktigt att tänka på vid utformning och skapande av kanalgrafik/idents?

För kanalgrafik/idents är det viktigt att komma ihåg att sponsringen bör vara relaterat till innehållet på kanalen.

Till exempel skulle följande sägning fungera: "Höstkvällar på TV3 presenteras av annonsör". Ett exempel som inte fungerar att använda är: "Black week på TV3 presenteras av annonsör". Det beror på att det inte är Black Week på TV3 under hösten och det kan därför inte relateras till vårt innehåll.

Mallarna som kommer till får inte korrigeras, och inga fonts får ändras för Viaplays kanaler. Alla färger måste behållas i enlighet med originalmallen. Om någon justering av Viaplays kanalmallar är nödvändig, måste detta först stämmas av.

Originalmallen för TV6, TV8 och TV10 innehåller en helfärgad end frame. Denna kan ersättas med en transparent end frame, som finns separat och måste sättas in i huvudmallen.

Den färdiga kanalgrafiken ska vara totalt 10 sekunder lång, inklusive Viaplays mallar.

Kanalgrafik är en form av sponsorskap, och därför gäller sponsorskapsregler även för denna produkt. Det innebär att inga säljande attribut får förekomma i den färdiga filmen.

Se till att stämma av utformningen med din kontaktperson på Viaplay Group för att säkerställa att allt följer regelverket innan uppladdning.

Den färdiga filmen ska laddas upp på Peach eller Adstream. Välj produkttypen Ident & Blip vid uppladdning.

- **Behöver man använda disclaimers?**

Eftersom erbjudanden eller liknande som kräver en förklaring aldrig ska inkluderas i sponsorskap finns det inget behov av disclaimers, förutom i fall som avser socialt ansvar. All sponsorskap för spel och betting behöver därför en disclaimer innehållande åldersgräns samt hänvisning till stödlinje. Regler och villkor behövs inte eftersom inga erbjudanden är tillåtna i sponsorskap.

Vid sponsorskap av en alkoholfri dryck behövs en tydlig disclaimer eller märkning som anger att produkten är alkoholfri.

Från VIAPLAY GROUP och Mediemyndighetens håll krävs ingen disclaimer för läkemedel, däremot kan det i vissa fall krävas av läkemedelsverket.

- **Kan man klippa om en existerande reklamfilm till sponsorfilm?**

En sponsorskapsfilm bör inte ha för stora likheter med en redan existerande reklamfilm. Det behöver vara tydligt att det är just sponsorskap så att tittaren inte blir förvirrad.

Detta innebär att det går bra att använda exempelvis grafiska manéer eller grundläggande delar av filmen men sådant som visar produktfördelar eller delar av filmen knutet till erbjudanden bör undvikas. Detta för att tydligt särskilja sponsorfilmerna från reklamfilmen. I fall då sponsorskapsfilmen och reklamfilmen är väldigt lika, kan ett sponsorskapsmeddelande i text krävas för att tydligt särskilja dem åt.

Kontakt och leveransinformation

VIAPLAY GROUP accepterar endast digital leverans av sponsorfilmer via Adstream eller IMD/Peach. Alla sponsorfilmer måste levereras senast fem arbetsdagar före kampanjens startdatum. För mer information kontakta er säljkontakt på VIAPLAY GROUP. Tekniska specifikationer och all annan relevant information om uppladdning finns på Adstream och IMD/Peach hemsidor. Kontakta alltid tjänsterna nedan vid frågor om leverans eller vid tekniska problem.

Adstream

adstream.com

onedelivery.nordic@adstream.com

IMD/Peach

imdcloud.net

support.nordics@peach.me