

Uttalande
Ärende 0902-05
2009-04-28

Ron.
Reklamombudsmannens
opinionsnämnd

Anmäld reklam En annonsbilaga för Becel i Icakuriren
Annonsör Unilever
Tidning Icakuriren
Reklamproducent Uppgift saknas
Anmälare Privatperson

Uttalande

Reklamombudsmannens Opinionsnämnden finner det inte styrkt att bilagan som helhet är reklam. Däremot finner Opinionsnämnden att två av annonserna inte uppfyller kravet på reklamidentifiering. De strider mot artikel 9 i Internationella Handelskammarens (ICC) Regler för reklam och marknadskommunikation.

Reklamen

Den anmälda reklamen består av en bilaga som följde med ICA-kuriren nummer sju 2009. Bilagan innehåller, utöver redaktionellt material om hälsa, annonser för Unilevers margarin Becel och Becel Proactiv. Inga andra annonser förekommer i bilagan.

Anmälan

Anmälaran menar att tidningen utger sig för att vara en redaktionell bilaga till ICA-kuriren, men att den snarare till sin helhet kan vara reklam för Becel. Bilagan innehåller fyra helsidesannonser, samtliga för Becel. Dessutom är annonserna för Becel på sidan fyra och sidan nio svåra att identifiera som reklam, utan kan förväxlas med det redaktionella materialet.

Anmälaran ifrågasätter även om reklamen innehåller vilseledande påståenden. Reklamombudsmannen har vidarebefordrat denna del av ärendet till Livsmedelsbranschens Granskningsman (LGM) och därmed avskrivit frågan om vilseledande påstående.

Annonsörens yttrande

Unilever menar att det inte finns några svårigheter att identifiera annonserna för Becel och Becel Proactiv och särskilja dessa från det redaktionella materialet. Annonsernas utformning är typisk för sådan marknadsföring. Det finns också tydlig avsändare i form av bilder på den marknadsförda produkten samt en hänvisning till en webbsida. En av annonserna har en något mer redaktionell karaktär. Den finns på sidan fyra och omnämns också av anmälaran. Här anges dock att det är fråga om en annons överst på sidan. Dessutom finns även här en tydlig avsändare, Becel Proactiv, och en hänvisning till produktens webbsida.

Avseende sändarangivelser så har det varit praxis i Sverige och utomlands under lång tid att det är tillräckligt att varumärket används som avsändare om varumärket är känt och konsumenten därför med lätthet kan finna den marknadsförande aktören. Så är fallet med både Becel och Becel Proactiv. Dessutom finns som nämnts en hänvisning till en webbsida där den juridiska avsändaren framgår. Att kräva ytterligare information om avsändaren direkt i annonsen vore en radikal ändring av tidigare praxis.

Tidningens yttrande

Icakuriren påpekar att de arbetar med ett flertal redaktionella bilagor under ett år. Några av dem finansieras av flera olika annonsörer. Andra som "Sylta och Safta-bilagan" samt "Skönhetsbilagan",

har under flera år producerats på samma vis som bilagan "Hjärthälsa". Det vill säga med en enda annonsör, men med ett helt och hållet fristående redaktionellt material.

Bilagan är en tidning om hjärthälsa. Inte om fett och margarin, smör eller kolesterol. Av tidningens tolv redaktionella sidor, handlar två om fett. Övriga sidor handlar om motion, om skillnader mellan mäns och kvinnors symptom vid en hjärtinfarkt, om allmänna hälsofrågor kring hjärtat och vår hälsa. Fettskolan är skriven av vår konsumentreporter, och faktagranskad av vår dietist. Två personer som är både professionella och kritiska och som inte står i något som helst beroendeförhållande till någon industri.

Opinionsnämndens bedömning

Enligt artikel 9 i Internationella Handelskammarens (ICC) Regler för reklam och marknads-kommunikation ska reklam vara lätt att identifiera som sådan, oavsett utformning och mediet. Används ett medium som innehåller redaktionellt material ska reklamen presenteras så att dess karaktär omedelbart framgår, liksom vem annonsören är. Reklam får inte dölja eller vilseleda om sitt verkliga syfte.

Opinionsnämnden konstaterar att Becel har varit ensam annonsör i bilagan. Det redaktionella materialet i bilagan har inte utformats som reklam och är inte heller annars att betrakta som reklam. Bilagan som helhet strider därmed inte mot artikel 9 i Internationella Handelskammarens (ICC) Regler för reklam och marknads-kommunikation om att reklam ska vara lätt att identifiera som sådan.

Bilagan innehåller fyra helsidesannonser, samtliga för Becel och Becel Proactiv. Anmälan avser annonserna på sidan 4 och 9. De anmälda annonserna innehåller varumärkena Becel och Becel Proactiv, men avviker inte från den redaktionella texten på ett sådant sätt att det tydligt framgår att det är fråga om reklam. Annonserna strider därmed mot artikel 9 i Internationella Handelskammarens (ICC) Regler för reklam och marknads-kommunikation.

Detta uttalande har getts av Lotty Nordling, ordförande, och ledamöterna Birgitta Bosell-Biström, Petra Måhl, Irene Wanland, Stefan Melesko, Göran Riegnell, Christina Nylander och Cathrine Andersson.



Lotty Nordling
ordförande i Reklamombudsmannens Opinionsnämnd