

4

Politisk annonsering

Visuell märkning och transparensmeddelande



Visuell märkning av annons



Politiska reklammeddelanden måste vara märkta enligt följande specifikation. Märkningen ska vara väl synlig under hela reklammeddelandet.

- Det ska tydligt framgå att det är ett politiskt reklammeddelande i enlighet med vår riktlinje för visuell märkning på slide 10-12.
- Identitet på sponsorn (annonsören/den juridiska person på vars begäran/räkning reklamen sprids) och (om tillämpligt) den som ytterst kontrollerar annonsören.
- Det ska tydligt framgå om annonsen avser ett specifikt val, folkomröstning eller lagstiftnings- eller regleringsprocess om ja, även namnet på vad det rör för val.
- Det ska finnas en direkt hänvisning till ett s.k. transparensmeddelande via en QR-kod som visas tydligt i reklamfilmen. TV4 förser annonsören/mediebyrån med QR-koden och annonsören/mediebyrån ansvarar för att integrera QR-koden i filmen bredvid/i anslutning till märkningen.
- Unik QR-kod och transparensmeddelande krävs för varje annons, och det är annonsören/mediebyråns ansvar att förse TV4 med ett korrekt transparensmeddelande för respektive annons. I de fall annonserna är identiska men olika långa kan samma QR-kod och transparensmeddelande användas.

Dessa villkor ska ha företräde framför TV4:s Allmänna villkor för avtal om annons och sponsring ("Allmänna villkor").

Vid motstridiga uppgifter ska dessa villkor ha företräde före de Allmänna villkoren. Avseende frågor som inte regleras i dessa villkor hänvisas till de Allmänna villkoren.

Transparensmeddelande



Alla politiska reklammeddelanden måste länka eller på annat sätt hänvisa till ett så kallat "transparensmeddelande". **Transparensmeddelandet ska bl. a. ge information om vem som står bakom reklamen, vem som betalat för reklamen, hur mycket som erlagts för reklamen, om reklamen är kopplad till ett val, etc.**

- TV4 tillhandahåller annonsören/mediebyrån med en mall för ett transparensmeddelande som ska fyllas i efter bokad kampanj enligt tidsramen.
- Annonsören/mediebyrån måste inkomma med ett ifyllt transparensmeddelande till TV4 senast 10 arbetsdagar innan kampanjstart.
- I de fall annonsören har flera annonser under samma kampanj måste annonsören/mediebyrån inkomma med ett transparensmeddelande per annons.
 - Om annonsören använder sig av samma reklamfilm nedklippt i olika filmlängder behövs endast ett transparensmeddelande.
- Annonsören/mediebyrån tar fullt ansvar för att alla uppgifter i transparensmeddelandet är korrekta enligt förordningens krav.
- Om information som lämnats till TV4 och som ligger till grund för annonsens märkning eller transparensmeddelande är felaktig, ofullständig eller har ändrats, ska annonsören/ mediebyrån omgående kontakta sin säljare på TV4 och lämna korrigerad information.
- Annonsören/mediebyrån godkänner att den information som krävs enligt förordningen publiceras i anslutning till annonsen i en märkning och ett transparensmeddelande.
- Annonsören/mediebyrån godkänner att TV4 delar information om annonsen och dess transparensmeddelande till behöriga myndigheter, den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online, samt på begäran till andra behöriga enheter.

Dessa villkor ska ha företräde framför TV4:s Allmänna villkor för avtal om annons och sponsring ("Allmänna villkor").

Vid motstridiga uppgifter ska dessa villkor ha företräde före de Allmänna villkoren. Avseende frågor som inte regleras i dessa villkor hänvisas till de Allmänna villkoren.

Riktlinje för visuell märkning av annons

4

Exempel 1



**POLITISKT REKLAM-
MEDDELANDE**

Sponsorns namn [FÖRETAGSNAMN, eller FÖR- OCH EFTERNAMN].
Sponsorn kontrolleras av [FÖRETAGSNAMN, eller FÖR- OCH EFTERNAMN].
Riksdagsvalet 13 september 2026.

TRANSPARENS-
MEDDELANDE



↑
45 pkt

↑
24 pkt

↑
21 pkt

Hög kontrast för läsbarhet (svart mot vit bakgrund).

QR-kod: 111 x 111 pixlar (minimum)
Färg: Text och QR kod: 100% svart.
Bakgrund: Vit
Typsnitt: Helvetica Neue LT std alt.
Sans Serif
Rubrik: 45 pkt Bold, versaler
Övrig text: 24 pkt, Medium
Text "Transparensmeddelande":
21 pkt, versaler

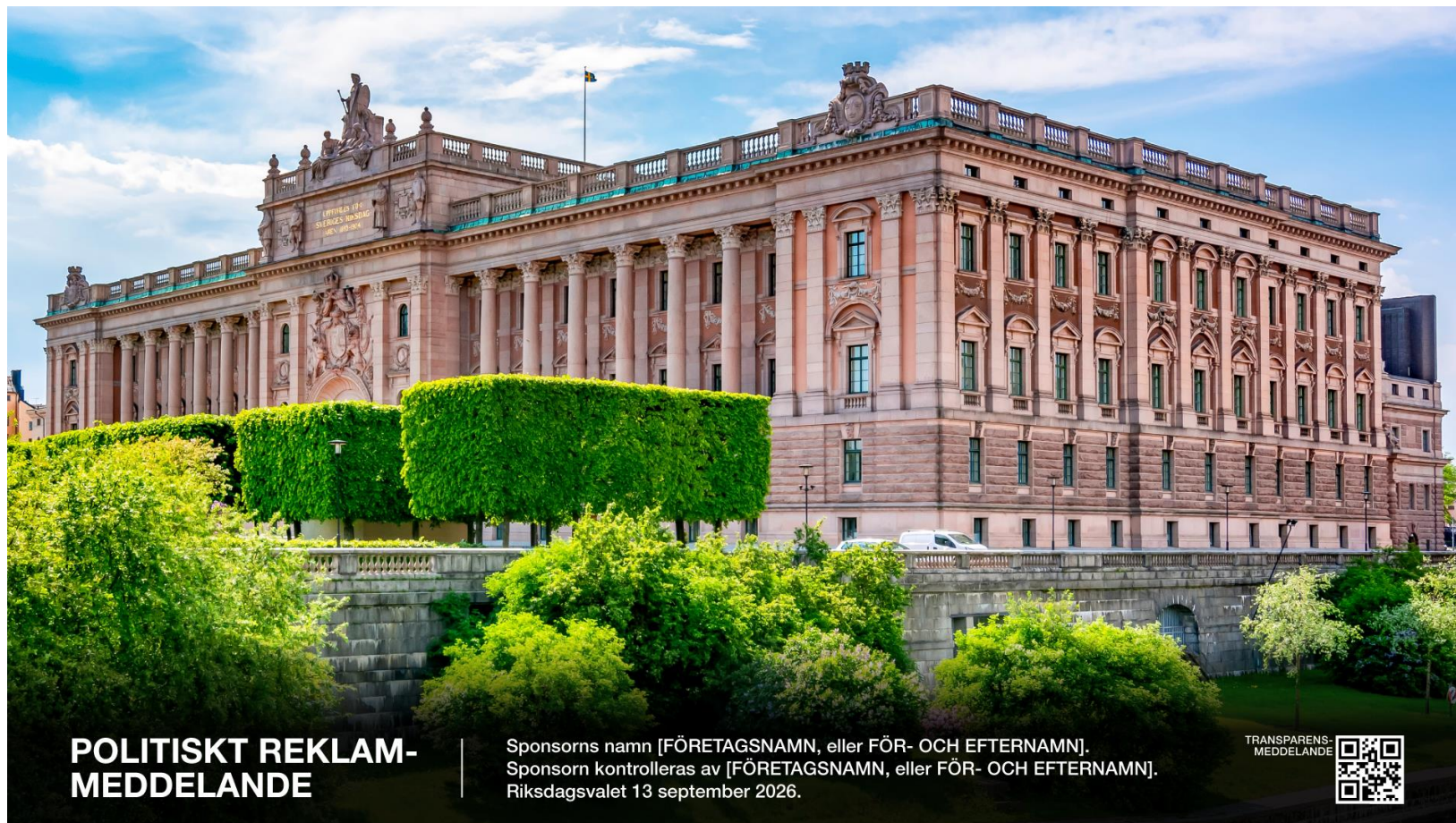
Följ riktlinjerna (Title Safe och Action Safe Area) för broadcast-video (se slide 13).

Angivna mått gäller för Full HD (1920 × 1080 pixlar).

Riktlinje för visuell märkning av annons

4

Exempel 2



↑
45 pkt

↑
24 pkt

↑
21 pkt

Hög kontrast för läsbarhet (vit text mot svart övertoning).

Färg: Text vit

Transparensmeddelande-ruta:
QR-kod: 90 x 90 pixlar (minimum),
100% svart på vit bakgrund.

Bakgrund: Svart, övertoning (90%-0%)

Typsnitt: Helvetica Neue LT std alt.
Sans Serif

Rubrik: 45 pkt Bold, versaler

Övrig text: 24 pkt, Medium

Text "Transparensmeddelande":
21 pkt, versaler

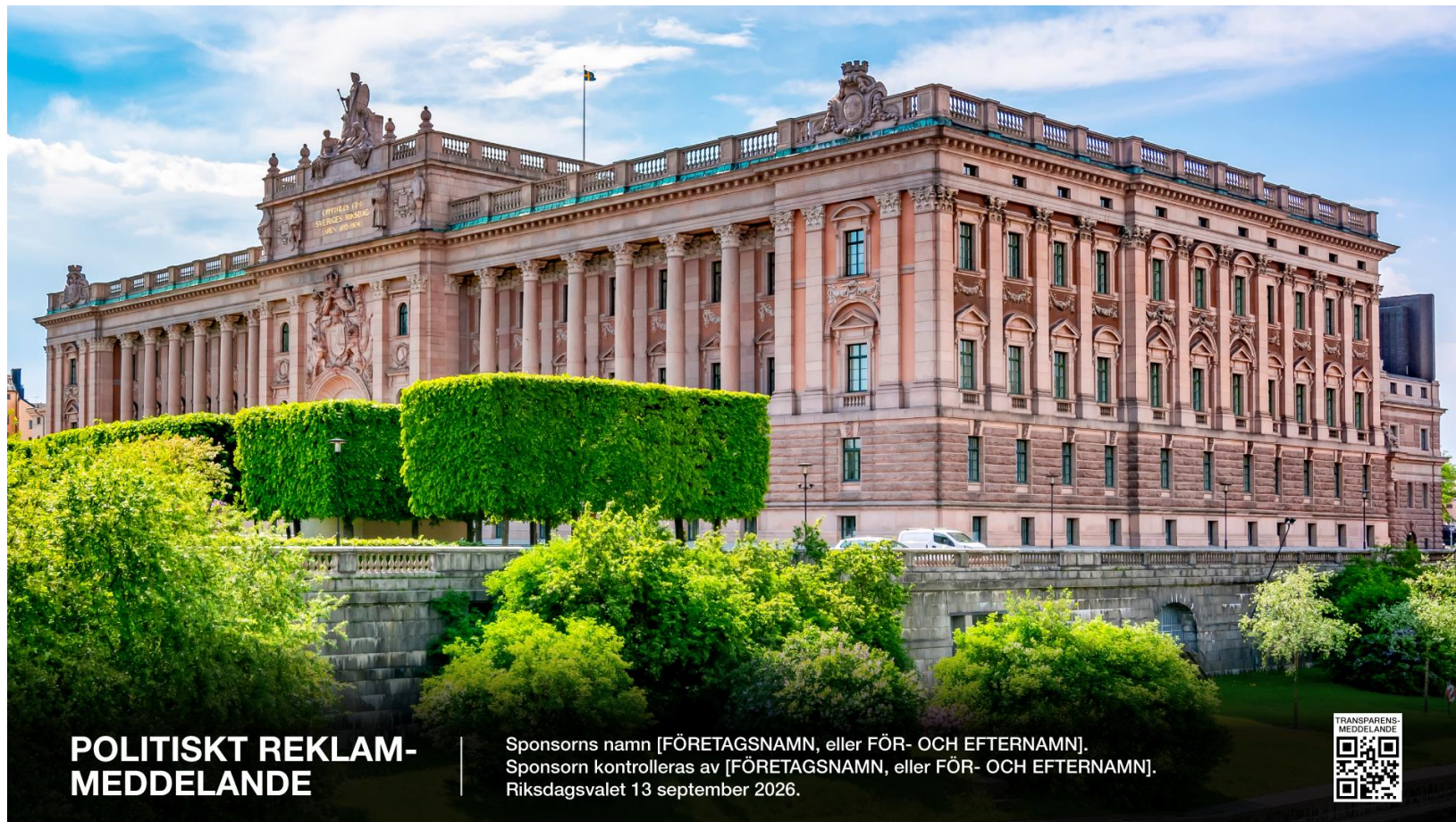
Följ riktlinjerna (Title Safe och Action Safe Area) för broadcast-video (se slide 13).

Angivna mått gäller för Full HD (1920 × 1080 pixlar).

Riktlinje för visuell märkning av annons

4

Exempel 3



Hög kontrast för läsbarhet (vit text mot svart övertoning).

Färg: Text vit
Transparensmeddelande-ruta:
QR-kod: 90 x 90 pixlar (minimum), 100% svart på vit bakgrund. Text 100% svart.
Bakgrund: Svart, övertoning (90%-0%)
Typsnitt: Helvetica Neue LT std alt. Sans Serif
Rubrik: 45 pkt Bold, versaler
Övrig text: 24 pkt, Medium Text "Transparensmeddelande": 21 pkt, versaler

Följ riktlinjerna (Title Safe och Action Safe Area) för broadcast-video (se slide 13).

Angivna mått gäller för Full HD (1920 × 1080 pixlar).

Riktlinje för visuell märkning av annons



Följ riktlinjerna (Title Safe och Action Safe Area) för broadcast-video.

Leverans av annons



- Annons levereras till TV4 senast sju (7) arbetsdagar före kampanjstart. Detta för att TV4 ska ha tid att granska materialet samt att det även skall finnas tid för eventuella korrigeringar av annonsen.
- Leverans av annons anses sedan fullgjord när annons är godkänd, och när annonsören tillhandahållit alla uppgifter som krävs enligt den nya EU-förordningen, samt när kraven i TV4:s vid var tid gällande tekniska specifikationer är uppfyllda. De finns tillgängliga på <https://spotlightplanning.tv4.se/>.
- Annons ska vara fullt levererad av annonsör, inklusive eventuella korrigeringar samt godkänd av TV4, senast sju (7) arbetsdagar före första sändningsdag.
- Om annons levereras fullt ut senare än sju (7) arbetsdagar före första sändningsdag skall annonsör ersätta TV4 med femtusen (5 000) kronor per försenad annons. Kampanjstart riskerar också att flyttas.
- Vid ett eventuellt byte av annons under pågående kampanj behöver TV4 sju (7) arbetsdagar på sig att byta ut annonsen, detta för att TV4 skall hinna granska materialet.

Dessa villkor ska ha företräde framför TV4:s Allmänna villkor för avtal om annons och sponsring ("Allmänna villkor").

Vid motstridiga uppgifter ska dessa villkor ha företräde före de Allmänna villkoren. Avseende frågor som inte regleras i dessa villkor hänvisas till de Allmänna villkoren.