

ZASADY PRZYJMOWANIA DO EMISJI REKLAM NADAWANYCH NA KANALE NICKELODEON

SPIS TREŚCI

1.	Wstęp.....	1
2.	Zasady Ogólne – Dotyczące Wszystkich Reklam na Kanale	1
3.	Reklamy Kierowane do Dzieci	2
3.1	Intencja Reklamy	2
3.2	Reklama wprowadzająca w błąd	2
3.3	Język w Reklamie	2
3.4	Zastrzeżenia w Reklamie	2
3.5	Bezpieczeństwo w Reklamie.....	2
3.6	Niepokojące Obrazy / wywoływanie szoku	3
3.7	Zafałszowane Korzyści	3
3.8	Wartość Produktu	3
3.9	Używanie / Spożywanie Produktu	3
3.10	Długa reklama.....	3
3.11	Part-screen (Reklama na pasku w trakcie trwania programu)	3
3.12	Alkohol.....	3
3.13	Produkty Żywnościowe	3
4.	Zasady Dopuszczania Do Emisji Na Kanale Nickelodeon Spotów Promujących Inne Marki TV	4
5.	Produkty / Usługi Zakazana na Kanale NICKELODEON.....	5

* *

*

1. Wstęp

Kanał NICKELODEON powstał z myślą o dzieciach i to dzieci oraz ich potrzeby są dla nas najważniejsze. Kanał adresowany jest do odbiorców w wieku od 2 lat do 15 roku życia. Dbamy o to, aby treści pojawiające się na kanale NICKELODEON były zgodne ze standardami nadawania i przede wszystkim chroniły najmłodszych przed szkodliwymi treściami - w tym przed emitowanymi reklamami.

Reklamy, ze względu na swój charakter oraz z racji, iż pojawiają się nagle i bez kontekstu muszą spełniać wiele wymogów, aby zostały dopuszczone do emisji na kanale dziecięcym.

2. Zasady Ogólne – Dotyczące Wszystkich Reklam na Kanale

- 1) Reklama telewizyjna powinna być „zgodna z prawem, przyzwoita, uczciwa i zgodna z prawdą”;
- 2) Reklama nie może zawierać treści stanowiących zagrożenie dla zasad moralnych i interesów konsumenta oraz kwestii związanych ze zdrowiem, bezpieczeństwem, i ochroną środowiska;

- 3) Reklama nie może uwłaczać godności człowieka;
- 4) Reklama nie może kwestionować / krytykować wiary, religii, przekonań politycznych i innych;
- 5) Reklama nie może dyskryminować ze względu na płeć, rasę, kolor skóry, język, pochodzenie oraz przynależność do mniejszości etnicznej bądź narodowej;
- 6) W reklamie nie mogą występować reporterzy, wydawcy, prowadzący wiadomości / programy polityczne;
- 7) Reklama, w której występują dzieci, nie może zachęcać do zachowań mających negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich.

3. Reklamy Kierowane do Dzieci

3.1 Intencja Reklamy

- 1) Reklama, która może prowadzić do poważnych szkód fizycznych, psychicznych bądź moralnych u dzieci i małoletnich głównie przez pokazywanie pornografii oraz szokującej, bezpodstawnej przemocy jest zabroniona;
- 2) Reklama nie może zachęcać dzieci bezpośrednio do tego, aby skłaniały swoich rodziców lub osoby trzecie do zakupu reklamowanych produktów lub usług (zakazane np. 'powiedz rodzicom, że można to kupić w sklepie ...').

3.2 Reklama wprowadzająca w błąd

- 1) Reklama nie może wprowadzać w błąd lub 'zwodzić' dziecka. Na przykład:
 - a) Reklama nie może sugerować, że produkt jest inny niż w rzeczywistości (np. wprowadzać w błąd, co do jego wielkości lub właściwości);
 - b) Reklamowany produkt nie może być przedstawiony w sposób zacierający granicę między fikcją a rzeczywistością;
- 2) Jeśli reklama zawiera twierdzenia budzące zastrzeżenia, co do ich wiarygodności reklamodawca ma obowiązek udowodnić, iż reklama ta jest zgodna z prawdą.

3.3 Język w Reklamie

Język używany w reklamie powinien spełniać kryteria poprawności językowej, nie może zawierać sformułowań i określeń wulgarnych oraz powinien być odpowiedni do grupy wiekowej, do której dana reklama jest kierowana.

3.4 Zastrzeżenia w Reklamie

Reklama powinna zawierać wszystkie istotne zastrzeżenia / informacje (np. zwrot 'baterie nie są dołączone') Mogą one być w formie napisów lub przeczytane przez lektora.

3.5 Bezpieczeństwo w Reklamie

- 1) Dzieci, które uprawiają sport powinny mieć na sobie sprzęt ochronny (w zależności od sportu np. kask, ochraniacze);
- 2) Reklama nie może zachęcać dzieci do wykonywania przez nie czynności niebezpiecznych dla ich zdrowia fizycznego lub psychicznego.

3.6 Niepokojące Obrazy / wywoływanie szoku

Reklama nie może stosować techniki szoku / zaskoczenia ani zawierać treści wywołujących lęk, strach lub niepokój.

3.7 Zafałszowane Korzyści

Niedopuszczalne są reklamy sugerujące związek między posiadaniem produktu pozycją społeczną lub uzyskaniem przewagi nad rówieśnikami.

3.8 Wartość Produktu

Reklama nie powinna wprowadzać w błąd w zakresie stosunku wartości produktu do jego ceny lub sugerować, że produkt jest cenowo dostępny dla każdego. Zwroty typu „za jedyne..”, „tani” itp. są zabronione.

3.9 Używanie / Spożywanie Produktu

Reklama nie powinna ukazywać używania lub spożywania produktu w niewłaściwy lub niebezpieczny dla zdrowia sposób.

3.10 Długa Reklama

Reklama dłuższa niż 60 sekund powinna zawierać widoczną informację powiadamiającą widza, że ogląda reklamę.

3.11 Part-screen (Reklama na pasku w trakcie trwania programu)

Reklama part-screen nie jest dozwolona na kanale NICKELODEON.

3.12 Alkohol

Reklama alkoholu jest zabroniona.

3.13 Produkty Żywnościowe

- 1) Reklama żywności nie może zawierać nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji na temat wartości odżywczych danego produktu;
- 2) W ramach zdefiniowanego przez AGB NMR sektora „żywność” dopuszczone do emisji na kanale NICKELODEON Polska są reklamy produktów z Kategorii bądź Sektorów oznaczonych na zamieszczonej poniżej liście na czarno, a niedopuszczone są produkty oznaczone na czerwono:

Kakao i pochodne

Cukierki Witaminizowane

Dodatki:

Chrzan

Cukier

Dodatki - Reklama Grupowa

Dodatki do ciast

Dodatki do przetworów owocowych

Gotowe sosy

Soki Owocowe

Wina Szampany

Wody – reklama grupowa

Wody gazowane

Wody niegazowane

Wody smakowe

Wody smakowe gazowane

Wody smakowe niegazowane

Produkty mięsne

Produkty mleczne

Ketchup	Produkty zbożowe
Majonez	Przetwory warzywne owocowe
Musztarda	Ryby
Przyprawy	Słodycze
Słodziki	Słone przekąski
Śmietanka w proszku	Tłuszcze
Fresh makers	Warzywa owoce
Guma do żucia z cukrem	Żywność reklama grupowa – w zależności od zawartych produktów – stosownie
Guma do żucia bez cukru	do dopuszczeń kategorii
Herbata	Żywność gotowa
Kawa	Frytki
Kremy czekoladowe, masła orzechowe	Panierowane filety rybne
Lody	Pierogi, knedle
Miody, dżemy kremy kanapkowe	Pizza, hamburger, kotleciki
Napoje:	Żywność gotowa – reklama grupowa – stosownie do dopuszczeń kategorii
Alkohole wysokoprocentowe	Żywność gotowa mrożona
Napoje – reklama grupowa	Żywność gotowa nie mrożona w pojemniczkach
Napoje energetyczne	Żywność w proszku
Napoje gazowane	Żywność wegetariańska
Napoje izotoniczne	
Napoje niegazowane	
Piwo alkoholowe	
Piwo bezalkoholowe	

4. Zasady Dopuszczania Do Emisji Na Kanale Nickelodeon Spotów Promujących Inne Marki TV

- 1) Reklamy kanałów, pozycji programowych, akcji marketingowych kanałów konkurencyjnych wobec NICKELODEONA – **NIE DOPUSZCZAMY DO EMISJI**;
- 2) Filmy kinowe produkowane przez kanały konkurencyjne dla NICKELODEONA – **DOPUSZCZAMY DO EMISJI**;
- 3) Reklamy filmów, w których patronem są kanały konkurencyjne dla NICKELODEONA, wymienione za pomocą logo lub nazwy – **DOPUSZCZAMY DO EMISJI**;
- 4) Reklamy książek, gazet, w których tytule występują kanały konkurencyjne dla NICKELODEONA – **NIE DOPUSZCZAMY DO EMISJI**;

- 5) Reklamy Consumer Product (zabawki, magazyny, odzież i inne) brandowane postaciami lub logo kanałów konkurencyjnych dla NICKELODEONA – **DOPUSZCZAMY DO EMISJI**;
- 6) Reklamy produktów, pozycji programowych, akcji marketingowych związanych z marką NICKELODEONA mają pierwszeństwo emisji i nie mogą być emitowane w jednym breaku z dozwolonymi reklamami dotyczącymi konkurencyjnych kanałów.

5. Produkty / Usługi Zakazana na Kanale NICKELODEON

- 1) Alkohol;
- 2) Tytoń;
- 3) Filmy, magazyny i gry przeznaczone dla osób pełnoletnich;
- 4) Prezerwatywy;
- 5) Usługi pogrzebowe;
- 6) Hazard;
- 7) Napoje energetyzujące (np. Red Bull);
- 8) Leki (wszystkie- nie tylko te na receptę) oraz suplementy diety;
- 9) Spoty polityczne;
- 10) Spoty religijne;