**Översättning Version 2, 2024-09-06**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

## **3. General Definitions in the Code**

The following general definitions apply throughout the Code. Terminology relating to a specific chapter or subsection is defined in that chapter or subsection.

For the purposes of this Code, the term:

## \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3. Allmänna definitioner**

Följande definitioner gäller för koden i sin helhet. De termer som endast förekommer i de särskilda kapitlen A-E och deras underavdelningar definieras där. Termerna redovisas i den engelska originaltextens bokstavsordning.

* **“advertising”** or “**advertisement”** means any form of marketing communications carried by the media, typically in return for payment or other valuable consideration

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Reklam***– varje form av marknadskommunikation som sprids via media, typiskt sett mot

betalning eller annan ersättning;

* **“affiliate link”** is a URL that contains a unique identifier (affiliate ID or code) assigned to an individual or entity known as an affiliate, used in affiliate marketing programs to track the traffic and sales generated by the affiliate. When someone clicks on an affiliate link and makes a purchase or completes a desired action, the affiliate earns a commission or a predetermined referral fee

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Affiliatelänk*** – en URL(webblänk) som innehåller en unik identifiering (affiliate-ID eller kod) som är anknuten till en affiliate, vilken kan vara en individ eller ett företag . En sådan länk används i marknadsföring för att spåra trafik och försäljning som genereras av en affiliate. När någon klickar på en affiliatelänk, gör ett köp eller fullföljer en efterfrågad åtgärd erhåller aktuell affiliate provision eller en fastställd ersättning ;
* **“children”** refers to consumers aged 12 years and under

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Barn*** *–* personer som är 12 år eller yngre[[1]](#footnote-1);
* **“claim”** means any statement made by marketers or on their behalf in the context of a marketing communication about a product, a brand, or the business activity, objectives and aspirations of a person, a company or some other organisation. Claims can relate to product characteristics or performance, price and economic benefits, health effects or environmental impact, and more. A claim can take the form of a direct statement or by implication. Any means capable of conveying a message can be used to make a claim – text, image, colour, sound in whatever form and combination, and in any media. Claims can also be contained in logos, private labels, signs and other marks. The combination of elements used in a marketing communication provides the net impression of a claim and control how it is interpreted

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Påstående*** – uttalande som framförs av en marknadsförare eller för dennes räkning inom ramen för en marknadskommunikation och som hänför sig till en produkt, ett varumärke eller den verksamhet som bedrivs av en person, ett företag eller en organisation ; det kan också gälla mål och målsättningar. Ett påstående kan avse produktegenskaper eller prestanda, pris och ekonomiska fördelar, hälsoeffekter eller miljöpåverkan m m. Ett påstående kan vara uttryckligt eller underförstått. Alla sätt att framföra ett meddelande kan användas för att göra ett påstående – inbegripet alla former av text, bild, färg eller ljud och varje kombination av dessa och oavsett media. Påståenden kan också inrymmas i en logo, i egen märkning, tecken och andra figurer. Det samlade intrycket av de olika inslag som förekommer i marknadskommunikationen bestämmer hur ett påstående ska tolkas och således vilken innebörd det har.;
* **“consumer”** means any person who can reasonably be expected to be affected by marketing communications, whether as a private individual or as a commercial customer or user

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Konsument***– var och en som rimligen kan antas vara berörd av marknadskommunikationen ifråga, oavsett vederbörande är slutlig konsument eller kund i näringsverksamhet;
* **“data driven marketing”** is the communication, by whatever means, of advertising or marketing material based on the processing of data (personal or non-personal) acquired through direct interactions with individuals or through third parties to gain insights on, for example, customer interests, trends and behaviour

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Datadriven marknadsföring*** – kommunikation, oavsett tillvägagångssätt, av reklam eller annat marknadsföringsmaterial som baseras på behandling av personuppgifter eller andra data vilka inhämtats genom direkt interaktion med individer eller via tredjeparter för att få insikter om exempelvis kunders intressen, trender och beteenden;
* **“digital interactive media”** refers to the full range of media, platforms and tracking technologies, including mobile, video, addressable TV, social media, Internet of Things (IoT)[[2]](#footnote-2), wearables, and cross-device tracking, AI and associated algorithms

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Digitala interaktiva medier[[3]](#footnote-3)***– alla slags medier , plattformar, spårningstekniker, inbegripet mobil kommunikation, videoklipp, s.k. addressable TV, sociala medier, Internet of Things (IoT)[[4]](#footnote-4), s.k. wearables och s.k. cross device tracking, AI samt associerade algoritmer;
* **“direct marketing”** is the communication, by whatever means, of advertising or marketing material carried out by a direct marketer itself or on its behalf, and which is delivered to particular individuals using their personal contact information (including mailing address, telephone number, email address, fax, personal social media account handle, and the like, but for the avoidance of doubt, excluding online advertising displayed within a website, app or other property visited by the individual)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Direktmarknadsföring*** – kommunikation, oavsett tillvägagångssätt, av reklam eller annat marknadsföringsmaterial utförd av en direktmarknadsförare själv eller för dennes räkning och som skickas till utvalda individer baserat på deras personliga kontaktuppgifter (inbegripet postadress, telefonnummer, e-postadress, fax, personligt användarnamn i sociala media och liknande). Reklam som visas på en webbplats, i en app eller genom annan liknande teknik omfattas inte;
* **“influencers”** refers to individuals, organisations or machine-created or controlled representations i.e. avatars, who mainly use social media platforms to communicate and interact with their audiences including followers. In that context they may shape audience attitudes for commercial purposes, based on brand partnerships. However, they can also act outside any such arrangement, e.g. when promoting their own brand and products. In that case they are considered marketers (see definition below). Those who match this definition are covered by it even if they appear under a different name, such as creator or brand ambassador. It also includes those with a relatively small number of followers

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Influencers*** – personer eller företag, samt avatarer, dvs maskinproducerade eller -styrda figurer som huvudsakligen använder sociala medieplattformar för att kommunicera med sina följare och övriga mottagare . I det sammanhanget kan de i kommersiellt syfte och som ett led i samarbeten med olika företag påverka mottagarnas attityder. De kan också agera vid sidan om sådana arrangemang, t ex genom att främja sitt eget varumärke eller egna produkter. I så fall är de att anse som marknadsförare (se definition nedan). De som uppfyller kriterierna i denna definition omfattas av den även om de framträder under en annan beteckning som t ex kreatör eller varumärkesambassadör . Definitionen omfattar även de med relativt få följare ;
* **“Influencer marketing communications”** means marketing communications conveyed by an influencer

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Influencerkommunikation*** – marknadskommunikation som framförs av en influencer;
* **“marketer”** refers to persons or companies, including advertisers, sales promoters and direct marketers, who or on whose behalf marketing communications are published or disseminated for the purpose of promoting their products or influencing consumer behaviour

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Marknadsförare***– näringsidkare, dvs. personer och företag som själva eller för vilkas räkning marknadskommunikation publiceras eller sprids för att främja produkters avsättning eller tillgången till sådana eller för att påverka konsumenters beteenden;
* **“marketing communications”** includes advertising as well as other techniques, such as promotions, sponsorships, direct marketing, data driven marketing and digital marketing communications, and should be interpreted broadly to mean any communications produced directly by or on behalf of marketers intended primarily to promote products or to influence consumer behaviour. Likewise, when influencers create content for their own brands or products, or use affiliate links in their content, such content is marketing communications

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Marknadskommunikation***– reklam och andra metoder som t.ex. säljfrämjande åtgärder,

sponsring, direktmarknadsföring, datadriven marknadsföring och digital marknadskommunikation; begreppet ska ges en vid innebörd och inbegriper alla meddelanden som framställts av marknadsföraren själv eller för dennes räkning med huvudsakligt syfte att främja avsättningen av eller tillgången till produkter eller för att påverka konsumenters beteenden. På samma sätt utgör innehåll som skapats av en influencer för dennes eget varumärke eller egna produkter marknadskommunikation, liksom när affiliatelänkar används;

* **“mobile”** refers to mobile phones and wireless devices (such as, but not limited to, portable game consoles, tablets, wrist watches, etc.) which a user can call from and interact with, which require a subscriber identity module (SIM) card or personal identifier for the user

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Mobilteknik***– mobiltelefoner, trådlösa enheter, som t ex bärbara spelkonsoler, läs- och surfplattor och s.k. smart watches, vilka användaren kan koppla upp sig från och interagera med och som kräver att denne har ett SIM-kort eller annan teknisk lösning är knuten så att användaren identifieras.
* **“offer”** means any presentation or solicitation for the sale or purchase of products

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Erbjudande*** - framställning som syftar till att sälja eller köpa produkter;
* **“personal data”** means any information relating to an identifiable individual and does not include anonymised information

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Personuppgift*** – varje uppgift som avser en identifierbar fysisk person; häri inbegrips inte anonymiserade uppgifter;
* “**preference service”** (“Robinson List”) means the administration and operation of a suppression file of consumers who have registered a wish not to receive unsolicited direct marketing communications using a specific medium, against which marketing lists are matched

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Spärregister****[[5]](#footnote-5)* – ett register över konsumenter som har anmält att de inte önskar erhålla

obeställd direktmarknadsföring via vissa medier , mot vilket företags marknadsföringsregister körs (”tvättas”);

* **“product”** refers to anything that constitutes the subject of an advertisement; this usually means physical products (goods) or services, but is not restrictive and includes energy, investments, software and real estate; as well as facilities, activities and processes. Where appropriate the Code may be applied more widely, e.g. to concepts

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Produkt***– det som marknadskommunikationen avser; vanligen varor, tjänster eller andra nyttigheter som energi, investeringar, mjukvara, fast egendom och även aktiviteter och processer. Begreppet kan också där så är lämpligt ges en mer allmän och vidare innebörd och omfatta t ex koncept;
* **“research”** which includes all forms of market, opinion and social research, including data analytics applied for research purposes, means the systematic gathering, analysis and interpretation of information about individuals and organisations. It uses the statistical and/or analytical methods and techniques of the applied social, behavioural, data and other sciences to generate insights and support decision-making by providers of goods and services, governments, non-profit organisations and the general public

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Undersökning*** – systematisk insamling och tolkning av information om individer och företag och andra organisationer; alla former av marknads-, opinions- och samhällsundersökningar omfattas, liksom dataanalys som tillämpas i samband därmed. Undersökningar genomförs med hjälp av statistiska och/eller analytiska metoder och tekniker hämtade från tillämpad samhälls-, data- och beteendevetenskap och även andra vetenskapsområden för att få ökad insikt eller underlag för beslut hos leverantörer av varor och tjänster, myndigheter, ideella organisationer och allmänheten[[6]](#footnote-6);
* **“teens”** means those individuals aged 13 – 17 years

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* ***Ungdomar***– personer som är 13 – 17 år.

1. The ICC Toolkit: Marketing and Advertising to Children, provides more details regarding research on age 12 as a reference age for the application of rules on marketing, advertising and data collection involving children. Local laws may define “children” differently.

   \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

   I ICC:s Toolkit ”Marketing and Advertising to Children” finns mer information om forskning kring 12 år som referensålder för tillämpning av regler om marknadsföring till barn och om insamling av personuppgifter från dem. Nationell lagstiftning kan ha andra definitioner av ”barn”. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. I denna definition förekommer flera engelska uttryck som är svåröversatta eftersom det saknas motsvarande svenska ord och facktermer. De engelska begreppen används alltså även i svenskt tal och text. ”Addressable TV” kan beskrivas som målgruppssegmenterad eller riktad TV; med ”wearables” menas e-tillbehör som man bär på sig, t ex digitala klockor med kommunikationsteknik (”smart watches”); ”tracking” (spårning) innebär att beteenden på nätet kartläggs för att kunna skicka reklam som är anpassad till mottagarens surfande på olika webbplatser från en viss enhet - vid ”cross-device tracking” följs konsumentens rörelser på nätet när denne använder flera olika enheter (mobil, surfplatta, laptop etc), se vidare artikel C17.6 i Kapitel C. [↑](#footnote-ref-3)
4. På svenska även ”sakernas internet”. . [↑](#footnote-ref-4)
5. I Sverige främst NIX-telefon och NIX-adresserat, men även Spelpaus samt företagens egna spärrlistor. [↑](#footnote-ref-5)
6. Definitionen är likalydande med motsvarande i ICC/ESOMAR International Code on Market Opinion and Social Research and Data Analytics. [↑](#footnote-ref-6)