

**Rekommendation för märkning av
betalt/köpt innehåll**

Content Advertising



Inledning

Content Advertising (tidigare Native Advertising) är det nya samlingsbegreppet för annonsinnehåll med redaktionell tonalitet.

Det finns många produkter inom digital marknadsföring, men de två vanligaste är Native (produktion och placering av innehållet) och Content Display (distribution av- och trafikanskaffning till innehållet).

Inom printmarknadsföring finns en del produkter, där Print-Native och Advertorial är två av de vanligaste.

Gemensamt för alla produkter inom Content Advertising är att de rör annonsmärkt, innehållsdriven kommunikation, som efterliknar ett redaktionellt inslag. Content Advertising existerar på en rad olika plattformar och i olika former.

Vi ska inte lura läsaren. Det betyder att en läsare är lurad om hen inte snabbt förstår att puffen/artikeln/programmet är en annons. Det vill vi inte. Och det finns inga mellanlägen – antingen är det marknadsföring eller så är det inte.

Och marknadsföringslagen är här mycket tydlig:

”

Reklamidentifiering

9 § All marknadsföring ska utformas och presenteras så att det tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring.

Det ska också tydligt framgå vem som svarar för marknadsföringen.

Detta gäller dock inte framställningar vars enda syfte är att skapa uppmärksamhet inför uppföljande framställningar.

Motsvarande bestämmelser finns också på självregleringsområdet, framför allt i ICC:s (Internationella Handelskammarens) regler.

TU, Sveriges Tidskrifter och IAB har mot den bakgrunden tagit fram denna vägledning som riktar sig till TU:s, Sveriges Tidskrifters:s och IAB:s medlemmar.

Den bör tillämpas på såväl egna som på andras plattformar, där man publicerar sig.

Den består dels av definitioner av vanligt förekommande ord och begrepp, dels av rekommendationer om annonsmärkning.

TU, Sveriges Tidskrifter och IAB Sverige uppmanar medlemsföretagen att följa denna rekommendation.

Native

Native är beteckningen för kommersiellt innehåll som utvecklas i samråd med annonsörer. Det kan skapas antingen av publicisternas interna content studio eller av en pålitlig, extern innehållsleverantör. Detta innehåll integreras i den redaktionella strömmen på den plattform där det publiceras. Du kan helt och hållet konsumera innehållet på publicistens webbplats, blogg, tidning eller en annan medieplattform. Native smälter samman med det redaktionella innehållet på ett sätt som känns sömlöst och relevant för läsaren. Denna form av annonsering är utformad för att likna utseendet och känslan av den omgivande redaktionella miljön.

För att göra en lyckad native är det avgörande att anpassa annonserna till den specifika kontexten där de visas.

Native kräver alltid tydlig märkning

Native i olika format

Native kallas native oavsett om det är digitalt eller print och kan till sitt innehåll omfatta såväl text som bild och rörligt.

Native är ett kraftfullt verktyg för att integrera annonser på ett naturligt sätt i olika plattformar och format. oavsett om det är i tryckt media, digitala kanaler som video och podcast, eller andra format. Tydlig annonsmärkning och strikt efterlevnad av designriktlinjer är också nödvändigt för att bibehålla förtroendet hos målgruppen. Mallar är framtagna tillsammans med redaktionerna och innehållet produceras antingen av publicisternas interna content studio eller av en pålitlig, extern innehållsleverantör.

Native på sajt

Annonsmärkning: Tydlig annonsmärkning "ANNONS FRÅN KUNDNAMN" ska visas i både i puff och i artikel. Det rekommenderas att en markeringsbalk eller en distinkt färg används för att framhäva puffen. Inuti artikeln bör det finnas en konsekvent märkning som upprepas för att tydligt indikera för läsaren att det handlar om kommersiellt innehåll.

Native i print

Annonsmärkning: Tydlig annonsmärkning "ANNONS FRÅN KUNDNAMN": Typsnittet är publicisten egna alternativt ett snarlikt och grafiska element är samma som publicistens.

Native i video

Annonsmärkning: Tydlig annonsmärkning "ANNONS FRÅN KUNDNAMN", både utskrivet i text i exempelvis puffar och i programbeskrivning samt muntligt inledningsvis i avsnittet.

Native i podcast

Annonsmärkning: Tydlig annonsmärkning "ANNONS FRÅN KUNDNAMN", både utskrivet i text i exempelvis puffar och i programbeskrivning samt muntligt inledningsvis i avsnittet.

Content Display

Precis som Native syftar Content Display till att engagera läsarna, fördjupa deras förståelse och förmedla information om ett varumärke, en produkt eller tjänst. Produkten har potential att påverka allt från varumärkesigenkänning till preferenser och köpbeslut.

Efter att läsarna har klickat på en Content Display-annons omdirigeras de till en extern landningssida, som exempelvis annonsörens webbplats eller en särskild kampanjsida – alltså en landningssida som inte är en del av den publicistiska plattformen.

Content Display-annonser är utformade för att likna redaktionellt innehåll, men skiljer sig från den grafiska stilen hos publicisten eller plattformen i form av typsnitt och bakgrundsfärg. Ofta tillhandahåller publicisterna fördefinierade mallar som måste användas för att säkerställa att riktlinjerna följs.

I jämförelse med nativeannonser är kravet på anpassning till respektive plattform lägre, vilket ger stor flexibilitet att maximera effekten genom att experimentera med olika plattformar, kontexter och placeringar.

Annonsmärkning: ANNONS KUNDNAMN + EXTERN LÄNK ska visas i en balk eller liknande element som en del av annonsen, som även ska ha en avvikande bakgrundsfärg och ett annat typsnitt än publicistens.

VARNING

Eftersom dessa format genererar högt engagemang, förekommer ibland missbruk där syftet är att driva trafik till landningssidor som inte lever upp till läsarens förväntningar. Istället för att erbjuda mer relevant läsning kan dessa sidor enbart innehålla produktinformation eller en registreringsmöjlighet, vilket avviker från formatets ursprungliga syfte.

BRANDED CONTENT

Definition: Redaktionellt innehåll som sponsras av annonsör, men där annonsören inte har någon påverkan på innehållet.

Rekommendation: Ange tydligt att materialet presenteras och sponsras av en annonsör – t ex "Presenteras av XXX" – d v s uttryck som "I samarbete med" rekommenderas inte.

SPONSORSKAP

Se Branded Content.

PRESENTERAS AV

Se Branded Content.

ANNONSFINANSIERAD PRODUKTION

Definition: En programserie eller liknande inom rörlig bild med ett redaktionellt innehåll som en annonsör önskar bli förknippad med. Innehållet är redaktionellt och redaktionen/ansvarig utgivare bestämmer.

Rekommendation: Se Branded content, t ex "Presenteras av XXXX".

*Denna rekommendation är framtagen i samarbete mellan
TU, Sveriges Tidskrifter och IAB Sverige.*