



# Lansering

## ICC:s regler för reklam och marknadskommunikation

INBJUDAN

God marknadsföringssed, vikten av självreglering men framförallt framgångsrik strategisk marknadsföring är nyckelord när ICC lanserar de nya reviderade reglerna för reklam och marknadskommunikation.

Regelverket uppmärksammar de nya tekniska förutsättningarna för att mer träffsäkert nå ut riktat på internet och utgör även grund för en global harmonisering av marknadsföringsregler. En anpassning till regelverket främjar möjligheten att framgångsrikt och gränsöverskridande sprida marknadskommunikation.

ICC:s uppdaterade version av marknadsföringsreglerna innehåller bland annat regler om beteendebaserad online annonsering (OBA), restriktioner för marknadsföring till barn, krav på öppenhet kring digital kommunikation och sociala medier samt riktlinjer för ansvarsfull, miljö- och klimatvänlig marknadskommunikation.

### Praktisk information

**Onsdag den 26 oktober 2011**

Kl. 13.30 – 16.30

*Registrering och kaffe från kl. 13.00.  
Efterföljande mingel.*

Mannheimer Swartling  
Norrländsgatan 21 Stockholm

Anmäl dig **HÄR**

*Vid återbud senare än den 25 oktober, no-show 500 kr*

För mer information:  
ICC Tel: +46 8 440 89 20

## Välkommen till en spännande och lärorik eftermiddag!

### Nyheter - Helen Waxberg och Henrik Nilsson

Advokat *Helen Waxberg*, Mannheimer Swartling, ordf. Svenska ICCs Marknadsföringskommitté och advokat *Henrik Nilsson*, Com Advokatbyrå och ordförande IAB Sveriges Legal Task Force, klargör koden och uppmärksammar nyheter.

### En etisk kompass i marknadskommunikationen – Elisabeth Trotzig

Reklamombudsman, *Elisabeth Trotzig*, berättar om hur självreglering fungerar och ger ett stort antal exempel på hur RO och RON tillämpar ICC:s regler i praktiken. Med både friade och fälda kampanjer, beskrivs vad man bör tänka på och undvika för att hålla en hög etisk nivå i sin reklam och marknadskommunikation.

### Utsikt med insikt – Peje Emilsson

*Peje Emilsson*, ordförande Stockholms Handelskammare, Kreab Gavin Anderson och Kunskapsskolan Education, ger en internationell utblick från sitt arbete som ordförande 2008 – 2010 i ICC:s arbetsgrupp BARMA, Business Action for Responsible Marketing and Advertising.

### Finding the lost customer – Halvard Kristiansen

Behavioral Targeting, en produkt för framtiden, hur ser framtiden ut för beteendebaserad annonsering i Sverige?  
*Halvard Kristiansen*, Schibsted-BT med ansvar för OBA.

### I transparensens tidevarv – Helena Westin

Nu syns och synas allt. Det har aldrig varit så enkelt att bli omtyckt, men heller aldrig gått fortare att bli dömd. Utdömd och bortglömd. *Helena Westin*, Tre Kronor Media & Reklam, kommer att dela med sig av både goda och dåliga exempel på när den kommersiella kommunikationen snubblat på sig själv.

**Det här är ett unikt tillfälle att tillgodogöra sig kunskaper om den nya kommunikationsvärldens spelregler samt få ett exemplar av det nya regelverket. Antalet platser är begränsat, välkommen med din anmälan!**

i samarbete med

