

POLICY FÖR ANNONSER/ANNONSBILAGOR

**Ansvarig utgivares policy för annonser/annonsbilagor i Tidnings AB Nya Dagens samtliga publikationer:
Dagen, Dagen.se, Nod och fixakarleken.se**

Grundläggande regler för annonsering i Tidnings AB Nya Dagens publikationer finns i "Spelregler för press, radio och TV" utgiven av Pressens samarbetsnämnd, som sammanfattar de etiska regler vilka skall gälla publicistisk verksamhet.

Annonspolicyn för Tidnings AB Nya Dagens publikationer är i grunden generös. Det innebär att företaget i positiv anda prövar all annonsering. Ansvarig utgivare har dock rätt att vägra införa annonser som inte är förenliga med publikationens allmänna policy, image, ideologiska grund, pressetiska regler eller tryckfrihetslagstiftning, utan att behöva ange skäl därför. Detta gäller både åsikts- och kommersiell annonsering, bland annat på grund av etiska aspekter kring speciella varor som alkohol, porr, etc. Företaget kan också med hänsyn till de olika publikationernas läsare vädja till annonsörer att vara återhållsamma med utmanande budskap och/eller bilder.

- Vi tar inte in annonser som marknadsför spel och dobbel, inte heller alkohol och tobak, eller sexistiska anspelningar.
- Vi tackar även generellt nej till annonser – utan 90-konto – som uppmanar till insamling.
- Vi undviker annonser med religiöst innehåll som inte stämmer överens med en bred kristen huvudinriktning.
- Annonser som vänder sig till barn och unga kräver speciell uppmärksamhet. Det gäller varor och tjänster, men även läger och konferenser. Vi upplåter inte annonsplats som vänder sig till barn och ungdomar utifrån sexuella preferenser.

Trovärdighet Tidnings AB Nya Dagens publikationer verkar i en miljö där hög trovärdighet och etik förväntas råda. Detta gäller tidningens redaktionella arbete, men även vid annonsering. Det innebär att annonsörer med tvivelaktigt förtroende och rykte inte får annonsplats i Tidnings AB Nya Dagens publikationer.

Annonsbudskap med tvetydigt syfte ska inte förekomma. Begärd placering i anslutning till specifik redaktionell artikel, där till exempel annonsören är nämnd, medges inte. Annonser skall också vara utformade så att de är lätt urskiljbara från redaktionellt material. Förväxling mellan redaktionellt material och reklambudskap skall ej kunna förekomma. Ansvarig utgivare kan utan särskild motivering kräva att annonser tydligt annonsmärks för att förväxling ej skall kunna ske. Annonsmärkning av helsidor sker enligt nedan:

ANNONS	Denna sida är en annons från NN	ANNONS
ANNONS	Denna sida är en annons från NN	ANNONS

Bården anpassas till annonsens storlek:

Annonsens bredd	Bårdens höjd	Text
150 mm– 251 mm	6 mm	12 p
– 149 mm	5 mm	10 p

Ramen sätts med 0,5 pt linje. Bården kan göras som en ram eller en platta med negativ text, i svart/vit (ej gråskala eller färg). Vid utfallande tryck kan bården inkopieras med negativ eller positiv text. Typsnittet skall vara en grotesque; Franklin, Helvetica, Frutiger eller liknande. Ordet "annons" kan för icke-vinstdrivande organisationer utbytas mot "information".

Insamlingar I Tidnings AB Nya Dagens publikationer kan de organisationer annonsera om insamling, vilka är godkända av SFI, Svensk Insamlingskontroll, och därmed har 90-konto, eller där insamlingen är inordnad i ett sammanhang där samfund/kyrka godkänd av SST, Samarbetsnämnden för statsbidrag till trossamfund, står bakom insamlingen. Övriga insamlingsprojekt bedöms från fall till fall.

Annonregler för profilplats och åsiktsannonsering

Särskilda regler gäller för annonsering som påverkar tidningens profil.

1. Annonsering på tidningen Dagens förstasida: För annonsering på publikationers förstasida ställs ännu högre krav på ovan givna regler. Då förstasidan på tidningen Dagen så starkt förknippas med varumärket Dagen får åsiktsannonsering EJ förekomma här. Annonser på förstasidan skall i första hand vara kommersiella, dvs där varor eller tjänster annonseras.

För annonsering med placering Ettan gäller följande undantag till ovan: 1) insamlingsorganisationer som innehar 90-konto och där syftet med annonsen är att bygga varumärke/samla in pengar till välgörande ändamål samt 2) ideella organisationer som önskar marknadsföra konserter med inträde.

För s k Memostick i Dagen gäller följande undantag till ovan: 1) kristna samfund godkända av SST som önskar annonsera konferenser, 2) insamlingsorganisationer som innehar 90-konto och där syftet med annonsen är att bygga varumärke/samla in pengar till välgörande ändamål samt 3) ideella organisationer som önskar marknadsföra konserter med inträde.

2. Annonsering på placering Toppen på Dagens mobilsajt: Då Annonsplaceringen Toppen med sin placering högst upp på m.dagen.se och sin dominerande storlek så starkt förknippas med Dagens varumärke får åsiktsannonsering EJ förekomma här. Annonser på placeringen Toppen skall i första hand vara kommersiella, dvs där varor eller tjänster annonseras. Undantag till ovan är 1) insamlingsorganisationer som innehar 90-konto och där syftet med annonsen är att bygga varumärke/samla in pengar till välgörande ändamål samt 2) ideella organisationer som önskar marknadsföra konserter med inträde.

3. Dominerande annonsörer: Ansvarig utgivare kan från fall till fall komma att begränsa en enskild annonsör och dennes genomslag i samtliga produkter.

4. Åsiktsannonsering: Beträffande åsiktsannonsering hänvisas till de regler som står att läsa i "Spelregler för press, radio och TV".

MÄRKNING AV ANNONSBILAGOR

Reklamidentifiering Läsarna skall, utan att tveka, redan vid ett hastigt påseende kunna skilja mellan framställning i tidning/tidskrift som härrör från redaktionen (redaktionellt material) och sådan framställning som har annan avsändare, dvs annonser eller annat av icke redaktionellt ursprung. Därför skall trycksaker som ibladas i Tidnings AB Nya Dagens publikationer märkas enligt de normer som fastställts av TU.

Ansvarig utgivare bär ansvar för allt material som bifogas tidningen, även reklambladningar. En komplett skiss/dummy av trycksaken skall därför vara tidningen tillhanda i god tid innan tryckstart, gäller samtliga ibladningar.

Grundregeln är att ibladningar skall utformas så att det tydligt framgår att det är fråga om reklam. Det skall också tydligt framgå vem som är budskapets avsändare.

Nedan följer åtgärder som skall/kan vidtas i kombination eller var för sig:

- Ibladningens omslagssidor skall ha en tydlig avsändare som markerar att det är fråga om reklam.
- Ibladningens utformning skall tydligt skilja sig från Dagens och dess bilagors utformning gällande typsnittsval, rubrikutformning, spaltuppbyggnad och layout.
- Hänvisning liknande "Till dig som läser Dagen" eller "Till dig som prenumerant" får inte användas.

Annonsmärkning I de fall där ibladningen är av ickekommersiell typ (tex insamling eller information) skall ibladningen alltid annonsmärkas oavsett format. I de fall det är tveksamt om grundregeln ovan är uppfylld, skall ibladningen annonsmärkas. Ibladningar med redaktionellt innehåll och/eller ibladningar i formaten tabloid, mini-tabloid och magasin skall alltid annonsmärkas. Generellt gäller annonsmärkning på första och sista sidan i överkant, över hela sidan med en bård enligt nedan. Ibladningar tryckta på tidningspapper samt ibladningar med redaktionell text skall märkas på samtliga sidor.

ANNONS	Hela denna bilaga är en annons från NN	ANNONS
ANNONS	Hela denna bilaga är en annons från NN	ANNONS

Bården anpassas till trycksakens storlek:

Trycksakens bredd	Bårdens höjd	Text
300 mm– 397 mm	8 mm	14 p
150 mm– 299 mm	6 mm	12 p
– 149 mm	5 mm	10 p

Ramen sätts med 0,5 pt linje. Bården kan göras som en ram eller en platta med negativ text, i svart/vit (ej i gråskala eller färg). Vid utfallande tryck kan bården inkopieras med negativ eller positiv text. Typsnittet skall vara en grotesque; Franklin, Helvetica, Frutiger eller liknande. Ordet "annons" kan för icke-vinstdrivande organisationer utbytas mot "information".

Vilka sidor skall märkas

Annonsmärkning skall göras på samtliga sidor med redaktionell text. Undantag kan göras för följande:

- Rena annonssidor
- Då första sidan är utan avsändare, men övriga sidor är fulla med prissatta produkter, räcker det att omslagssidorna är markerade.

Bilagor med flera annonsörer

Godkänns generellt inte. Kan undantagsvis göras efter godkännande av Dagen. I de fallen offereras priset för ibladningen.

Dummy Ansvarig utgivare för Tidnings AB Nya Dagens publikationer ansvarar för material som bifogas tidningen, även reklam-ibladningar. En komplett skiss/dummy av trycksaken skall därför vara Dagen tillhanda i god tid innan tryck av ibladningen.

Pdf mailas till försäljningschef anders.axklo@dagen.se och säljaren.

Vid frågor, kontakta försäljningschef Anders Axklo, 08-619 24 21, anders.axklo@dagen.se.