**Pressmeddelande:**

**Uppdaterade internationella reklamregler**

**Från den första juli gäller den nya versionen av Internationella Handelskammarens regler för reklam och marknadskommunikation i Sverige. Reglerna har anpassats till det nya reklamlandskapet och gäller globalt.**

En nyhet är tydligare krav på transparens och information i fråga om kommersiella meddelanden kontra redaktionellt material och användargenererat innehåll. I reglerna betonas att alla medier och plattformar inbegripet sociala medier måste följa regelverket. Vikt läggs också vid att det ska vara transparent om att det är reklam och vem som är annonsör. Reglerna gäller bland annat annonsörer, influencers, bloggare, vloggare, affiliatenätverk, dataanalytiker och adtech-företag.

Regelverket är grundläggande för självreglering av reklam samt är en beskrivning av vad som är god marknadsföringssed i marknadsföringslagen. Stiftelsen Reklamombudsmannen (RO) ­– näringslivets generella självreglering för etisk reklam – prövar om anmäld reklam följer reglerna.

- I ett föränderligt medielandskap blir behovet av självreglering och regler som snabbt kan anpassas till nya tekniker och kanaler allt större, säger reklamombudsman Elisabeth Trotzig.

Reglerna som är globala sätter standarden för en hållbar och ansvarsfull marknadsföring, bidrar till ett stärkt konsumentskydd och konkurrens på lika villkor.

- Handel är global, men lagar skiljer sig mellan länder. För att skapa trygghet för företag att göra internationella affärer behövs harmonisering och förutsebarhet. Som globalt regelverk gör koden just det, säger ICC Sveriges generalsekreterare Susanna Zeko.

- Regelverket skapar en gemensam branschpraxis som underlättar för företag att producera reklam som de vet fungerar på fler marknader. Genom att följa reglerna vet de att de håller sig inom gällande etiska ramar, och kan därför lättare agera globalt, fortsätter Susanna Zeko.

Det nya, uppdaterade regelverket gäller från och med den första juli 2019.

Kontakt:

Elisabeth Trotzig, reklamombudsman, 08-662 05 50, [ro@reklamombudsmannen.org](mailto:ro@reklamombudsmannen.org)

Kajsa Persson-Berg, communications manager, 08-440 89 24, [kajsa.persson-berg@icc.se](mailto:kajsa.persson-berg@icc.se)

*Internationella Handelskammaren (ICC) har arbetat för att främja öppenhet och frihandel i 100 år. Idag är ICC världens största globala näringslivsorganisation, med verksamhet i över 100 länder. Organisationen utgör näringslivets röst på den globala arenan, bland annat i FN och WTO. ICC arbetar för att underlätta internationell handel bland annat genom att utveckla verktyg för företags självreglering. Ett av de mest kända är ICC:s Regler för etik i reklam och marknadskommunikation, som gavs ut för första gången 1937.*

*Stiftelsen Reklamombudsmannen är näringslivets självreglering som verkar för en hög etisk nivå i all kommersiell reklam riktad mot den svenska marknaden. Det sker genom prövning om reklam följer Internationella Handelskammarens (ICC:s) regler för reklam och marknadskommun­ikation samt genom information, utbildning och vägledning till marknadens aktörer.*