

Etiska regler för oadresserad dr

INNEHÅLL

1. Syfte och tillämplighet	3
2. Definition av ODR	3
3. Respekt för mottagarnas önskemål	3
3.1 Nej-tack-skyltar	3
3.2 Undantag från Nej-tack-skylt	3
4. Reklammarkering	4
5. Sändarangivelse	4
6. Etikettsregler	4
6.1 Utdelning på natten bör undvikas	4
6.2 Enheterna får inte lämnas synliga	4
7. Övriga normer	4
8. Avsteg från dessa regler	4
Kontaktuppgifter	5

Detta dokument uppdaterades senast augusti 2012.

1. SYFTE OCH TILLÄMPLIGHET

SWEDMA har beslutat att följande regler ska gälla som uttryck för god sed vid produktion och distribution av oadresserad direktreklam (ODR). Medlemmar och associerade medlemmar i SWEDMA är skyldiga att följa dessa regler. Reglerna gäller vid produktion och distribution av ODR i Sverige. Vid produktion och distribution av ODR till mottagare i andra länder kan andra regler gälla.

2. DEFINITION AV ODR

Med ODR menas sådana meddelanden som är avsedda att delas ut i mottagarens brevkast/postlåda utan att vara försedda med uppgifter om adress, eller är försedda med en utdelningsadress men ingen uppgift om mottagarens namn (även kallad fastighetsselekterad eller semiadresserad reklam).

3. RESPEKT FÖR MOTTAGARNAS ÖNSKEMÅL

3.1 Nej-tack-skyltar

När man producerar eller distribuerar ODR är det en grundläggande princip att reklamen inte ska delas ut till de hushåll som vid eller på sitt brevkast satt upp en skylt som visar att man tackar nej till reklam, en så kallad Nej-tack-skylt.

Med en Nej-tack-skylt menas ett tydligt anslag på eller vid ett hushålls brevkast som entydigt visar att man inte vill ta emot ODR, till exempel genom texten "Ingen reklam, tack", "Reklam, nej tack" eller motsvarande.

Anslag med ytterligare budskap är olämpliga som Nej-tack-skylt och det ytterligare budskapet omfattas inte av dessa etiska regler. Det strider mot god sed att som företag tillhandahålla hushåll Nej-tack-skyltar med sådan tilläggsinformation.

Det strider även mot god sed att medvetet utforma ODR på ett sådant sätt att distributionen inte ska hindras av Nej-tack-skyltar.

För gratistidningar/-publikationer finns särskilda Nej-tack-skyltar och en egen process, vilken inte hanteras av SWEDMA.

3.2 Undantag från Nej-tack-skylt

Undantag för kravet på att undvika utdelning till hushåll med Nej-tack-skylt gäller för:

- icke-kommersiella meddelanden, till exempel information från myndigheter och annan samhällsinformation samt politisk information.
- periodisk skrift (gratistidningar/publikationer) med mer än en obetydlig mängd redaktionell text och för vilken det finns ett utgivningsbevis.
- samproducerade delar av eller kommersiella bilagor till en periodisk skrift (enligt närmast

föregående punkt) som har samma format eller papperskvalitet och som tydligt kan anses vara en del av den periodiska skriften.

4. REKLAMMARKERING

Alla meddelanden som sänds som ODR ska vara markerade så att mottagaren – utan att behöva ta del av innehållet – redan vid en flyktig anblick kan förstå att meddelandet innehåller reklam. Om meddelandet ligger i ett kuvert eller annat som omsluter det, ska det redan på utsidan framgå att innehållet är reklam.

5. SÄNDARANGIVELSE

Alla meddelanden som sänds som ODR ska innehålla uppgifter om det företag vars produkter eller tjänster reklamen avser samt om hur mottagare kan komma i kontakt med företaget.

6. ETIKETTSREGLER

6.1 Utdelning på natten ska undvikas

ODR ska inte delas ut till hushåll på natten, dvs 22.00 – 06.00.

6.2 Enheterna får inte lämnas synliga

Vid utdelning av ODR ska reklamen helt stoppas in i brevkastet så att den inte är synlig utifrån.

7. ÖVRIGA NORMER

Företag som producerar ODR ska säkerställa och ansvara för att innehållet är förenligt med ICCs grundregler för reklam, ICCs regler för direktmarknadsföring och övriga tillämpliga regler från ICC såväl som med marknadsföringslagen och annan tillämplig svensk lagstiftning.

8. AVSTEG FRÅN DESSA REGLER

Avsteg från dessa regler kan anmälas till Etiska nämnden för direktmarknadsföring (DM-nämnden).

Om du har frågor eller funderingar kring dessa etiska regler, kontakta SWEDMA – intresseorganisationen för direktmarknadsföring:

SWEDMA
Box 5185
102 44 Stockholm

08 534 802 60 | direkt@swedma.se | www.swedma.se