

## Politiskās reklāmas marķēšanas specifikācijas

### Out of Home Media

Angola  
Australia  
Austria  
Azerbaijan  
Bahrain  
Belgium  
Botswana  
Brazil  
Bulgaria  
Cameroon  
Canada  
Chile  
Colombia  
Costa Rica  
Croatia  
Czech Republic  
Denmark  
Ecuador  
El Salvador  
Estonia  
Eswatini  
Finland  
France  
Gabon  
Germany  
Guatemala  
Hungary  
Honduras  
India  
Ireland  
Israel  
Italy  
Ivory Coast  
Japan  
Kazakhstan  
Korea  
Latvia  
Lesotho  
Lithuania  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Mexico  
Mongolia  
Mozambique  
Myanmar  
Namibia  
New Zealand  
Nicaragua  
Nigeria  
Norway  
Oman  
Panama  
Peru  
Poland  
Portugal  
Qatar  
Saudi Arabia  
Singapore  
Slovakia  
Slovenia  
South Africa  
Spain  
Sweden  
Switzerland  
Tanzania  
Thailand  
The Dominican Republic  
The Netherlands  
Uganda  
Ukraine  
United Arab Emirates  
United Kingdom  
United States  
Uruguay  
Zambia  
Zimbabwe

### Politiskās reklāmas marķēšanas specifikācijas.

Balstoties uz ES Regulu 2024/900, uz ikvienas reklāmas ir jābūt marķējumam, kas ietver ziņas par sponsoru, reklāmdevēju, finansējuma avotu, reklāmas kampaņas un reklāmas apjomu, kā arī mērķi, ar ko reklāma saistīta (piem., Saeimas vēlēšanas 2026).

Marķējuma informāciju sagatavo JCDecaux, kad informācija par sponsoru ir sniegta medijam. JCDecaux šo informāciju – QR kodu uz mājas lapas saiti, kur atrodams pārredzamības paziņojums, un sponsora nosaukumu, sagatavo un iesniedz reklāmdevējam, kurš, savukārt, to nodod maketētājam. Maketētājam marķējums jāiekļauj digitālajā vai drukas materiālā, lai uz katra materiāla parādītos marķējums.

### Marķējums uz reklāmas:

1. Vizuāli marķējumi ir salasāmi, atbilstoša izmēra un piemērotas formas fontos (viegli salasāmos), pielāgojoties publicēšanas medijam un izmantojot pietiekamu kontrastu, kā arī ar pietiekamu atstarpi starp burtiem, rindām un rindkopām.
2. QR kodu - **tieši** noved pie pārredzamības paziņojuma. Kodi ir ar augstu kontrasta pakāpi attiecībā pret marķējumu fona krāsu un tādā izmērā, kas ir viegli salasāms ar vispārpieejamiem QR kodu lasītājiem. Gan medija, gan reklāmdevēja uzdevums ir atkārtoti pārliecināties, ka QR kods strādā pirms tā uzlikšanas uz drukas failiem, un gadījumā, ja nestrādā par to ziņot medijam.
3. Marķējumu parasti ietver vienā drukātā rāmītī.
4. Marķējumu un pārredzamības paziņojumu norāda ar augstu kontrasta pakāpi attiecībā pret fonu.
5. Marķējuma izmēram jābūt ne mazākam par vienu desmito (1/10) no kopējā reklāmas laukuma.
6. Ja politiskās reklāmas dara pieejamas video formātā, vizuālos marķējumus rāda visu politiskās reklāmas laiku.