



Retningslinjer for reklame i kommunale idrettsanlegg.

I Fredrikstad har flere idrettslag rettigheter til salg av reklameplasser i kommunale idrettsanlegg. Det kan forekomme at det henges opp reklameplakater som ikke er i direkte strid med norsk lov, men som likevel befinner seg i en etisk og moralsk gråsoner for eksponering ovenfor barn og unge. I Kultur- og miljøutvalgsmøtet 24.08.17 ble det vedtatt et sett retningslinjer som skal sørge for at det etableres en felles forståelse av hva som bør være god praksis.

Retningslinjene sier noe om hva slags reklame man ikke ønsker i idrettsanleggene. Det er gitt føringer for innhold, utforming, presentasjon og målgrupper. Dersom det likevel oppstår uenigheter om hva som er moralsk og etisk ønskelig av reklame, skal kommunen ta den endelige avgjørelsen.

Vi ber klubbene om å sette seg inn i retningslinjene og oppfordrer til aktiv dialog med Virksomhet idrett dersom det er usikkerhet knyttet til inngåelse av fremtidige reklameavtaler.

Retningslinjer for reklame i kommunale idrettsanlegg:

1. Reklame som spiller på/ oppfordrer til/ legger forventninger om sex, diskriminering, kjønnsroller, utseende, kroppspress og bruk av rus er forbudt.
Barn og unge får presentert i mange ulike kanaler hva som er rett utseende og oppførsel. Dette kan prege unges selvoppfatning i negativ retning. Idrettsanleggene bør således være en arena fritt for slike bemerkninger, slik at fokuset kan være på idrettens verdier; glede, felleskap, helse og ærlighet.
2. Reklamer som spiller på frykt, trusler, angst og skremsler er forbudt.
Dette gjelder blant annet trusler eller advarsler om hva som vil skje dersom mottaker ikke kjøper det riktige produktet eller lignende.
3. Reklamen skal ikke på noen måte utnytte mindreåriges manglende erfaring og naturlig godtroenhet, eller på andre måter være egnet til å virke villedende.
Med dette menes blant annet at markedsføringen ikke må villed barn og unge med hensyn til produktets verdi, ytelse, holdbarhet, at det stilles krav til ekstrautstyr, at det er en del av en serie med mer.
4. Reklame som har barn og unge som hovedmålgruppe, bør i stor grad unngås.



FREDRIKSTAD KOMMUNE

Idrett og aktivitet

5. Reklamen må ellers være tilpasset Norges idrettsforbunds til enhver tid gjeldende regelverk, samt retningslinjer for markedsføring rettet mot barn og unge i idretten. For øvrig gjelder regler gitt i markedsføringsloven. Det vises til kap. 4 §19. Særlig om beskyttelse av barn;
«Når en handelspraksis rettes mot barn, eller for øvrig kan ses eller høres av barn, skal det vises særlig aktsomhet overfor barns påvirkelighet, manglende erfaring og naturlige godtroenhet. Ved vurderingen av om en handelspraksis er i strid med bestemmelser i eller i medhold av denne lov, skal det tas hensyn til alder, utvikling og andre forhold som gjør barn spesielt sårbare.»
6. Ved uenighet om forståelsen av retningslinjene, er det kommunen ved virksomhet idrett som skal avgjøre hvorvidt reklamen skal tillates eller ikke.

Retningslinjene er vedtatt i Kultur og miljøutvalget, sak 51/17.