

The BCI General Advertising Code



Broadcasting Commission of Ireland
Coimisiún Craolacháin na hÉireann

BROADCASTING COMMISSION OF IRELAND
2 - 5 WARRINGTON PLACE, DUBLIN 2
TEL: + 353 1 644 1200 FAX: + 353 1 644 1299
EMAIL: INFO@BCI.IE WWW.BCI.IE

CONTENTS

Introduction	2
1 Objectives of the BCI General Advertising Code	3
2 Definitions	3
3 General principles and rules applying to all commercial communications	6
4 General rules pertaining to all advertising	9
5 Rules pertaining to specific advertising techniques	9
6 Rules pertaining to teleshopping	10
7 Rules pertaining to Sponsorship	11
8 Rules pertaining to specific products and services	11
9 Prohibited Communications	16
10 Appendix	16

Introduction

Legislative Basis

Section 19 (1)(b) of the Broadcasting Act, 2001, provides that:

The Commission shall, upon being directed by the Minister to do so and in accordance with the provisions of this section prepare -

(b) a code specifying standards to be complied with, and rules and practices to be observed, in respect of advertising, teleshopping material, sponsorship and other forms of commercial promotion employed in any broadcasting service or sound broadcasting service (other than advertising and other activities as aforesaid falling within paragraph (c) [Children's Advertising].

The *BCI General Advertising Code* has been developed by the Commission in accordance with its statutory obligation and following consultation with a wide range of individuals, industry, government and public bodies. This Code replaces the *Codes of standards, practice and prohibitions in advertising, sponsorship and other forms of commercial promotion in broadcasting services* as drawn up by the Minister for Arts, Culture and the Gaeltacht in the exercise of powers granted under section 4 of the *Broadcasting Act, 1990*.

Jurisdiction

The *BCI General Advertising Code* shall apply to broadcasters within the jurisdiction of the Republic of Ireland or those who make use of a frequency or satellite capacity or up-link situated in the Republic of Ireland. In practical terms, the Code shall apply to RTÉ radio and television services, TG4 and national, regional, local and community radio and television services

licensed further to the provisions of the *Radio and Television Act, 1988* and the *Broadcasting Act, 2001*, including temporary and institutional services (where appropriate). It shall not apply to other services commonly received in this country licensed in the United Kingdom or in other jurisdictions.

Compliance

Broadcasters should note that it is their obligation to comply with the provisions of this Code. Consequently, they should take steps to ensure that all relevant staff members are familiar with the provisions of this Code. The Commission will not provide broadcasters, advertisers and the general public with a copy clearance service for commercial communications. This service is provided by broadcasters, by *Central Copy Clearance Ireland* (a body established by the advertising industry) and by other bodies.

Compliance with this Code will be assessed with reference to the statutory provisions, the provisions of the Code and the procedures, practices and policies of the BCI. Complaints in respect of any alleged breach of this Code will be adjudicated upon by the Broadcasting Complaints Commission (BCC).

Guidance

When requested to do so, the BCI may provide general guidance concerning the provisions of the Code. Interested parties seeking guidance are asked to outline their query in writing, citing the relevant section(s) of the *BCI General Advertising Code*. Relevant documentation, such as the proposed script, should accompany the written query.

The BCI aims to provide a timely response to any query that it receives. However, the time required to process it may vary depending on the nature and complexity of the query. Please note that the guidance provided by the BCI is non-binding and is provided only to assist broadcasters and other parties to interpret and apply the Code. The BCI accepts no responsibility or liability in respect of any guidance that may be given and reserves the right to revise and review any guidance provided.

The effective date of this Code is 10th April 2007

1. Objectives of the BCI General Advertising Code

- To ensure that the public can be confident that commercial communications (i.e. advertising, sponsorship and teleshopping and other forms of commercial promotion) are legal, honest, truthful and decent.
- To ensure that commercial communications do not impinge on the editorial integrity of broadcasts.
- To provide clear guidance to broadcasters as to the standards to which commercial communications shall adhere to.
- To provide guidance to the general public on the standards they can expect from commercial communications on broadcasting services.
- To provide broadcasters with a simple, flexible and comprehensive code that does not impede in an unwarranted manner their right to communicate commercial messages.

2. Definitions

Commercial Communication

Any form of announcement on radio and television coming within the recognised character of advertising, sponsorship and teleshopping and any other form of commercial promotion.

Advertising

Any form of announcement broadcast in return for payment or for similar consideration or broadcast for self-promotional purposes by a public or private undertaking in connection with a trade, business, craft or profession in order to promote the supply of products or services, including immovable property, activities, rights and obligations, in return for payment.

Child/Children

For the purpose of this Code, the terms 'Child' and 'Children' refer to any person under 18 years of age.

Sponsorship

Any contribution made by a public or private undertaking not engaged in television and/or radio broadcasting activities or in the production of audio visual works, to the financing of television and/or radio programmes with a view to promoting its name, its trademark, its image, its activities, its products or its services.

Misleading advertising

Advertising which contains any element of spoken or visual presentation which misleads or is likely to mislead, either directly or by implication, by act or omission, with regard to the merits of the product or service advertised or its suitability for the purpose recommended and which, by reason of its misleading nature, is likely to prejudice the interests of individuals or a competitor.

Comparative advertising

Advertising that contains explicit or implicit identification of a competitor or products or services offered by a competitor.

Surreptitious advertising

The representation in words or pictures of products, services, the name, the trade mark or the activities of a producer of products or a provider of services in programmes when such representation is intended to serve advertising and might mislead the public as to its nature. Such representation is deemed to be intentional if it is done in return for payment or similar consideration.

Subliminal advertising

Advertising that includes any technical device, which, by using images of very brief duration or by any other means, exploits the possibility of conveying a message to, or otherwise influencing the minds of, members of an audience without their being aware or fully aware of what has been done.

Teleshopping

A direct offer broadcast to the public with a view to the sale, purchase, rental or supply of products or the provision of services, including immovable property, rights and obligations, in return for payment.

Product Placement

The inclusion of, or a reference to, a product or service within a programme in return for payment or similar consideration to the programme maker or broadcaster for the specific purpose of promoting that product or service.

Virtual advertising

An advertising technique which allows broadcasters to electronically insert virtual advertising messages or sponsorship announcements into a television programme by altering the broadcast signal itself.

Interactive advertising

An advertising technique which allows the viewer to interact with television by actively choosing the advertising content to which s/he wishes to be exposed for as long as s/he wants. Interactive advertising allows the viewer to provide information directly to the broadcaster/advertiser by means of a return path, and/or participate in an interactive environment which is separate from the broadcast content.

Split-screen advertising

An advertising technique which allows the simultaneous presentation of editorial content and commercial information on the same screen, divided into two or more parts.

Exclusions:

The following announcements shall not constitute advertising:

- Informational announcements about upcoming programmes on broadcast services, including the date and time of transmission of the named programme(s), and including 'trailer' excerpts and/or a brief description of programme content, once such announcements do not contain advertising content.
- Air-time given free of charge to any registered charity to make appeals.
- Public service announcements, including warnings about public safety and health, that are not broadcast in return for payment or for similar consideration.
- Information announcements of forthcoming concerts, recitals or performances, whether intended for broadcast or not, given by the National Symphony Orchestra, the RTÉ Concert Orchestra, and other RTÉ performing groups or of any other comparable groups which are employed by or under contract to RTÉ or employed by or under contract to a sound broadcasting

contractor or a television broadcasting contractor licensed in the State.

- Announcements of outside broadcasting events or of non-broadcast events organised in whole or in part by the broadcaster if the public are allowed entry free of charge.

The broadcaster may credit the sponsor providing facilities, for example the commercial outlet providing the facilities for the outside broadcast, at the beginning and/or the end of the programme and at prudent intervals during the programme on an informational basis.

In the case of non-broadcast events jointly sponsored by the broadcaster and one or more commercial concern, the broadcaster may credit the joint sponsor(s) in broadcast announcements.

In both of these cases, sponsorship acknowledgements shall comply with the sponsorship rules contained in this code.

3. General principles and rules applying to all commercial communications

Protecting the Individual and Society

- 3.1 All commercial communications shall be prepared with a sense of responsibility both to the individual and to society and shall not prejudice the interests of either. All commercial communications shall be legal, honest, decent and truthful.
- 3.1.1 All commercial communications shall comply with applicable Irish and European legislation. This includes, but is not restricted to, the *Broadcasting Authority Act, 1960*, the *Radio and Television Act, 1988*, the *Broadcasting Act, 2001* and the EU Directive 89/552/EEC as amended by EU Council Directive 97/36/EC (*Television Without Frontiers Directive*).
- 3.1.2 Commercial communications shall not contain any element of spoken or visual presentation which misleads or is likely to mislead, either directly or by implication, by act or omission, with regard to the merits of the product or service being promoted or its suitability for the purpose recommended.
- 3.1.3 Commercial communications shall not contain inaccurate or misleading claims, statements, illustrations or representations, either direct or implied.
- 3.1.4 Commercial communications shall not omit relevant information in a manner that, in the result, is misleading or is likely to mislead. This means that all pertinent details of an offer shall be stated in a clear and understandable manner.
- 3.1.5 Disclaimers and asterisked or footnoted information shall not contradict more prominent aspects of the message and shall be located and presented in such a manner as to be clearly visible and/or audible.
- 3.1.6 Commercial communications that are required to carry a tagline or on-screen message shall do so in a way that is clearly visible and/or audible.
- 3.1.7 Broadcasters shall be mindful of the potential for sound effects to distract and/or alarm viewers and listeners. Particular care shall be taken when including in commercial communications sound effects such as sirens, horns, ringing phones and screeching tyres. They shall not be included at the beginning of a commercial communication.
- 3.1.8 Commercial communications containing direct or implied comparisons with other products or services are permissible provided they objectively compare products or services meeting the same needs or intended for the same purpose. Points of comparison shall be based on facts that can be substantiated. The subject matter of a comparison shall not be chosen in such a way as to confer an artificial or unfair advantage to a promoter of a product or service.

Offence, Harm and Human Dignity

- 3.2 Commercial communications shall not prejudice human dignity, cause harm or serious or widespread offence.

- 3.2.1 Commercial communications shall not support or condone discrimination against any person or section of the community, in particular on the basis of age, gender, marital status, membership of the Traveller Community, family status, sexual orientation, disability, race or religion.
- 3.2.2 Commercial communications shall not be offensive to religious or political beliefs, or encourage behaviour prejudicial to the protection of the environment or to health or safety.
- 3.2.3 Commercial communications shall be appropriately scheduled with regard to the time of broadcast, type of programme, channel/service type, nature of the product or service being promoted and the likely composition of the audience.
- 3.2.4 Commercial communications shall not cause moral or physical detriment to children, and shall therefore comply with the following criteria for their protection:
- They shall not directly exhort children to buy a product or a service by exploiting their inexperience or credulity;
 - They shall not directly encourage children to persuade their parents or others to purchase the goods or services being advertised;
 - They shall not exploit the special trust children place in parents, teachers or other persons;
 - They shall not unreasonably show children in dangerous situations.

This rule shall apply to all commercial communications other than those governed by the *BCI Children's Advertising Code*.

- 3.2.5 Individual living persons shall not normally be portrayed or referred to in commercial communications without their permission. However, references to living persons may normally be made in commercial communications for books, films, radio or television programmes, newspapers, magazines etc., which feature the persons referred to in the communication, provided they are not offensive or inaccurate.
- 3.2.6 Commercial communications shall not be calculated to induce unwarranted fear on the part of the viewer or listener.

Transparency

- 3.3 Commercial communications shall operate on a principle of transparency. Any commercial arrangement within programming shall be identifiable as such and the listener/viewer shall be made aware of such an arrangement.
- 3.3.1 Presenters and other on-air personnel shall not advertise or endorse products or services during editorial content.
- 3.3.2 Advertisers or sponsors shall not exercise any editorial influence over the content of programmes.
- 3.3.3 Commercial communications shall not include the words 'guarantee' or 'guaranteed', 'warranty' or 'warranted' unless a legal guarantee/warranty is available to the broadcaster and the purchaser.

No commercial communication shall contain a direct or implied reference which purports to take away or diminish the statutory or common law rights of a purchaser.

- 3.3.4 Commercial communications may make use of testimonials. Such testimonials shall be genuine, relevant and contemporary and shall relate to the person giving the testimonial. Documentary evidence of testimonials shall be available to the broadcaster.
- 3.3.5 Commercial communications shall not describe products or services as ‘free’ unless the products or services are supplied at no cost or at no extra cost (other than actual postage or carriage) to the recipient.
- 3.3.6 Commercial communications shall not feature persons regularly presenting news programmes, except for commercial communications promoting appeals by registered charities or public service campaigns for safety, health, education, etc.
- 3.3.7 The practice known as product placement is prohibited.

Incidental references to products or services in a programme are legitimate where their inclusion within the programme is editorially justified. Broadcasters shall ensure their inclusion does not result in undue prominence being provided to the product or service during the programme.

For television, the inclusion of products or services in a programme acquired from outside the Republic of Ireland and films made for cinema are not considered product placement provided that no broadcaster regulated in the state and involved in the broadcast of that programme or film directly benefits from the arrangement.

Assessment

- 3.4 Commercial communications shall be assessed with reference to the principles and rules contained in this Code. The principles are indivisible, that is, all commercial communications shall conform to all of the principles.
- Broadcasters should be mindful of all the provisions of this Code, as a commercial communication may be required to comply with one or more applicable provision.
- 3.4.1 Commercial communications shall be assessed in whole and in context against the principles and rules contained in this Code. The following contextual factors shall apply:
- Time of broadcast
 - Type of programme
 - Channel/service type
 - Nature of the product or service
 - Likely composition of the audience listening to, or watching, the programme
- 3.4.2 The Code is intended to be applied in the spirit as well as in the letter.

4. General rules pertaining to all advertising

Broadcasters should be aware that the proportion of permitted time given over to advertising is subject to maximum limits and is regulated by legislative and other provisions.

- 4.1 Advertising shall operate on a principle of separation, whereby commercial content in advertising breaks between and within programmes shall be separate from programme content.
- 4.2. The insertion of advertising shall not affect the editorial integrity and value of programming. Advertising shall be inserted into programmes in such a way that takes into account the natural breaks in, and the duration and nature of, the programme, while ensuring that the rights of the rights holders are not prejudiced.
- 4.3 In the case of feature films and films made for television, provided their scheduled duration is more than 45 minutes, they may be interrupted once for each complete period of 45 minutes. A further interruption is allowed if their scheduled duration is at least 20 minutes longer than two or more complete periods of 45 minutes.
- 4.4 For television programmes other than those referenced in 4.3 above, a period of at least 20 minutes should elapse between each successive break within the programme.
- 4.5 Advertising shall not be inserted in any broadcast of a religious service.
- 4.6 Advertising shall not be inserted in any television broadcast of news and current

affairs programmes, documentaries or religious programmes when their scheduled duration is less than 30 minutes.

- 4.7 In television broadcasts, isolated advertising shall remain the exception.
- 4.8 Advertising breaks shall be signalled by visual or audio means. Such means shall not contain any commercial communication.
- 4.9 Each of the following is prohibited:
 - Surreptitious advertising
 - Subliminal advertising
 - Misleading advertising
- 4.10 Broadcasters shall take all reasonable measures to ensure that advertisements do not sound louder than adjacent programming. Broadcasters shall establish clear limits on the use of compression, limiting and equalisation as these apply to advertisements provided to broadcasters by third parties.

5. Rules pertaining to specific advertising techniques

5.1 Split-Screen Advertising

- 5.1.1 The general principles and rules applying to all commercial communications and, where relevant, the general rules pertaining to all advertising shall apply to split-screen advertising.
- 5.1.2 Split-screen advertising is permitted during natural breaks and during end credits. Split-screen advertising may also be inserted during long-form sports programmes which do not have a natural break e.g. Formula 1.

5.1.3 Split-screen advertising shall not exceed 50% of screen space and only one split-screen advertisement shall appear at any given time.

5.1.4 Split-screen advertising is not permitted in news or current affairs programmes, feature films or broadcasts of religious services.

5.2 Virtual Advertising

The general principles and rules applying to all commercial communications and, where relevant, the general rules pertaining to all advertising shall apply to virtual advertising.

5.3 Interactive Advertising

5.3.1 The general principles and rules applying to all commercial communications and, where relevant, the general rules pertaining to all advertising shall apply to interactive advertising.

5.3.2 Interactive advertising shall not bring the viewer immediately/directly to products or services that are advertised. Viewers shall be warned by appropriate optical and acoustic means that they are about to enter a commercial interactive environment not governed by the *BCI General Advertising Code*. This shall be done by means of an intermediate screen which appears at the first click, and the viewer shall be able to access the interactive content *only* after a second click.

5.3.3 Interactive advertising shall not bring the viewer immediately/directly to commercial communications for products or services which are prohibited under this Code.

6. Rules pertaining to teleshopping

Broadcasters should be aware that the proportion of permitted time given over to teleshopping is subject to maximum limits and is regulated by legislative and other provisions.

6.1 The general principles and rules applying to all commercial communications and, where relevant, the general rules pertaining to advertising shall apply to teleshopping.

6.2 Advertising segments devoted to teleshopping by a channel *not exclusively* devoted to teleshopping shall be of a minimum uninterrupted duration of 15 minutes. The maximum number of segments per day shall be eight. The segments shall be clearly identified as teleshopping segments by optical and acoustic means.

6.3 Chapters I, II, IV, V, VI, VIa and VII of the *Television Without Frontiers Directive* shall apply to channels *exclusively* devoted to teleshopping.

6.4 Teleshopping featuring medicines which require a Product Authorisation Licence and teleshopping for medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services are prohibited.

6.5 Teleshopping shall not exhort children to contract for the sale or rental of products and services.

7. Rules pertaining to sponsorship

- 7.1 Sponsorship may occur through the provision of direct funding by the sponsor or through investment in kind through the provision of facilities or services from the sponsor (e.g. in outside broadcasts) or through the supply of products and services including prizes.
- 7.2 Sponsorship shall not constitute advertising as defined in this Code. Sponsorship announcements shall not make promotional references to the products and/or services of the sponsor which contain advertising copy, product descriptions, endorsements, attributes or a call to action. Generic branding slogans are permitted. Prices shall only be quoted when their inclusion is required by statute.
- 7.3 Programme material shall not be sponsored by a sponsor(s) involved in the manufacture, supply or provision of a product or service that is not permitted to be advertised under this Code.
- 7.4 Programmes shall not be sponsored by a sponsor(s) whose products or services are not permitted to appeal to the typical audience for that programme or during which it would not be permitted to advertise.
- 7.5 News, current affairs and religious programmes shall not be sponsored on television.
- 7.6 News programmes shall not be sponsored on radio.

Competitions

- 7.7 Unless otherwise indicated in this paragraph, competitions shall comply with the sponsorship rules in this section.

Competition announcements may contain short factual descriptions of prizes but shall not contain advertising copy, endorsements, attributes or a call to action.

The mechanism used to participate in the competition i.e. information concerning what the viewer or listener must do to enter and/or win the prize, shall not contain advertising content.

Where the prize is of a monetary nature e.g. a voucher, the value may be stated. However, prices shall only be quoted when their inclusion is required by statute.

8. Rules pertaining to specific products and services

8.1 Alcohol

- 8.1.1 Commercial communications for alcoholic drinks shall not encourage immoderate consumption of alcohol or present abstinence or moderation in a negative light.
- 8.1.2 Commercial communications for alcoholic drinks shall not claim that alcohol has therapeutic qualities or that it is a stimulant, a sedative, tranquilizer or a means of resolving personal conflicts.
- 8.1.3 Commercial communications for alcoholic drinks shall not place emphasis on high alcohol content as being a positive quality of the beverages.

- 8.1.4 Commercial communications for alcoholic drinks shall not create the impression that consumption of such beverages contributes towards sexual attraction and success or social success.
- 8.1.5 Commercial communications for alcoholic drinks shall not link the consumption of alcohol to enhanced physical performance or to driving.
- 8.1.6 Commercial communications for drinks which contain alcohol content of 25% AbV and above are not permitted e.g. vodka, whiskey, tequila, rum, gin, brandy, etc.
- 8.1.7 Commercial communications for alcoholic drinks shall not be aimed specifically at children or, in particular, depict children consuming these beverages.
- 8.1.8 Commercial communications for alcoholic drinks shall not encourage children or other non-drinkers to begin drinking – it shall be cast towards brand selling and identification only.
- 8.1.9 Broadcasters shall ensure that commercial communications for alcoholic drinks are not transmitted in or around programmes primarily intended for children and shall take account of the age profile of the viewers and/or listeners to ensure they are communicated, so far as it is possible, to adults.
- 8.1.10 Commercial communications for Ready-to-Drink Products (RTDs) such as alcopops, and products of a similar nature, are not permitted.
- 8.1.11 All commercial communications for alcoholic drinks shall comply with the relevant voluntary codes of practice for alcohol radio and television advertising and sponsorship recognised by the *Department of Health and Children*.
- 8.2 Medicines, Medical Treatments, Products and Services and Cosmetic Treatments and Services.**
- General Rules**
- 8.2.1 Commercial communications coming within the scope of this section of the Code shall comply with all relevant Irish and European legislation.
- 8.2.2 Commercial communications shall not contain recommendations by health professionals or recommendations by persons who, because of their celebrity, could encourage the use of medicines, medical treatments, products and services and/or cosmetic treatments and services.
- Commercial communications shall not contain statements which give the impression of professional advice or recommendation made by persons who appear in the commercial communication and who are presented, whether actually or by implication, as being qualified to give such advice or recommendation.
- 8.2.3 Commercial communications shall not make reference to a hospital, clinic, college, institute, laboratory or other similar body unless a bona fide establishment corresponding to the description used does in fact exist. No reference shall be made to doctors unless such reference can be used with propriety in the context of the commercial communication.

8.2.4 Commercial communications shall not contain the unwarranted and indiscriminate use of words such as “safe”, “without risk”, “harmless”, or terms of similar meaning. In addition, exaggerated claims are not permitted, in particular, through the selection of testimonials or other evidence unrepresentative of the effectiveness of medicines, medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services.

8.2.5 Commercial communications for medicines, medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services intended to treat any serious complaint, condition, symptom or disease, which should rightly receive the attention of a registered medical practitioner, are not permitted.

8.2.6 Commercial communications containing offers to diagnose, or treat by correspondence, any serious complaint, condition, symptom or disease are not permitted.

8.2.7 No commercial communication shall be calculated to induce fear on the part of the viewer or listener that s/he may, without treatment, suffer, or suffer more severely, from any serious complaint, condition, symptom, or disease.

8.2.8 No commercial communication shall falsely claim or suggest that a medicine, medical treatment, product or service, or a cosmetic treatment or service being promoted is in the form in which it occurs in nature or that its value lies in its being “natural”.

8.2.9 The unnecessary, indiscriminate, irrational and/or excessive use of medicines, medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services shall not be encouraged either directly or indirectly.

8.2.10 References to a prize, competition or similar scheme are not permitted in commercial communications for medicines, medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services.

Medicines

8.2.11 Commercial communications for medicines shall comply with the general rules pertaining to commercial communications for medicines, medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services. They shall also comply with the terms of any Product Authorisation Licence, including the Summary of Product Characteristics, as issued by the *Irish Medicines Board* or the *EU Commission*. Commercial communications shall comply with any other relevant rules and regulations issued by the *Irish Medicines Board* or the *EU Commission* and with Irish and European legislation.

Cosmetic Treatments and Services (surgical and non-surgical)

8.2.12 Commercial communications for surgical and non-surgical cosmetic treatments and services shall comply with the general rules pertaining to commercial communications for medicines, medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services.

8.2.13 Commercial communications for surgical cosmetic treatments and services may contain the address of the service provider and factual descriptions of services available but shall not contain anything which could be deemed an encouragement to use the surgical treatment or service. Information detailing special offers, discounts, references to credit facilities available or any other promotional offers intended to encourage the use of cosmetic treatments or services of this nature are not permitted.

Hypnosis, Hypnotherapy, Psychology, Psychoanalysis or Psychiatry

8.2.14 Commercial communications for hypnosis, hypnotherapy, psychology, psychoanalysis or psychiatry shall comply with the general rules pertaining to commercial communications for medicines, medical treatments, products and services and cosmetic treatments and services.

8.2.15 Commercial communications of this nature may contain the address of the service provider and factual descriptions of services available but shall not contain anything which could be deemed an encouragement to use the product or service. Information detailing special offers, discounts or any other promotional offers intended to encourage the use of treatments, products or services of this nature are not permitted.

8.3 Smoking Aids

Commercial communications for products or services purporting to assist people to quit smoking shall indicate clearly that the smoking aid is only effective in conjunction with the positive application of the consumer's will power.

8.4 Foods (including beverages)

8.4.1 Commercial communications containing health and nutritional claims made for foods shall comply with all relevant Irish and European legislation and with rules, regulations and codes of practice issued from time to time by the competent authorities responsible for the implementation of this legislation, in particular the *Food Safety Authority of Ireland*.

8.4.2 Commercial communications for 'follow-on' infant formula shall not suggest, either directly or by implication, the superiority of this product to breastfeeding and shall clearly indicate the unsuitability of this product for infants under six-months.

8.5 Cosmetic Products

Commercial communications for cosmetic products shall comply with all relevant Irish and European legislation.

8.6 Slimming Treatments, Products and Services

8.6.1 Commercial communications shall not contain any offer of a treatment, product or service for slimming (i.e. weight reduction, limitation or control) which:

- (a) is in itself likely to lead to harmful effects, and
- (b) is not directly associated with the following of a properly designed diet, and
- (c) does not clearly state the manner in which slimming will be achieved.

8.7 Financial Services and Products

- 8.7.1 Commercial communications for financial services and products shall be presented in terms which do not mislead, whether by exaggeration, omission or in any other way.
- 8.7.2 Commercial communications for financial services and products shall comply with relevant Irish and European legislation and with the rules, regulations and codes of practice issued from time to time by the competent authorities responsible for the implementation of this legislation, in particular the *Irish Financial Services Regulatory Authority* and the *Office of the Director of Consumer Affairs*.

8.8 Betting Services

- 8.8.1 Commercial communications that seek to promote services to those who want to bet are acceptable.
- 8.8.2 Commercial communications of this nature may contain the address of the service provider and factual descriptions of services available but shall not contain anything which could be deemed to be an encouragement to bet. Information detailing special offers, discounts, inducements to visit any betting establishment (including on-line), references to betting odds available or any promotional offer intended to encourage the use of services of this nature are not permitted.

8.9 Premium-rate Telecommunication Services

- 8.9.1 Commercial communications for premium-rate telecommunication services shall state clearly all charges for accessing these services in terms which do not mislead, whether by exaggeration, omission or in any other way.
- 8.9.2 All commercial communications shall comply with the Code of Practice issued by the Regulator of Premium Rate Telecommunication Services (Regtel) as set down from time to time.

8.10 Fortune Tellers, Psychic Services etc.

- 8.10.1 Commercial communications for fortune tellers, psychic services etc., are acceptable where the service is evidently for entertainment purposes only and this is made clear in the communication.
- 8.10.2 Claims that future events may be predicted, other than as a matter of opinion, are not permitted.
- 8.10.3 Claims to make contact with deceased persons are not permitted.
- 8.10.4 Claims pertaining to matters of health, cures, curing and/or healing are not permitted.

9. Prohibited Communications

In addition to other classes of commercial communications, those coming within the recognised character of, or specifically concerned with, the following are not acceptable:

- Products, treatments or services which are only available on medical prescription.
- Cigarettes and tobacco.
- Infant formula.
- Advertisements directed towards a political end or which have any relation to an industrial dispute.
- Advertisements directed towards a religious end. This shall not be construed as preventing the broadcasting of a notice of the fact-
 - i) that a particular religious newspaper, magazine or periodical is available for sale or supply, or
 - ii) that any event or ceremony associated with any particular religion will take place

if the contents of the notice do not address the issue of the merits or otherwise of adhering to any religious faith or belief or of becoming a member of any religion or religious organisation.

Broadcasters should be aware that other classes of commercial communication are prohibited, limited or otherwise restricted by legislative or regulatory provisions. A non-exhaustive list of these provisions is contained in the Appendix to this Code.

10. Appendix

The following is a non-exhaustive list of the principal legislation which may restrict, control or otherwise affect advertising in Ireland. This list is for guidance only and it is entirely a matter for each person to ascertain any relevant legislative provisions that may apply in each case.

Broadcasting Legislation

Broadcasting Act 1990.
Broadcasting Act 2001.
Broadcasting Authority Act 1960.
Broadcasting Authority (Amendment) Act 1966.
Broadcasting Authority (Amendment) Act 1976.
Broadcasting Authority (Amendment) Act 1979.
Broadcasting Authority (Amendment) Act 1993.
Broadcasting and Wireless Telegraphy Act 1988.
Radio and Television Act 1988.

Other National Legislation

Adoption Act 1952.
Animal Remedies Act 1993.
Animal Remedies (Control of Sale) Regulations 1985-1991 (S.I. 258/1985, S.I. 244/1991).
Betting Act 1931.
Building Societies Act 1989 as amended by 2006 Act.
Central Bank and Financial Services Authority of Ireland Act, 2003.
Central Bank Acts 1942-1998.
Censorship of Films Acts, 1923-1992.
Censorship of Publications Acts, 1929-1965.
Censorship of Publications Regulations 1980 (S.I. 292/1980).
Child Trafficking and Pornography Act, 1998.

Child Trafficking and Pornography (Amendment) Act, 2004.

Companies Acts 1963-2004.

Consumer Credit Act 1995.

Consumer Credit Act 1995 (Section 28) Regulations, 1996 (S.I. 245/1996).

Consumer Information Act 1978.

Consumer Information (Advertisement for Concert or Theatre Performances) Order 1997 (S.I. 103/1997).

Consumer Information (Advertisements) (Disclosure of Business Interest) Order 1984 (S.I. 168/1984).

Consumer Information (Advertisement for Airfares) Order, 2000 (S.I. 468/2000).

Consumer Information (Miscellaneous Goods) (Marking) Order, 1984 (S.I. 178/1984).

Copyright Act 1963.

Copyright and Related Rights Act 2000, as amended.

Credit Union Act 1997.

Criminal Justice (Theft and Fraud Offences) Act 2001.

Data Protection Act 1988.

Dairy Produce Act 1924.

Defamation Act 1961.

Defence Act 1954.

Employment Agency Act 1971.

Employment Agency Regulations 1972-1993 (S.I. 27/1971, S.I. 255/1972, S.I. 49/1993).

Employment Equality Acts 1998 and 2004.

Gaming and Lotteries Acts 1956-1979.

Hallmarking Act 1981.

Health (Foods for Particular Nutritional Uses) Regulations 1991 (S.I. 331/1991).

Hire Purchase Acts 1946 and 1960.

Hire Purchase and Credit Sale (Advertising) Order 1961 (S.I. 183/1961).

Industrial and Commercial Property (Protection) Acts 1927-1958.

Industrial Research and Standard Acts 1961 and 1979.

Investment Intermediaries Act 1995.

Licensing Acts 1833 to 2004.

Investor Compensation Act 1998.

Medical Preparations (Advertising) Regulations 1993 and 1996 (S.I. 76/1993, S.I. 308/1996).

Medical Preparations (Labelling and Package Leaflets) Regulations 1993-1999 (S.I. 71/1993, S.I. 440/1994, 187/1999).

Medical Preparations (Licensing, Advertisement and Sale) Regulations 1984 to 1994 (S.I. 210/1984, S.I. 347/1989, S.I. 70/1993, S.I. 439/1994).

Medical Preparations (Advertising and Sale) Regulations 1958 (S.I. 135/1958).

Medicinal Products (Prescription and Control of Supply) Regulations 2003 (S.I. 540/2003).

Medicinal Products (Licensing and Sale) Regulations 1998 (S.I. 142/1998).

Merchandise Marks Acts, 1887 to 1970.

Metrology Act 1996.

Moneylenders Act 1933.

Milk and Dairies Acts 1935 and 1956.

Occasional Trading Act 1979 as amended by the Casual Trading Act 1995.

Official Languages Act 2003.

Opticians Act 1956 and 2003.

Package Holidays and Travel Trade Act 1995.
Patents Act 1992.
Prices Acts 1958 to 1972.
Prices and Charges (Tax-Inclusive Statements) Order 1973 (S.I. 9/1973).
Public Health (Tobacco) Acts 2002 and 2004.
Pyramid Selling Act 1972.
Red Cross Acts 1938 to 1954.
Sale of Goods and Supply of Services Act 1980.
Solicitors (Advertising) Regulations 2002 (S.I. 518/2002).
Solicitors Acts 1954-2002.
Stock Exchange Act 1995.
Tobacco Products (Control of Advertising, Sponsorship and Sales Promotion) Act 1978.
Tobacco Products (Control of Advertising, Sponsorship and Sales Promotion) Regulations 1991-2000 (S.I. 326/1991, S.I. 215/2000).
Tourist Traffic Acts 1939 as amended by 1957, 1966 and 1970 Acts.
Trade Marks Acts 1996.
Trustee Savings Banks Acts 1989 and 2001.
Unit Trusts Act 1990.
Waste (Electrical and Electronic Equipment) Regulations 2005 (S.I. 340/2005).

Rights

Defamation Act 1961.
Equal Status Act 2000 to 2004.
Equality Act 2004.
European Convention on Human Rights Act 2003.
Prohibition on Incitement to Hatred Act 1989.

European-Based Legislation

Council Regulation (EC) No. 2200/96 as amended by 2699/2000 and European Communities (Fruit and Vegetables) Regulations 1997 (S.I. 122/1997).

European Communities (Authorisation, Placing on the Market, Use and Control of Plant Protection Products) Regulations 2003 as amended (S.I. 83/2003).

Electronic Commerce (Directive 2000/31/EC) Regulations 2003 (S.I. 68/2003).

European Communities (Definition, Description and Presentation of Spirit Drinks) Regulations 1995 (S.I. 300/1995).

European Communities (Definition, Description and Presentation of Aromatised Wines, Aromatised Wine-Product Cocktails) 1998 (S.I. No. 254/1998).

European Communities (Classification, Packaging and Labelling of Pesticides) Regulations 1994 (S.I. 138/1994).

European Communities (Classification, Packaging and Labelling of Plant Protection Products and Biocide Products) Regulations 2001 (S.I. 624/2001).

European Communities (Co-operation between National Authorities Responsible for the Enforcement of Consumer Protection Laws) Regulations 2006 (S.I. 290/2006).

European Communities (Cosmetic Products) Regulations 1997-2006 (S.I. 87/1997, S.I. 213/1998, S.I. 150/2000, S.I. 203/200, S.I. 373/2006).

European Communities (Distance Marketing of Consumer Financial Services) Regulations 2004 (S.I. 853/2004).

European Communities (Distance Marketing of Consumer Financial Services) (Amendment) Regulations 2005 (S.I. 63/2005).

European Communities (Food Supplement) Regulations 2003 (S.I. 539/2003).

European Communities (Infant Formulae and Follow-on Formulae) Regulations 1998 to 2000 (S.I. 243/1998, S.I.446/2000).

European Communities (Labelling, Presentation and Advertising of Foodstuffs) Regulations 2000 and 2002 (S.I. 92/2000, S.I. 483/2002).

European Communities (Life Assurance) Framework Regulations 1994 (S.I. 360/1994).

European Communities (Misleading Advertising) Regulations 1988 (S.I. 134/1988).

Directives on Misleading and Comparative Advertising – 84/450/EEC, 97/55/EC, 05/29/EC.

European Communities (Names and Labelling of Textile Products) Regulations 1998 (S.I. 245/1998).

European Communities (Non-Life Insurance) Framework Regulations 1994 (S.I. 359/1994).

European Communities (Requirements to Indicate Product Prices) Regulations 2002 (S.I. 639/2002).

European Communities (Pesticides Residues) (Feeding Stuffs) Regulations 1992 (S.I. 40/1992).

European Communities (Protection of Consumers in Respect of Contracts Made by Means of Distance Communications) Regulations 2001 (S.I. 207/2001).

European Communities (Protection of Consumers in Respect of Contracts Made by Means of Distance Communications) (Amendment) Regulations 2005 (S.I. 71/2005).

European Communities (Protection of Geographical Indication and Designations of Origin for Agricultural Products and Foodstuffs) Regulations 1995 and 1999 (S.I. 148/1995, S.I. 275/1999).

European Communities (Supply of Information on the Origin Identification and Destination of Bovine Animals) Regulation 1999 (S.I. 258/1999).

European Communities (Television Broadcasting) Regulations 1999 (S.I. 313/1999).

EU Directives 89/552/EEC and 97/36/EC
– Television Without Frontiers.

European Communities (Undertakings for Collective Investments in Transferable Securities) Regulations 2003 (S.I. 211/2003) (as amended).

Market Abuse (Directive 2003/6/EC) Regulations 2005 (S.I. 342/2005).

Means of Distance Communications (Amendment) Regulations 2005 (S.I. 71/2005).

Poisons (Control of Residues in Foods of Animal Origin) Regulations 1985 and 1986 (S.I. 257/85, S.I. 236/86).

Prospectus (Directive 2003/71/EC) Regulations 2005 (S.I. 324/2005).

European Communities (Directive 1924/2006) on Nutrition and Health Claims Made on Foods.

Cód Ginearálta Fógraíochta BCI



Broadcasting Commission of Ireland
Coimisiún Craolacháin na hÉireann

COIMISIÚN CRAOLACHÁIN NA HÉIREANN
2 - 5 PLÁS WARRINGTON, BAILE ÁTHA CLIATH 2
TEIL: + 353 1 644 1200 FACS: + 353 1 644 1299
RÍOMHPHOST: INFO@BCI.IE WWW.BCI.IE

CLÁR

Réamhrá	2
1 Cuspóirí Chód Ginearálta Fógraíochta BCI	3
2 Sainmhínithe	3
3 Prionsabail ghinearálta agus rialacha a bhaineann le gach cumarsáid tráchtála	6
4 Na rialacha ginearálta a bhaineann leis an bhfógraíocht ar fad	9
5 Rialacha a bhaineann le teicnící sonracha fógraíochta	9
6 Na rialacha a bhaineann le teilesiopadóireacht	10
7 Na rialacha a bhaineann leis an Urraíocht	11
8 Rialacha a bhaineann le táirgí agus seirbhísí sonracha	11
9 Cumarsáid Toirmiscthe	16
10 Aguisín	16

Réamhrá

Bonn Reachtach

Forálann Alt 19 (1) (b) den Acht Craolacháin, 2001, mar seo a leanas:

19 (1) Ullmhóidh an Coimisiún, ar ordachán ón Aire déanamh amhlaidh agus de réir fhorálacha an ailt seo -

(b) cód ina sonrúfar caighdeán a bheidh le comhlíonadh, agus rialacha agus cleachtais a bheidh le comhall, i leith fógraíochta, ábhair teilisiopadóireachta, urraíochta agus cineálacha eile cur chun cinn tráchtála a úsáidtear in aon seirbhís craolacháin nó aon seirbhís craolacháin fuaimne (seachas fógraíocht agus gníomhaíochtaí eile mar a dúradh a thiocfaidh faoi réim mhír (c) [Fógraíocht do Leanaí].

D'fhorbair an Coimisiún an *Cód Ginearálta Fógraíochta BCI* de réir na hoiblegeáide reachtúla atá air agus i ndiaidh comhairliúcháin le réimse leathan daoine aonair, agus leis an tionscal, an rialtas agus comhlachtaí pobail. Tagann an Cód seo in ionad na *gCód i leith caighdeán, cleachtas agus toirmeasc i leith craolachán, urraíocht agus cineálacha eile cur chun cinn tráchtála i seirbhís craolacháin* mar a bhí tarraingthe suas ag an Aire Ealaíon, Cultúir agus Gaeltachta ag feidhmiú cumhachta a tugadh dó de réir Ailt 4 den *Acht Craolacháin, 1990*.

Dlínsé

Bainfidh *Cód Ginearálta Fógraíochta BCI* le craoltóirí laistigh de dhlínsé Phoblacht na hÉireann nó leo siúd a bhaineann feidhm as minicíocht nó acmhainn nó nasc satailíte suite i bPoblacht na hÉireann. Go praiticiúil, bainfidh an Cód le seirbhísí raidió agus teilifíse RTÉ, le TG4

agus le seirbhísí raidió agus teilifíse náisiúnta, réigiúnda, áitiúla agus pobail ceadúnaithe de réir fhorálacha an *Achta Raidió agus Teilifíse, 1988* agus an *Acht Craolacháin, 2001*, lena n-áirítear seirbhísí sealadacha agus institiúide (mar is cuí). Ní bhainfidh sé le seirbhísí eile a fhaightear sa tír seo atá ceadúnaithe sa Ríocht Aontaithe nó i ndlínsí eile.

Comhlíonadh

Ba chóir do chraoltóirí a thabhairt faoi deara go bhfuil oiblegeáid orthu cloígh le Forálacha an Chóid seo. Dá réir sin, ba chóir dóibh bearta a dhéanamh lena chinntiú go mbíonn a mbaill foirne ábhartha uilig ar an eolas maidir le forálacha an Chóid. Ní sholáthróidh an Coimisiún seirbhís ghlánadh cóipe do chumarsáidí tráchtála. Soláthraíonn *Central Copy Clearance Ireland* (comhlacht a bhunaigh an tionscal fógraíochta) agus comhlachtaí eile an tseirbhís sin.

Déanfar measúnú ar chomhlíonadh i leith an Chóid ag tagairt do na forálacha reachtúla, forálacha an Chóid agus nósanna imeachta, cleachtais agus beartais BCI. Déanfaidh an Coimisiún um Ghearáin Craolacháin breithniú ar aon ghearáin i leith sárúithe líomhnaithe ar an gCód.

Treoir

Nuair a iarrtar air é sin a dhéanamh, is féidir le BCI treoir ginearálta a sholathar maidir le forálacha an Chóid. Iarrtar ar pháirtithe leasmhara a bhfuil treoir á iarraidh acu breac-chuntas a thabhairt ar a gceist i scríbhinn, agus an t-alt/na haltanna ábhartha de Chód Ginearálta Fógraíochta BCI á lua acu. Ba chóir doiciméadú ábhartha, ar nós na scrípte beartaithe, a bheith i dteannta na ceiste scríofa.

Tá sé mar aidhm ag BCI freagairt tráthúil a sholáthar faoi aon cheist a fhaigheann sé. D'fhéadfadh, áfach, nach ionann an t-am is gá le próiseáil a dhéanamh ar aon cheist áirithe, ag braith ar nádúr agus ar chastacht na ceiste. Tabhair faoi deara nach bhfuil an treoir a chuireann BCI ar fáil ina cheangal agus nach soláthraítear é ach chun cabhrú le craoltóirí agus le páirtithe eile an Cód a léirmhíniú agus a chur i bhfeidhm. Ní ghlacann BCI le haon fhreagracht nó dlíteanas maidir le haon treoir a d'fhéadfadh a bheith tugtha aige agus coimeádann sé chuige féin an ceart aon treoir a sholáthraítear a athchóiriú agus a athbhreithniú.

Is é an 10ú Aibreán dáta éifeachtach an Chóid.

1. Cuspóirí Chód Ginearálta Fógraíochta BCI

- Lena chinntiú gur féidir leis an bpobal muinín a bheith acu go bhfuil cumarsáid tráchtála (i.e. fógraíocht, urraíocht agus teilesiopadóireacht agus cineálacha eile cur chun cinn tráchtála) de réir an dlí, macánta, fíor agus cuibhiúil.
- Lena chinntiú nach gcuireann cumarsáid tráchtála isteach ar ionraiceas eagarthóireachta craolachán.
- Le treoir shoiléir a sholáthar do chraoltóirí maidir leis na caighdeáin a chloífidh cumarsáid tráchtála leo.
- Le treoir a sholáthar don phobal i gcoitinne maidir leis na caighdeáin gur féidir leo a bheith ag súil leo ó chumarsáidí tráchtála ar sheirbhísí craolacháin.

- Le cód simplí, solúbtha agus cuimsitheach a sholáthar do chraoltóirí nach gcuirfidh bac gan údarás ar a gceart teachtaireachtaí tráchtála chraobhscaoileadh.

2. Sainmhínte

Cumarsáid Tráchtála

Aon chineál fógra ar an raidió nó ar an teilifís a thagann laistigh de thréithe aitheanta na fógraíochta, na hurraíochta, na teilesiopadóireachta agus aon chineál eile cur chun cinn tráchtála.

Fógraíocht

Aon chineál fógra a chraolann gnóthas poiblí nó príobháideach ar son íocaíochta nó ar son comaoine dá leithéid nó chun é fein a chur chun cinn maidir le ceard, gnó nó gairm chun soláthar earraí nó seirbhísí a chur chun cinn, lena n-áirítear sealúchas do-aistrithe, nó cearta agus oibligeáidí, ar son íocaíochta.

Páiste/Páistí

Chun críocha an Chóid seo, baineann na téarmaí 'Páiste' agus 'Paistí' le haon duine faoi bhun 18 bliana d'aois.

Urraíocht

Aon ranníocaíocht a dhéanann gnóthas poiblí nó príobháideach nach bhfuil gníomhach i ngníomhaíochtaí craolacháin teilifíse agus/nó raidió nó i léiriú saothair chlosamhairc, do mhaoiniú clár teilifíse agus/nó raidió agus é mar aidhm acu a ainm, a thrádmharc, a íomhá, a ghníomhaíochtaí, a tháirgí nó a sheirbhísí a chur chun cinn.

Fógraíocht mhíthreorach

Fógraíocht ina mbíonn aon ghné de chur i láthair amhairc nó ráite a thugann míthreoir nó gur dócha go dtabharfaidh sé míthreoir bíodh sé sin go díreach nó trí impleacht, maidir le fiúntas an tairge nó na seirbhíse fógraithe nó cé chomh oiriúnach is atá sé don fheidhm atá á moladh agus gur dócha go ndéanfaidh sé dochair, de bharr a nádúr míthreorach, do leasa dhaoine anair nó iomaitheora.

Fógraíocht chomparáideach

Fógraíocht ina mbíonn iomaitheoir nó earraí nó seirbhísí atá á dtairiscint ag iomaitheoir curtha in aithne go follasach nó go hintuigthe.

Fógraíocht rúnda

Léiriúcháin i bhfocail nó i bpictiúir d'earraí nó de sheirbhísí ainm, trádmarc nó gníomhaíochtaí tairgeora nó soláthróra seirbhísí i gcláir nuair a bhíonn fógraíocht i gceist le léiriúchán den chineál sin agus go bhféadfadh sé míthreoir a thabhairt don phobal maidir lena nádúr. Meastar go bhfuil a leitheid de léiriú déanta d'aon ghnó, más ar son íocaíochta nó ar son comaoine dá leitheid a dhéantar é.

Fógraíocht fothairseachúil

Fógraíocht ina mbíonn aon chineál feiste teicniúil a bhaineann, trí íomhánna ar thréimhsí an-ghairid nó trí aon mhodh eile, feidhm as an bhféidearthacht teachtaireacht a sheoladh chuig, nó ar bhealach éigin eile tionchar a bheith aici ar intinn lucht éisteachta i ngan fhios nó beagnach i ngan fhios dóibh céard a rinneadh.

Teilesiopadóireacht

Tairiscintí díreacha craolta don phobal agus é mar aidhm earraí a dhíol, a cheannach, a thabhairt ar cíos nó a sholáthar nó seirbhísí a sholáthar lena n-áirítear sealúchas do-aistrithe, cearta agus oibligeáidí, ar son íocaíochta.

Láithriú Earraí

Earra nó seirbhís a chur isteach nó tagairt a dhéanamh d'earra nó do sheirbhís, laistigh de chlár ar son íocaíochta nó ar son comaoine dá leitheid do dhéantóir an chlár nó don chraoltóir agus é mar chuspóir an earra nó an tseirbhís sin a chur chun cinn.

Fógraíocht fhíorúil

Teicníc fógraíochta a chuireann ar chumas craoltóra fógráin fógraíochta nó fógraí urraíochta fíorúla a chur isteach go leictreonach i gclár teilifíse trí an comhartha craolacháin é féin a athrú.

Fógraíocht idirghníomhach

Teicníc fógraíochta chuireann ar chumas an té atá ag faire idirghníomhú a dhéanamh leis an teilifís trí an t-ábhar fógraíochta a roghnú go gníomhach gur mian leis/léi a bheith nochtaithe dó pé chomh fada agus is mian leis/léi. Cuireann fógraíocht idirghníomhach ar chumas an té atá ag faire faisnéis a sholáthar go díreach don chraoltóir/fógróir trí bhealach fillte, agus/nó rannpháirtíocht a bheith acu i gcomhshaol idirghníomhach atá ar leith ó ábhar an chraolacháin.

Fógraíocht Scáileáin Scoilte

Teicníc fógraíochta a ligeann cur i láthair comhuaineach d'ábhar eagarthóireachta agus d'fhaisnéis tráchtála tarlú ar an scáileán céanna, roinnte ina dhá chuid nó i níos mó codanna.

Eisiatacháí:

Ní áirítear mar fhógraíocht na fógraí seo a leanas:

- Fógraí faisnéiseacha mar gheall ar chlár atá ag teacht aníos ar seirbhís craolacháin, dáta agus am tarchuir an chlár/na gclár ainmnithe san áireamh, agus sliochta ‘réamhbhlaiseadh’ agus cur síos gairid ar ábhar an chlár san áireamh freisin, an fhad is nach mbíonn aon ábhar fógraíochta iontu.
- Am ar an aer ar tugadh saor in aisce d’aon charthanacht chlárithithe le hachainíocha a dhéanamh.
- Fógraí seirbhíse poiblí lena n-áirítear foláirimh mar gheall ar shabháilteacht agus sláinte poiblí, nach gcaoltar iad ar son íocaíochta nó ar son comaoine dá leithéid.
- Fógraí faisnéise faoi cheolchoirmeacha, ceadail nó léirithe sa toadhcháí, bíodh sé i gceist iad a chraoladh nó gan iad a chraoladh, a thugann an Ceolfhoireann Náisiúnta, Ceolfhoireann Ceolchoirme RTÉ, agus aon ghrúpaí léirithe eile de chuid RTÉ nó aon ghrúpaí eile dá leithéid atá fostaithe ag nó faoi chonradh ag

RTÉ nó fostaithe nó faoi chonradh ag conraitheoir craolacháin fuaime nó ag soláthróir chonradh seirbhís chlár teilifíse ceadúnaithe sa stát.

- Fógraí faoi imeachtaí craoladh seachtracha nó imeachtaí neamhchraoladh a eagraíonn an craoltóir ar fad nó i bpáirt iad má bhíonn cead saor in aisce isteach ag an bpobal.

Is féidir leis an gcaoltóir creidiúint a thabhairt don ghnólacht a sholáthraíonn áiseanna, mar shampla an asraon a sholáthraíonn na háiseanna don chraoladh seachtrach, ag tús agus/nó ag deireadh an chlár ar bhonn faisnéiseach.

I gcás imeachtaí neamhchraoladh a eagraíonn an craoltóir i gcomhpháirt le gnólacht amháin nó níos mó, is féidir leis an gcaoltóir creidiúint a thabhairt do chomhuraí/do na comhurráithe i bhfógraí a chraoltar iad.

Sa dá chás sin, ní mór d’admhálacha urraíochta na rialacha urraíochta atá sa chód seo a chomhlíonadh

3. Prionsabail ghinearálta agus rialacha a bhaineann le gach cumarsáid tráchtála

An Duine Aonair agus an Sochaí a Chosaint

- 3.1 Ní mór gach cumarsáid tráchtála a ullmhú le braistint freagrachta don tsaoránach agus don tsochaí agus caithfidh nach ndéanfaidh sé dochair do leas cheachtar acu sin. Ní mór do gach cumarsáid tráchtála a bheith de réir an dlí, macánta, cuibheasach agus fíor.
- 3.1.1 Caithfidh gach cumarsáid tráchtála cloí le reachtaíocht na hÉireann agus na hEorpa mar a bhaineann. Áirítear leis sin, ach níl sé teoranta do, *an tAcht um Údarás Craolacháin, 1960, an Treoir Television Without Frontiers, an tAcht Raidió agus Teilifíse, 1988, an tAcht Craolacháin, 2001* agus Treoir Chomhairle na hEorpa 97/36/EC (*Television Without Frontiers Directive*).
- 3.1.2 Ní bheidh aon ghné de léiriú labhartha nó amhairc a thugann míthreoir nó gur dócha go dtabharfadh sé míthreoir, i gcumarsáid tráchtála, bíodh sé sin go díreach nó in impleacht, le gníomh nó trí easnamh, maidir le buanna an táirge nó na seirbhíse atá á chur chun cinn nó maidir lena oiriúnacht don chuspóir atá á mholadh.
- 3.1.3 Ní bheidh éilimh, ráitis, pictiúirí nó léiriúcháin míchruinn nó míthreoracha i gcumarsáid tráchtála, bíodh siad sin go díreach nó le himpleacht.
- 3.1.4 Ní fhágfaidh cumarsáid tráchtála faisnéis ábhartha ar lár, ar chaoi a bheidh míthreorach nó gur dócha go mbeidh sé míthreorach, mar thoradh. Ciallaíonn sé sin go gcaithfear na mionsonraí cuí ar fad a rá go soiléir agus go sothuigthe.

- 3.1.5 Ní bhréagnóidh aon séanadh nó faisnéis le réiltín nó i bhfonóta gnéithe níos suntasaí den teachtaireacht agus ba chóir iad a shuiteáil agus a chur i láthair sa chaoi is go mbeidh siad go soiléir le feiceáil agus/nó le clos.
- 3.1.6 Aon chumarsáidí tráchtála a bhfuil ceanglas orthu líne ceangailte nó teachtaireacht ar-scáilean a iompar ní mór dóibh é sin a dhéanamh ar bhealach atá le feiceáil agus/nó le clos go soiléir
- 3.1.7 Ní mór do chraoltóirí a bheith aireach maidir leis an bhféidearthacht atá ag maisíochtaí fuaimne cur as agus/nó scanradh a chur ar lucht féachana agus ar éisteoirí. Ní mór cúram ar leith a ghlacadh nuair a chuirtear maisíochtaí fuaimne ar nós bonnáin, adharca, fóin ag bualadh agus boinn ag scréachaíl isteach i gcumarsáid tráchtála. Ná cuirtear isteach iad ag tús cumarsáide tráchtála.
- 3.1.8 Ceadaítear cumarsáid tráchtála ina mbíonn comparáidí díreacha nó le himpleacht ar an gcoinníoll go ndéanann sí comparáid oibiachtúil idir tháirgí nó seirbhísí a fhreastlaíonn ar na riachtanais céanna nó go bhfuil an cuspóir céanna i gceist acu. Ba chóir go mbeadh pointí comparáide bunaithe ar fhíricí ar féidir iad a chruthú. Níor chóir go roghnófaí ábhar comparáide sa tslí is go dtabharfaidh sé buntáiste bréige nó míchothrom do thionscnóir seirbhíse nó táirge.

Déistin, Dochair agus Dínit an Duine

- 3.2 Ní dhéanfaidh cumarsáid tráchtála dochair do dhínit an duine, ní dhéanfaidh siad díobháil nó ní bheidh siad ina n-údar déistíne tromchúiseach nó forleathan.

- 3.2.1 Ní thacóidh cumarsáid tráchtála le haon idirdhealú i gcoinne aon duine nó aon chuid den phobal, ach go háirithe ar bhonn aoise, inscne, stádas pósta, gur duine den Lucht Siúil atá i gceist, stádas teaghlaigh, claonadh gnéis, míchumas, cine nó reiligiún nó ní thabharfaidh siad cúlcheadú dó sin.
- 3.2.2 Ní bheidh cumarsáid tráchtála ina húdar déistine do chreidimh reiligiúnda nó polaitiúla, nó ní spreagfaidh sí iompraíocht a dhéanfaidh dochair do chosaint an chomhshaoil nó don sláinte nó do shábháilteacht.
- 3.2.3 Déanfar sceidealú oiriúnach ar chumarsáidí tráchtála maidir le hamanna a gcráladh, an cineál cláir, an cineál cainéil/seirbhíse, an cineál tairge/seirbhíse atá á chur chun cinn agus comhdhéanamh dóchúil an lucht féachana/éisteachta.
- 3.2.4 Ní dhéanfaidh cumarsáidí tráchtála díobháil mhorálta nó fisiciúil do pháistí, agus dá bhrí sin comhlíonfaidh siad na critéir seo a leanas chun páistí a chosaint:
- Ní thabharfaidh siad spreagadh díreach do pháistí tairge nó seirbhís a cheannach trí mhí-úsáid a bhaint as a n-easpa taithe nó as a saontacht.
 - Ní thabharfaidh siad spreagadh díreach do pháistí áiteamh a dhéanamh ar a dtuismitheoirí nó daoine eile na hearraí nó na seirbhísí atá á bhfógairt a cheannach.
 - Ní bhainfidh siad mí-úsáid as an iontaoibh speisialta atá ag páistí as a dtuismitheoirí, a múinteoirí nó as daoine eile.
 - Ní thaispeánfaidh siad gan chúis páistí i gcúinsí dáinséaracha.

Bainfidh na rialacha seo le gach cumarsáid tráchtála seachas iadsan atá rialaithe ag *Cód Fógraíochta BCI i leith Páistí*.

- 3.2.5 Go hiondúil ní léireofar daoine aonair atá beo i gcumarsáid tráchtála gan a gcead a fháil nó ní dhéanfar tagairtí dóibh. Is féidir go hiondúil, áfach, tagairtí a dhéanamh i gcumarsáid tráchtála i gcomhair leabhair, scannáin, cláracha raidió nó teilifíse, nuachtáin, iriseáin etc. ina léirítear na daoine ar tagraíodh dóibh sa chumarsáid, an fhad is nach bhfuil na tagairtí déistineach nó míchruinn.
- 3.2.6 Ní bheidh sé mar sprioc ag cumarsáid tráchtála eagla gan bharántas a spreagadh sa té atá ag faire nó san éisteoir.

Follasacht

- 3.3 Oibreoidh cumarsáid tráchtála ar phrionsabal na follasachta. Má bhíonn aon socrú tráchtála laistigh de chlár ní mór dó sin a bheith so-aitheanta agus ní mór an éisteoir/an lucht féachana a chur ar an eolas maidir lena leithéid de shocrú.
- 3.3.1 Ní fhógróidh láithreoirí nó pearsanra eile ar an aer tairgí nó seirbhísí nó ní thabharfaidh siad tacaíocht do thairgí nó do sheirbhísí le linn ábhar an chláir.
- 3.3.2 Ní dhéanfaidh fógróirí nó lucht urraithe aon tionchar eagarthóireachta a imirt ar ábhar clár.
- 3.3.3 Níl bheidh na focail 'ráth' nó 'ráthaithe', 'baránta' nó 'faoi bharánta' i gcumarsáid tráchtála, muna mbíonn barántas dlíthiúil ar fáil don chraoltóir agus don cheannaitheoir. Ní cead d'aon chumarsáid tráchtála tagairt díreach nó trí impleacht a bheith iontu a thugann le fios go mbaineann sé de nó go laghdaíonn sé cearta reachtúla nó de réir gnáth-dhlí an cheannaitheora.

- 3.3.4 Is ceadmhach do chumarsáidí trachtála feidhm a bhaint as teistiméireachtaí. Beidh teistiméireachtaí den chineál fíor agus comhaimseartha agus beidh baint acu leis an duine atá ag tabhairt na teistiméarachta. Ní mór fianaise doiciméadach i leith teistiméarachtaí a chur ar fáil do chraoltóirí.
- 3.3.5 Ní dhéarfadh cumarsáid trachtála go bhfuil tairgí nó seirbhísí ‘saor in aisce’ muna soláthraítear na tairgí nó na seirbhísí sin gan aon chostas nó gan aon chostas breise (seachas fíor-phostas nó carraeireacht) don fhaighteoir.
- 3.3.6 Ní thaispeánfaidh cumarsáid trachtála daoine a chuireann cláir nuachta i láthair go rialta, ach amháin i leith cumarsáid trachtála seirbhíse poiblí a chuireann chun cinn feachtais a bhaineann le sábháilteacht, sláinte, oideachas, etc.
- 3.3.7 Tá toirmeasc ar an gcleachtas ar a dtugtar suíomh tairgí.

Tá tagairtí teagmhasacha do thairgí nó do sheirbhísí dlisteanach nuair is féidir seasamh eagarthóireachta a dhéanamh maidir lena gcur isteach. Cinnteoidh craoltóirí nach mbíonn suntasacht mhíchuí á thabhairt do tháirge nó do sheirbhís le linn an chláir mar thoradh ar a gcur isteach.

I gcás na teilifíse, ní mheastar gur suíomh tairgí atá i gceist le tairgí nó seirbhísí ar cuireadh isteach i gclár iad a fuarthas ó lasmuigh de Phoblacht na hÉireann agus ní mheastar gur suíomh tairgí atá i gceist le scannáin a rinneadh iad don

phictiúrlann an fhaid is nach mbaineann aon chraoltóir rialaithe sa stát agus a raibh baint acu le craoladh an chláir nó an scannán sin leas díreach as an tsocrú.

Measúnú

- 3.4 Déanfar measúnú ar chumarsáidí trachtála agus tagairt á dhéanamh do na prionsabail agus na rialacha atá sa chód seo. Tá na prionsabail doroinnte, ‘sé sin le rá nach mór do gach cumarsáid trachtála cloí leis na prionsabail ar fad.

Ba chóir do chraoltóirí fios a bheith acu ar fhorálacha uilig an Chóid, toisc go bhféadfaí go mbeadh ceanglas ar chumarsáid trachtála foráil amháin nó níos mó ná foráil amháin ábhartha a chomhlíonadh.

- 3.4.1 Déanfar measúnú ar chumarsáidí trachtála ina n-iomlán agus i gcomhthéacs i gcoinne na prionsabail agus na rialacha atá sa Chód seo. Bainfear feidhm as na tosca comhthéacsúla seo a leanas:

- Am an chraoladh
- An cineál cláir
- An cineál cainéil/seirbhíse
- Nádúr an táirge nó na seirbhíse
- An comhdhéanamh is cosúil a bheidh ar an lucht éisteachta a bheidh ag éisteacht leis an gclár nó ag faire air.

- 3.4.2 Tá sé i gceist an Cód a chur i bhfeidhm ó thaobh ábhair agus brí de.

4. Na rialacha ginearálta a bhaineann leis an bhfógraíocht ar fad

Ba chóir do chraoltóirí a bheith ar an eolas go bhfuil an chomhréir ama ceadaithe a thugtar don bhfógraíocht faoi réir uasteorainneacha agus go bhfuil sí rialaithe ag forálacha reachtúla agus eile.

- 4.1 Oibreoidh fógraíocht de réir phrionsabal na scarúna sa chaoi is go mbeidh ábhar tráchtála i sosanna fógraíochta idir agus le linn clár ar leith ón ábhar cláir.
- 4.2. Ní chuirfidh ionsá fógraíochta isteach ar ionracas na heagarthóireachta ná ar luach cláir. Déanfar ionsá ar fhógráin i gcláir ar chaoi a chuireann san áireamh sosanna nádúrtha, faid agus gné an chláir, agus ag cinntiú ag an am céanna nach ndéantar dochair do chearta na gceartsealbhóirí.
- 4.3 I gcás príomhscannáin agus scannáin ar rinneadh iad don teilifís, an fhaid is go mbíonn a bhfaid ama de réir an sceidil níos faide ná 45 nóiméidí is féidir briseadh a ionsá iontu uair amháin i ngach tréimhse iomlán de 45 nóiméidí. Tá sé ceadmhach briseadh sa bhreis a chur isteach má tá a bhfaid de réir an sceidil ar a laghad 20 nóiméidí níos faide ná dhá thréimhse iomlán de 45 nóiméidí nó níos mó.
- 4.4 Maidir le cláir teilifíse seachas na cinn atá luaite i 4.3 thuas, caithfidh tréimhse de 20 nóiméidí a bheith caite idir gach briseadh leanúnach laistigh den chlár.
- 4.5 Ní dhéanfar fógraíocht a ionsá in aon chraoladh de sheirbhís reiligiúnda.
- 4.6 Ní dhéanfar fógraíocht a ionsá an aon chraoladh teilifíse de chláir nuachta nó cúrsaí reatha, cláir faisnéise nó cláir reiligiúnacha má bhíonn fad de réir an sceidil níos giorra na 30 nóiméad acu.
- 4.7 I gcráolacháin teilifíse, beidh fógraíocht ar leithlis i gcónaí ina heisceacht.
- 4.8 Cuirfear sosanna fógraíochta in iúl ar mhódh amhairc nó cloiste. Ní ceadmhach do mhodh dá leithéid aon chumarsáid tráchtála a bheith ann.
- 4.9 Tá toirmeasc ar gach ceann acu seo a leanas:
 - Fógraíocht faoi cheilt
 - Fógraíocht fhotháirseachúil
 - Fógraíocht mhíthreorach
- 4.10 Ní mór do chraoltóirí gach beart atá réasúnta a dhéanamh lena chinntiú nach bhfuaimíonn fógráin níos airde ná na cláir atá cóngarach dóibh. Ba chóir do chraoltóirí teorainneacha a bhunú ar úsáid chomhbhrú, teorannú agus cothromú ar fhógráin mar a bhaineann siad sin le fógráin a sholáthraítear iad do chraoltóirí ó thríú pháirtithe.

5. Rialacha a bhaineann le teicnící sonracha fógraíochta

5.1 Fógraíocht Scáileáin Scoilte

- 5.1.1 Bainfidh na prionsabail agus na rialacha ginearálta a bhaineann le gach cumarsáid tráchtála agus, mar is ábhartha, na rialacha ginearálta a bhaineann leis an bhfógraíocht ar fad, le fógraíocht scáileáin scoilte.
- 5.1.2 Ceadáitear fógraíocht scáileáin scoilte le linn sosanna nádúrtha agus le linn creidiúintí deiridh. Is ceadmhach fógraíocht scáileáin scoilte a ionsá le linn clár spóirt d'fhoirm fhada nach mbíonn sosanna nádúrtha iontu, e.g. Rásaíocht Fhoirmle 1.

- 5.1.3 Ní ceadmhach d'fhógraíocht scáileáin scoilte a bheith os cionn 50% den spás scáileáin agus ní ceadmhach ach d'fhógrán amháin a bheith á thaispeáint ar an scáileán ag an aon am faoi leith.
- 5.1.4 Ní cheadaítear fógraíocht scáileáin scoilte i gclár nuachta nó cúrsaí reatha, cláir do leanaí, príomhscannáin nó craolacháin de sheirbhísí reiligiúnda.

5.2 Fógraíocht Fhíorúil

Bainfidh na prionsabail agus na rialacha ginearálta a bhaineann le gach cumarsáid tráchtála agus, mar is ábhartha, na rialacha ginearálta a bhaineann leis an bhfógraíocht ar fad, le fógraíocht fhíorúil.

5.3 Fógraíocht Idirghníomhach

- 5.3.1 Bainfidh na prionsabail agus na rialacha ginearálta a bhaineann le gach cumarsáid tráchtála agus, mar is ábhartha, na rialacha ginearálta a bhaineann leis an bhfógraíocht ar fad, le fógraíocht idirghníomhach.
- 5.3.2 Ní thabharfaidh fógraíocht idirghníomhach an lucht faire láithreach/díreach go dtí na táirgí nó na seirbhísí atá á bhfógairt. Ní mór rabhadh a thabhairt don té atá ag faire trí mhodhanna oiriúnacha optúla/ fuaimiúla go bhfuil siad ar tí gabháil isteach i gcomhshaol tráchtála idirghníomhach nach bhfuil rialaithe ag *Cód Ginearálta Fógraíochta BCI*. Ba chóir é sin a dhéanamh le scáileán fógraíochta idirmheánach a thaispeántar leis an gcéad gliogáil, agus ní féidir leis an té atá ag faire rochtain a fháil ar an gclár idirghníomhach ach amháin tar éis an dara gliogáil.
- 5.3.3 Ní ceadmhach d'fhógraíocht idirghníomhach an té ata ag faire a thabhairt láithreach/díreach go cumarsáid tráchtála do tháirgí nó seirbhísí a bhfuil toirmeasc orthu de réir an Chóid seo.

6. Na rialacha a bhaineann le teilesiopadóireacht

Ba chóir go mbeadh a fhios ag craoltóirí go bhfuil an comhréir ama a cheadaítear i gcomhair na teilesiopadóireachta faoi réir uasteorainneacha agus go bhfuil sí rialaithe ag forálacha reachtacha agus eile.

- 6.1 Bainfidh na prionsabail agus na rialacha ginearálta a bhaineann le gach cumarsáid tráchtála agus, mar is ábhartha, na rialacha ginearálta a bhaineann leis an bhfógraíocht ar fad, leis an teilesiopadóireacht.
- 6.2 Caithfidh deighleoga fógraíochta tiomnaithe don teilesiopadóireacht a bheith ar fhad gan bhriseadh de 15 nóiméidí ar a laghad i gcás cainéil *nach bhfuil tiomnaithe don teilesiopadóireacht amháin*. Ocht ndeighleog a bheidh mar uasmhéid in aon lá amháin. Ní rachaidh an fhaid fhoriomlán thar trí uair an chloig sa lá. Ní mór iad a aithint go soiléir mar dheighleoga teilesiopadóireachta trí mhodhanna oiriúnacha optúla agus fuaimiúla.
- 6.3 Bainfidh Caibidil I, II, IV, VIa agus VII den *Television Without Frontiers Directive* le cainéil tiomnaithe don teilesiopadóireacht amháin.
- 6.4 Tá teilesiopadóireacht a thaispeánann cógais leighis a bhfuil Ceadúnas Údaraithe Tairge de dhíth orthu agus teilesiopadóireacht do chóireálacha agus do sheirbhísí leighis agus do chóireálacha agus seirbhísí cosmaideacha toirmisce.
- 6.5 Ní spreagfaidh teilesiopadóireacht páistí chun conartha a dhéanamh d'earraí agus seirbhísí a cheannach nó a fháil ar chíos.

7. Na rialacha a bhaineann leis an Urraíocht

- 7.1 Is féidir leis an urraíocht tarlú nuair a dhéanann an urraitheoir maoiniú díreach a sholáthar nó trí infheistíocht chomhchineáil trí sholáthar áiseanna nó seirbhísí ón urraitheoir (e.g. craoltaí seachtracha) nó trí sholáthar tairgí agus seirbhísí, lena n-áirítear duaiseanna.
- 7.2 Ní ceadmhach don urraíocht a bheith ionann agus mar atá fógraíocht mar a shainmhínítear í sa Chód seo. Ní dhéanfaidh fógraí urraíochta tagairtí tionscnaimh i leith tairgí agus/nó seirbhísí an urraitheora a mbíonn cóip fógraíochta, cur síos fada ar thairgí nó spreagadh chun gníomhaíochta iontu. Ní ceadmhach praghasanna a lua ach amháin nuair a bhíonn sé riachtanach de réir reachtaíochta.
- 7.3 Ní ceadmhach d'urraitheoir (urraitheoirí) a bhfuil baint acu le déanamh nó soláthar earra nó seirbhís nach ceadmhach é a fhógairt de réir an Chóid seo urraíocht a dhéanamh ar ábhar cláir.
- 7.4 Ní ceadmhach d'urraitheoir (urraitheoirí) urraíocht a dhéanamh ar ábhar cláir nach ceadmhach dá n-earraí nó seirbhísí a bheith mealltach do lucht féachana tipiciúil an chláir sin nó nach mbeadh cead aige/acu fógraíocht a dhéanamh le linn an chláir sin.
- 7.5 Níl sé ceadmhach urraíocht a dhéanamh ar chláir nuachta, cúrsaí reatha nó reiligiúnda ar an teilifís.
- 7.6 Níl sé ceadmhach urraíocht a dhéanamh ar chláir nuachta ar an raidió.

Comórtais

- 7.7 Ach amháin má chuirtear a mhalairt in iúl san alt seo, comhlíonfaidh comórtais na rialacha urraíochta sa chuid seo.
- Tá sé ceadmhach d'fhógraí faoi chomórtais cur síos gairid fíriciúil i leith duaiseanna a bheith iontu ach ní bheidh cead acu cóip fógraíochta, formhuinthe, tréithe nó spreagadh chun gníomhaíochta a bheith iontu.
- Ní bheidh sé ceadmhach ábhar fógraíochta a bheith san áireamh leis an mheicníocht a baintear faidhm aisti le páirt a ghlacadh sa chomórtas i.e. faisnéis faoi céard a chaithfidh an breathnóir nó an t-éisteoir a dhéanamh le cur isteach air agus/nó an duais a bhuachan.
- I gcás go mbíonn gné airgeadúil ag duais e.g. dearbhán, is féidir a luach a lua. Níl sé ceadmhach, áfach, phraghasanna a lua ach amháin i gcás go mbíonn sé riachtanach de réir reachtaíochta iad a lua.

8. Rialacha a bhaineann le tairgí agus seirbhísí sonracha

8.1 Alcól

- 8.1.1 Ní cheadófar do chumarsáidí tráchtála do dheochanna meisciúla tomhaltas mí-chuíosach d'alcól a spreagadh nó ní cheadófar dóibh dearcadh diúltach i leith séanadh nó measarthachta a chur in iúl.
- 8.1.2 Níl sé ceadmhach do chumarsáid tráchtála do dheochanna meisciúla a chur in iúl go bhfuil cáilíochtaí teireapacha ag alcól nó gur spreagthach, támhachán nó suaimhneasán atá ann nó gur modh é chun coimhlintí pearsanta a réiteach.

- 8.1.3 Ní chuirfidh cumarsáid tráchtála do dheochanna meisciúla béim ar an méid alcóil atá iontu mar cháilíocht dearfach de na deochanna sin.
- 8.1.4 Ní chruthóidh cumarsáid tráchtála do dheochanna meisciúla an tuairim go gcuireann tomhaltas na ndeochanna sin le mealltacht ghnéasúil, nó le rath nó le rath sóisialta.
- 8.1.5 Ní cheanglóidh cumarsáid tráchtála do dheochanna meisciúla ól alcóil le feabhsú ar ghníomhaíocht fhisiciúil nó ar thiomáint.
- 8.1.6 Ní cheadaítear cumarsáid tráchtála do dheochanna ina bhfuil méid alcóil de 25% AbV nó níos mó e.g. vodca, fuisce, tequila etc.
- 8.1.7 Ní dhíreofar cumarsáid tráchtála do dheochanna meisciúla go sonrath ar pháistí nó, ach go háirithe, ní léireofar páistí iontu ag ól na deochanna sin.
- 8.1.8 Ní ceadmhach do chumarsáidí tráchtála daoine óga nó daoine eile nach n-ólann a spreagadh chun tosú ag ól – caithfidh gur chun branda a dhíol agus a aithint a dhíreofar iad.
- 8.1.9 Déanfaidh craoltóirí cinnte de nach ndéanfar cumarsáid tráchtála do dheochanna meisciúla a tharchur le linn nó cóngarach do chláir atá dírithe go príomhach ar lucht féachana/lucht éisteachta óg agus cuirfidh siad san áireamh próifíl aoise an lucht féachana agus/nó lucht éisteachta lena chinntiú go ndéanann siad cumarsáid, chomh fada agus is féidir, le daoine fásta.
- 8.1.10 Ní cheadaítear cumarsáid tráchtála do thairgí réidh len' ól (RTD) ar nós mianraí meisciúla agus tairgí den chineál sin.

- 8.1.11 Cloifidh gach cumarsáid tráchtála leis na cóid cleachtais toilteanacha ábhartha a aithníonn an *Roinn Sláinte agus Páistí* i leith fógraíocht raidió agus teilifíse d'alcól.

8.2 Leigheasanna, Cóireálacha, Táirgí agus Seirbhísí Leighis agus Cóireálacha agus Seirbhísí Coismaideacha.

Rialacha Ginearálta

- 8.2.1 Cloifidh Cumarsáid Tráchtála a thagann laistigh de scóip an chuid seo den Chód leis an reachtaíocht ábhartha Éireannach agus Eorpach ar fad.
- 8.2.2 Ní chuirfear moltaí i gcumarsáid tráchtála ó ghairmithe sláinte nó moltaí ó dhaoine a d'fhéadfadh, mar gheall ar a gcáil, moladh a thabhairt go mbainfí úsáid as leigheasanna, cóireálacha, tairgí agus seirbhísí leighis agus/nó cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha.

Ní chuirfear ráitis i gcumarsáid tráchtála a thugann le fios gur comhairle nó moladh próifisiúnta atá ann ó dhaoine a léirítear iad sa chumarsáid tráchtála agus a léirítear iad, nó a léirítear trí impleacht iad mar dhaoine atá cáilithe lena leithéid sin de chomhairle nó moladh a thabhairt.
- 8.2.3 Ní dhéanfaidh cumarsáid tráchtála tagairt d'ospidéal, clinic, coláiste, institiúid, saotharlann nó aon chomhlacht eile den chineál sin ach amháin má bhíonn foras bona fide a fhreagraíonn don chur síos a tugtar ann i ndáiríre. Ní dhéanfar aon tagairt do dhochtúirí ach amháin más féidir tagairt den chineál sin a dhéanamh go cuibheasach i gcomhthéacs na cumarsáide tráchtála.

- 8.2.4 Ní cheadaítear do chumarsáidí tráchtála focail ar nós “sábháilte”, “gan riosca”, “neamhdhíobhálach” nó téarmaí ag a bhfuil an brí céanna a úsáid gan bharántas agus gan idirdhealú. Chomh maith leis sin, ní cheadaítear éilimh áibhéileacha, ach go háirithe trí theistiméireachtaí nó fianaise eile a roghnú nach dtugann léiriú fíor ar éifeachtachas leigheasanna, cóireálacha, táirgí agus seirbhísí leighis agus cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha.
- 8.2.5 Ní cheadaítear cumarsáid tráchtála i gcomhair leigheasanna, cóireálacha, táirgí agus seirbhísí leighis agus cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha a bhfuil sé i gceist acu cóireáil a chur ar ghalair tromchúiseach, gearáin, riochtaí nó siomptóim ar chóir go bhfaighidís aireachas chleachtóra cláraithe leighis.
- 8.2.6 Ní cheadaítear cumarsáid tráchtála ina mbíonn tairiscintí diagnóis a dhéanamh nó cóireáil a chur ar aon ghearán tromchúiseach, riocht nó siomtóm nó galar trí chomhfhreagras.
- 8.2.7 Ní cheadaítear é a bheith i gceist ag chumarsáid tráchtála scanradh a chur ar bhreathnóir nó ar éisteoir go bhféadfadh sé/sí, gearán, riocht, siomtóm nó galar a fhuilaint gan chóireáil, nó go bhfulaingeidís níos measa gan chóireáil.
- 8.2.8 Ní dhéanfaidh aon chumarsáid tráchtála éileamh nó cur in iúl bréagach go bhfuil an leigheas, cóireáil, táirge nó seirbhís leighis, nó cóireáil nó seirbhís cosmaideach atá á chur chun cinn insan chruth ina tharlaíonn sé go nádúrtha nó gurb é an príomh-bhua atá aige gur táirge “nádúrtha” é.

8.2.9 Ní chuirfear chun cinn, go díreach nó go hindíreach, go mbainfí feidhm neamhriachtanach, gan idirdhealú, agus/nó iomarcach as leigheasanna, cóireálacha, táirgí agus seirbhísí leighis agus cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha.

8.2.10 Ní cheadaítear tagairtí a dhéanamh do dhuais, do chomórtas nó do scéim den chineál sin i gcumarsáid tráchtála do leigheasanna, cóireálacha, táirgí agus seirbhísí leighis agus cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha.

Leigheasanna

8.2.11 Ní mór do chumarsáidí tráchtála na rialacha ginearálta a bhaineann le cumarsáid tráchtála do leigheasanna, cóireálacha, táirgí agus seirbhísí leighis agus cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha a chomhlíonadh. Cloifidh siad freisin le téarmaí aon Cheadúnas Údaraithe Táirge, lena n-áirítear an Achoimre ar Thréithe Táirge, mar atá eisithe ag *Bord Leigheasra na hÉireann* nó ag an *gCoimisiún Eorpach*. Beidh cumarsáid tráchtála geilliúlach d’aon rialacha nó rialacháin ábhartha eile a eisiúnn *Bord Leigheasra na hÉireann* nó an *Coimisiún Eorpach* agus do reachtaíocht na hÉireann agus na hEorpa.

Cóireálacha agus Seirbhísí Cosmaideacha (Máinliachta agus Neamh-máinliachta)

8.2.12 Comhlíonfaidh cumarsáid tráchtála do chóireálacha agus seirbhísí cosmaideacha máinliachta agus neamh-máinliachta na rialacha ginearálta a bhaineann le cumarsáidí tráchtála do leigheasanna, cóireálacha, táirgí agus seirbhísí leighis agus cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha.

8.2.13 Tá sé ceadmhach do chumarsáidí tráchtála do chóireálacha agus do sheirbhísí mainliachta cosmaideacha seoladh sholáthróir na seirbhíse agus cur síos fríciúil ar na seirbhísí atá ar fáil a bheith iontu ach ní bheidh aon rud iontu a d'fhéadfaí a rá faoi gur spreagadh é leis an gcóireáil nó an tseirbhís a úsáid. Ní cheadaítear faisnéis a thugann mionsonraí maidir le tairiscintí speisialta, lascainí, tagairtí d'áiseanna creidmheasa atá ar fáil nó aon tairiscintí tionscantacha eile a bhfuil sé i gceist acu cóireálacha nó seirbhísí den chineál sin a chur chun cinn.

Hipneois, hipniteiripe, siceolaíocht, síocanailís nó síciatracht

8.2.14 Ní mór do chumarsáidí tráchtála i gcomhair hipneois, hipniteiripe, siceolaíocht, síocanailís nó síciatracht cloí leis na rialacha ginearálta a bhaineann le cumarsáidí tráchtála do leigheasanna, cóireálacha, táirgí agus seirbhísí leighis agus cóireálacha agus seirbhísí coismaideacha.

8.2.15 Is ceadmhach do chumarsáidí tráchtála den chineál sin seoladh sholáthróir na seirbhíse agus cur síos fríciúil ar na seirbhísí atá ar fáil a bheith iontu ach ní bheidh aon rud iontu a d'fhéadfaí a rá faoi gur spreagadh é leis an gcóireáil nó an tseirbhís a úsáid. Ní cheadaítear faisnéis a thugann mionsonraí maidir le tairiscintí speisialta, lascainí, tagairtí d'áiseanna creidmheasa atá ar fáil nó aon tairiscintí tionscantacha eile a bhfuil sé i gceist acu cóireálacha nó seirbhísí den chineál sin a chur chun cinn.

8.3 Cabhair chun Éirí as Tabac a Chaitheamh

I gcás chumarsáidí tráchtála do tháirgí nó do sheirbhísí a mhaíonn go gcabhraíonn siad le daoine éirí as tabac a chaitheamh, caithfidh siad a thaispeáint go soiléir nach

bhfuil an chabhair sin éifeachtach ach amháin i gcompháirt le cur i bhfeidhm dearfach neart tola an tomhaltóra.

8.4 Bia (deochanna san áireamh)

8.4.1 Cloifidh cumarsáid tráchtála ina mbeidh éilimh i leith sláinte agus cothú le reachtaíocht ábhartha na hÉireann agus na hEorpa ar fad agus le rialacha, rialachain agus cóid cleachtais a eiseoidh na húdaráis inniúlacha atá freagrach as an reachtaíocht sin a chur i bhfeidhm, ó am go ham, *Údarás Sábháilteachta Bia na hÉireann* ach go háirithe.

8.4.2 Ní ceadmhach do chumarsáidí tráchtála d'fhoirmle naíonán a chur in iúl, go díreach nó trí impleacht, gur fearr an táirge sin ná beathú cíche agus ba chóir dóibh neamhoiriúnacht an táirge sin do naíonáin níos óige ná sé mhí d'aois a thaispeáint go soiléir.

8.5 Táirgí Cosmaideacha

Cloifidh cumarsáid tráchtála do tháirgí cosmaideacha le reachtaíocht ábhartha na hÉireann agus na hEorpa ar fad.

8.6 Cóireálacha, Táirgí agus Seirbhísí Tanúcháin

8.6.1 Ní cheadaítear aon tairiscint de chóireáil, táirge nó seirbhís i gcomhair tanúcháin (i.e. laghdú, teorannú nó rialú meáchan) i gcumarsáid tráchtála:

- gur dócha go mbeidh droch-thorthaí leis mar rud ann féin;
- nach bhfuil baint díreach aige le biachlár a bhfuil dearadh ceart air;
- nach ndeireann go soiléir an chaoi a mbainfear amach an tanú.

8.7 Seirbhísí agus Táirgí Airgeadais

- 8.7.1 Ní mór do gach cumarsáid tráchtála do sheirbhísí agus táirgí airgeadais an tairiscint nó seirbhís airgeadais a chur i láthair i dtéarmaí nach bhfuil míthreorach, bíodh sé sin trí áibhéil a dhéanamh, trí easnamh a dhéanamh nó ar aon bhealach eile.
- 8.7.2 Ní mór do chumarsáidí tráchtála do sheirbhísí agus do tháirgí airgeadais cloí leis an reachtaíocht ábhartha Éireannach agus Eorpach agus leis na rialacha, rialúcháin agus cóid cleachtais a eisíonn na húdaráis inniúlacha atá freagrach as an reachtaíocht sin a chur i bhfeidhm, ó am go ham, *Údarás Rialála Seirbhísí Airgeadais na hÉireann agus Oifig an Stiúrthóir Ghnóthaí Tomhaltóirí* ach go háirithe.

8.8 Seirbhísí Gealltóireachta

- 8.8.1 Tá cumarsáid tráchtála a mbíonn sé mar sprioc aici seirbhísí a chur chun cinn dóibh sin gur mian leo gealltóireacht a dhéanamh inghlactha.
- 8.8.2 Tá sé ceadmhach do chumarsáidí tráchtála den chineál sin seoladh sholáthróir na seirbhíse agus cur síos firiciúil ar na seirbhísí ar fáil a bheith iontu ach ní bheidh aon rud iontu a d'fhéadfaí a chur ina leith gur spreagadh é chun gealltóireacht a dhéanamh. Ní cheadaítear faisnéis a thugann mionsonraí de thairiscintí speisialta, lascaí nó aon tairiscintí; spreagadh agus/nó cuireadh cuairt a thabhairt ar aon bhunaíocht gealltóireachta (lena n-áirítear laithreáin ar-líne), tagairtí do na corrlaigh atá ar fáil nó aon tairiscint tionscnaimh

eile a bhfuil sé i gceist aici úsáid sheirbhísí den chineál sin a spreagadh.

8.9 Seirbhísí Teileachumarsáide ar Ard-Ráta

- 8.9.1 Ní mór do chumarsáidí tráchtála do sheirbhísí Teileachumarsáide ar ard-ráta na táillí ar fad a bhaineann le rochtain a fháil ar na seirbhísí sin a rá go soiléir i dtéarmaí nach bhfuil míthreorach, bíodh sé sin trí áibhéil a dhéanamh, trí easnamh a dhéanamh nó ar aon bhealach eile.
- 8.9.2 Comhlíonfaidh gach cumarsáid tráchtála an Cód Cleachtais eisithe ag Rialaitheoir Sheirbhísí Teileachumarsáide ar Ard-Ráta (Regtel) mar a leagtar síos iad ó am go chéile.

8.10 Mná nó Fir Feasa, Seirbhísí Síceacha etc.

- 8.10.1 Níl cumarsáidí tráchtála do mhná nó fir feasa, seirbhísí síceacha etc. inghlactha ach amháin nuair atá sé soiléir gur i gcomhair feidhmeanna siamsaíochta amháin atá siad agus go mbíonn sé sin soiléir sa chumarsáid.
- 8.10.2 Ní cheadaítear éilimh a deir gur féidir ócáidí sa todhchaí a thuar, seachas i dtuairim dhuine.
- 8.10.3 Ní cheadaítear éilimh gur féidir teagmháil a dhéanamh le daoine atá marbh.
- 8.10.4 Ní cheadaítear éilimh a bhaineann le cúrsaí sláinte, leigheasanna, leigheas agus/nó íoc.

9. Cumarsáid Toirmisce

Anuas ar na haicmí eile de chumarsáidí tráchtála, tá na cinn a thagann laistigh de ghné aitheanta nó a bhaineann go sonrach leis an méid seo a leanas, neamhinghlactha:

- Táirgí, cóireálacha nó seirbhísí nach bhfuil ar fáil ach amháin ar oideas leighis.
- Toitíní agus tabac.
- Foirmle do naíonáin.
- Fógraí atá dírithe ar sprioc pholaitiúil acu nó a bhfuil baint ar bith acu le díospóid thionsclaíoch.
- Fógraí atá dírithe ar sprioc reiligiúnda. Ní fhorléifear an méid sin mar ní a chuireann toirmeasc ar chraoladh fhógra go bhfuil:
 - i) nuachtán, iriseán nó tréimhseachán áirithe reiligiúnda ar díol nó á sholáthar, nó

- ii) go dtarlóidh aon ócáid nó searmanas a bhaineann le haon reiligiún áirithe

muna dtugann an méid atá sa bhfógra aghaidh ar cheist an fhiúntais nó eile cloí le haon chreideamh reiligiúnda nó ballraíocht a ghlacadh in aon reiligiún nó eagraíocht reiligiúnach.

Ba chóir go mbeadh craoltóirí ar an eolas go bhfuil aicmí eile de chumarsáidí tráchtála toirmisce nó teoranta nó go gcuireann forálacha reachtúla nó rialacháin sriantaí orthu. Tá liosta neamh-iomlán de na forálacha sin san Aguisín leis an gCód seo.

10. Aguisín

Seo a leanas liosta neamh-iomlán den phríomh-reachtaíocht gur féidir léi fógraíocht in Éirinn a theorannú nó a rialú nó gur féidir léi tionchar eile a bheith aici ar an bhfógraíocht. Is mar threoir amháin atá an liosta seo agus tá sé go hiomlán ina ábhar do gach duine na forálacha ábhartha reachtach a d'fhéadfadh a bheith bainteach i ngach cás.

Reachtaíocht Craolacháin

An tAcht Craolacháin, 2001.

An tAcht um Údarás Craolacháin, 1960.

An tAct um Údarás Craolacháin (Leasú), 1966.

An tAct um Údarás Craolacháin (Leasú), 1976.

An tAct um Údarás Craolacháin (Leasú), 1979.

An tAcht um Údarás Craolacháin (Leasú), 1993.

An tAcht Craolacháin agus Raidió-Theileagrafaíochta, 1988.

An tAcht Raidió agus Teilifíse, 1988.

Reachtaíocht Náisiúnta Eile

An tAcht Uchtála, 1952.

An tAcht um Leigheasanna Ainmhithe, 1993.

Rialacháin Leigheasanna Ainmhithe (Rialú ar Díol) 1985-1991 (I.R. 258/1985, I.R. 244/1991).

Acht um Gheall-Chur, 1931.

An tAcht Cumann Foirgníochta, 1989 mar atá leasaithe ag Acht na bliana 2006.

Central Bank and Financial Services Authority of Ireland Act, 2003.

Achtanna an Bhainc Ceannais 1942-1948.

Achtanna um Scrúdóireacht Scannán, 1923-1992.

Achtanna um Chinsireacht Fhoilseachán, 1929-1965.

Rialacháin um Chinsireacht Fhoilseachán 1980 (I.R. 292/1980).

An tAcht um Gháinneáil ar Leanaí agus Pornagrafaíocht Leanaí, 1998.

Achtanna na gCuideachtaí, 1963-2004.

An tAcht um Chreidmheas do Thomhaltóirí, 1995.

An tAcht um Chreidmheas do Thomhaltóirí, 1995 (Alt 28) Rialacháin, 1996.

An tAcht um Fhaisnéis do Thomhaltóirí, 1978.

Ordú um Fhaisnéis do Thomhaltóirí (Fógrán do Léirithe Ceolchoirme nó Amharclainne), 1997.

Ordú um Fhaisnéis do Thomhaltóirí (Fógráin) (Nochtú Leas Gnó), 1984.

Ordú um Fhaisnéis do Thomhaltóirí (Aertháilí), 2000.

Ordú um Fhaisnéis do Thomhaltóirí (Earraí Ilghnéitheacha) (Marcáil), 1984.

An tAcht Cóipchirt, 1963.

Copyright and Related Rights Act 2000, mar atá leasaithe.

An tAcht um Chomhar Creidmheasa 1997.

An Bille um Cheartas Coiriúil (Cionta Gadaíochta agus Calaoise), 2001.

An tAcht um Chosaint Sonraí, 1988.

Acht Tora Déiríochta, 1924.

An tAcht um Chlúmhilleadh 1961.

An tAcht Cosanta, 1954.

An tAcht um Gníomhaireacht Fostaíochta, 1971.

Rialacháin i leith Gníomhaireachtaí Fostaíochta, 1972-1993.

Achtanna um Chomhionannas Fostaíochta 1998 agus 2004.

Achtanna um Chearrbhachais agus Crannchuir, 1956-1979.

An tAcht um Shainmharcáil 1981.

Rialacháin Sláinte (Bia i gcomhair Feidhmeanna Cothaitheacha ar leith), 1991.

Achtanna Fruilcheannaigh 1946 agus 1960.

Fruilcheannach agus Díol Creidmheasa (Ordú Fógraíochta), 1961.(I.R. 183/1961).

An tAcht Maoine Tionscail agus Trachtála (Cosaint), 1961.

An tAcht Taighde Tionscail agus Caighdeán, 1961.

An tAcht um Idirghabhálaithe Infheistíochta, 1995.

Achtanna Ceadúnúcháin 1833 go 2004.

An tAcht um Chúiteamh d'Infheisteoirí, 1998.

Na Rialacháin um Ullmhóidí Leighis (Fógraíocht) 1993 agus 1996 (I.R. 76/1993, I.R. 308/1996).

Na Rialacháin um Ullmhóidí Leighis (Bileoga Lipéadaithe agus Pacáistithe) 1993-1999 (I.R. 71/1993, I.R. 440/1994, 187/1999).

Na Rialacháin um Ullmhóidí Leighis (Ceadúnú, Fógraíocht agus Díol) 1984-1994 (I.R. 210/1984, I.R. 347/1989, I.R. 70/1993, I.R. 439/1994).

Na Rialacháin um Ullmhóidí Leighis (Oideas agus Rialú Soláthar) 2003 (I.R. 540/2003).

Na Rialacháin um Ullmhóidí Leighis (Ceadúnú agus Díol) 1998 (I.R. 142/1998).

Achtanna Marcanna Earraí Ceannaíochta, 1887-1970.

An tAcht Méadreolaíochta 1996.

Acht na nlasachtaithe Airgid, 1933.

Achtanna Bainne agus Déirithe, 1935, agus 1956.

An tAcht um Thrádáil Ocaídeach, 1979, mar atá leasaithe ag An Acht Corr-Thrádála 1995.

Acht na dTeangacha Oifigiúla 2003.

Acht na Radharcmhastóirí 1956 agus 2003.

Package Holidays and Travel Trade Act, 1995.

Acht na bPaitinní, 1992.

Achtanna Praghsanna, 1958-1972.

Ordú um Phraghsanna agus Táilli (Ráitis cáin-iniatacha) 1973.
Achtanna Sláinte Poiblí (Tobac) 2002 agus 2004.
An tAcht Stuaic-Dhíola, 1972.
Achtanna Croise Deirge, 1938 go 1954.
An tAcht um Dhíol Earraí agus Soláthar Seirbhísí, 1980.
Rialacháin Aturnaetha (Fógraíocht), 1996 (I.R. 351/1996).
Na hAchtanna Aturnaetha 1954-2002.
An tAcht um Stocmhalartáin, 1995.
An tAcht um Tháirgí Tabac (Fógraíocht, Coimircíocht Agus Spreagadh Díolachán a Rialú), 1978.
Rialacháin um Tháirgí Tabac (Fógraíocht, Coimircíocht Agus Spreagadh Díolachán a Rialú) 1991-2000 (I.R. 326/1991, I.R. 215/2000).
Achtanna um Thrácht Cuartaíochta, 1939 mar atá leasaithe ag Achtanna na mblianta 1957, 1966 agus 1970.
Achtanna na dTrádmharcanna 1996.
Na hAchtanna um Bainc Thaisce Iontaobhas, 1989 agus 2001.
An tAcht um Iontaobhais Aonad 1990.
Na Rialacháin um Bainistiú Dramhíola (Trealamh Leictreach agus Leictreonach) 2005 (I.R. 340/2005).

Ceartha

An tAcht um Chlúmhilleadh, 1961.
An tAcht um Stádas Comhionann 2000 go 2004.
An tAcht um Chomhionannas 2004.
An tAcht fán gCoinbhinsiún Eorpach um Chearta an Duine 2003.
An tAcht um Thoirmeasc ar Ghríosú chun Fuatha, 1989.

Reachtaíocht bunaithe san Eoraip

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (CE) uimh. 2200/96 mar atá leasaithe ag 2699/2000 agus Rialachain na gComhphobal Eorpach (Torthaí agus Glasraí) 1997 (I.R. 122/1997).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Údarú, Cur ar an margadh, Feidhm agus Rialú Tairgí Cosanta Plandaí) 2003 mar atá leasaithe (I.R.83/2003).

Rialacháin um Thráchtáil Leictreonach (Treoir 2000/31/CE) (I.R. 68/2003).

Rialachain na gComhphobal Eorpach (Sainmhíniú, Tuairisciú agus Tíolacadh Biotáille) 1995 (I.R. 300/1995).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Definition, Description and Presentation of Aromatised Wines, Aromatised Wine-Product Cocktails) 1998 (I.R. 254/1998).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Aicmiú, Pacáistiú agus Lipéadú Lotnadicídí) 1994 (I.R. 138/1994).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Aicmiú, Pacáistiú agus Lipéadú Táirgí Cosanta Plandaí Agus Táirgí Bithicídeacha) 2001 (I.R. 624/2001).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Co-operation between National Authorities Responsible for the Enforcement of Consumer Protection Laws) 2006 (I.R. 290/2006).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Táirgí Cosmaideacha) 1997-2006 (I.R. 87/1997, I.R. 213/1998, I.R. 150/2000, I.R. 203/2007, I.R. 373/2006).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Distance Marketing) of Consumer Financial Services Regulations 2004 (I.R. 853/2004).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Distance Marketing) of Consumer Financial
Services) (Leasú) 2005 (I.R. 63/2005).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Food Supplement) 2003 (I.R. 539/2003).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Infant Formulae and Follow-on Formulae)
1998 go 2000 (I.R. 243/1998, I.R. 446/2000).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach (Lipéadú.
Tíolacadh agus Fógairt Ábhair Bhia) 2000 agus
2002 (I.R.92/2000, I.R. 483/2002).

Creat-Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Árachas Saoil) 1994 (I.R.360/1994).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Fógraíocht Mhíthreorach) 1988 (I.R.134/1988).

Treoracha maidir le Fógraíocht Mhíthreorach
agus Chomparáideach – 84/450/EEC, 97/55/EC,
05/29/EC.

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Ainmneacha agus Lipéadú Táirgí Teicstíleacha)
1998 (I.R. 245/1998).

Creat-Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Árachas Neamh-Shaoil) 1994 (I.R. 359/1994).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Riachtanais Praghsanna Táirgí a Thaispeáint)
2002 (I.R. 639/2002).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Iarmhair Lotnaidicídí) (Ábhair Beathúcháin)
1992 (I.R. 40/1992).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Protection of Consumers in Respect of Contracts
Made by Means of Distance Communications)
2001 (I.R. 207/2001).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Protection of Consumers in Respect of
Contracts Made by Means of Distance
Communications) (Leasú) 2005 (I.R. 71/2005).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Protection of Geographical Indication and
Designations of Origin for Agricultural Products
and Foodstuffs) 1995 agus 1999 (I.R. 148/1995,
I.R. 275/1999).

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Protection of Geographical Indication and
Designations of Origin for Agricultural Products
and Foodstuffs) 1995 agus 1999 (I Rialacháin
na gComhphobal Eorpach (Craolacháin Teilifíse)
1999 (I.R. 258/1999).

Treoracha Eorpacha 89/552/EEC agus 97/36 EC
– Television Without Frontiers.

Rialacháin na gComhphobal Eorpach
(Undertakings for Collective Investments in
Transferable Securities) 2003 (I.R. 211/2003)
(mar atá leasaithe).

Rialacháin um Mhí-úsáid Margaidh
(Treoir 2003/71/EC) 2005 (I.R. 342/2005).

Rialacháin um Mhodhanna Cian-Chumarsáide
(Leasú) 2005 (I.R. 71/2005).

Rialacháin um Nimheanna (Rialú Iarmhairt i
mBia de Bhunús Ainmhíoch) 1985 agus 1986
(I.R. 257/85, I.R. 236/86).

Rialacháin um Réamheolairí (Treoir 1924/71/EC)
2005 (I.R. 324/2005).

Treoir 1924/2006 an Chomhphobail Eorpaigh
ar Éilimh i leith Cothú agus Sláinte a Dhéantar
maidir le Bia.

