

## 12) Artikel 10 affattes således:

## »Artikel 10

1. Fjernsynsreklamer og teleshopping skal klart kunne identificeres som sådanne og skal holdes klart adskilt fra det øvrige program med optiske og/eller akustiske midler.

2. Isolerede reklame- og teleshoppingindslag må kun undtagelsesvis forekomme.

3. Ved reklamer og teleshopping må der ikke benyttes subliminale teknikker.

4. Skjult reklame og teleshopping er forbudt.\*

## 13) Artikel 11 affattes således:

## »Artikel 11

1. Fjernsynsreklamer og teleshoppingindslag skal placeres mellem udsendelserne. Hvis betingelserne i stk. 2-5 er opfyldt, kan reklamer og teleshoppingindslag ligeledes placeres inde i udsendelserne, når det sker på en sådan måde, at udsendelsernes integritet og værdi ikke berøres — idet der tages hensyn til naturlige ophold i programmet og dets længde og art — og der ikke gribes ind i rettighedshavernes rettigheder.

2. I udsendelser, der består af uafhængige dele, eller i sportsudsendelser og lignende udsendelser med indbyggede pauser må reklamer og teleshoppingindslag kun placeres mellem de enkelte dele eller i pauseerne.

3. Transmissioner af audiovisuelle værker som f.eks. spillefilm og tv-film (med undtagelse af serier, føljetoner, lette underholdningsudsendelser og dokumentarfilm) kan, hvis deres programsatte varighed overstiger 45 minutter, afbrydes én gang for hver periode på 45 minutter. Endnu en afbrydelse er tilladt, hvis den programsatte varighed er mindst 20 minutter længere end to eller flere samlede perioder på 45 minutter.

4. Hvis andre udsendelser end dem, der er omfattet af stk. 2, afbrydes af reklamer eller teleshoppingindslag, bør der gå mindst 20 minutter mellem de enkelte afbrydelser af udsendelsen.

5. Der må ikke placeres reklamer og teleshopping i transmissioner af gudstjenester, Nyhedsudsendelser, aktualitetsudsendelser, dokumentarfilm, religiøse udsendelser og børneudsendelser, hvis programsatte varighed er under 30 minutter, må ikke afbrydes af reklame eller af teleshopping. Er den programsatte

varighed mindst 30 minutter, gælder bestemmelserne i ovenstående stykker.\*

## 14) I artikel 12 affattes indledningen således:

»Fjernsynsreklamer og teleshopping må ikke:»

## 15) Artikel 13 affattes således:

## »Artikel 13

Alle former for fjernsynsreklamer og teleshopping vedrørende cigaretter og andre tobaksvarer er forbudt.\*

## 16) I artikel 14 bliver den nuværende tekst stk. 1, og følgende stykke tilføjes:

»2. Teleshopping vedrørende lægemidler, der er omfattet af en markedsføringstilladelse som omhandlet i Rådets direktiv 65/65/EØF af 26. januar 1965 om tilnærmelse af lovgivningen om lægemidler (7), og teleshopping vedrørende medicinsk behandling er forbudt.

(7) EFT nr. 22 af 9.2.1965, s. 369/65, specialudgave 1965-1966, s. 17. Direktivet er senest ændret ved direktiv 93/39/EØF (EFT nr. L 214 af 24. 8. 1993, s. 22).\*

## 17) I artikel 15 affattes indledningen således:

»Fjernsynsreklamer og teleshopping vedrørende alkoholholdige drikkevarer skal opfylde følgende kriterier:»

## 18) I artikel 16 bliver den nuværende tekst stk. 1, og følgende stykke tilføjes:

»2. Teleshopping skal være i overensstemmelse med kravene i stk. 1 og må ikke tilskynde mindrerige til at indgå kontrakter om køb eller leje af varer og tjenesteydelser.«

## 19) I artikel 17 foretages følgende ændringer:

## a) Stk. 2 affattes således:

»2. Fjernsynsprogrammerne må ikke sponsoreres af foretagender, hvis hovedvirksomhed er fremstilling eller salg af cigaretter og andre tobaksvarer.«

## b) Stk. 3 bliver stk. 4, og følgende stykke indsættes:

»3. Såfremt foretagender, hvis virksomhed omfatter fremstilling eller salg af lægemidler og medicinsk behandling, sponsorerer fjernsynsprogrammer, må denne sponsorering kun fremme foretagendets navn eller image, men ikke bestemte lægemidler eller medicinske behandlinger, der er receptpligtige i den medlemsstat, under hvis jurisdiktion tv-spretningsforetagendet hører.«