

I'W RYDDHAU AR UNWAITH

CYFYNGIADAU NEWYDD AR HYSBYSEBU CYNNYRCH BWYD A DIOD I BLANT AR Y TELEDU

17 Tachwedd 2006

Heddiw cyhoeddodd Ofcom fanylion am gyfyngiadau sylweddol gyda'r bwriad o gyfyngu ar hysbysebu cynnyrch bwyd a diod sydd yn uchel mewn halen, braster a siwgr i blant ar y teledu. Mae ei gasgliadau yn dilyn ymgynghori cyhoeddus eang a rhaglen fanwl o ymchwil grŵp ffocws a chynulleidfa, dadansoddiad economaidd ac adolygiad cyfoedion o dystiolaeth wyddonol sydd ar gael.

Ar ôl archwilio ymatebion yr ymgynghoriad a'r holl dystiolaeth sydd ar gael yn fanwl, ac yng ngoleuni ei ddyletswyddau statudol, mae Ofcom wedi cyhoeddi'r mesurau canlynol:

CYFYNGIADAU

- Mae Ofcom wedi penderfynu mai un o'i amcanion rheoleiddiol yw lleihau yn sylweddol yr hysbysebion i blant dan 16 oed sydd yn hysbysebu cynnyrch bwyd a diod sydd yn uchel mewn braster, halen a siwgr.(UBHS).
- Bydd Ofcom yn ceisio cyflawni hyn trwy'r dulliau targed a mwyaf cymesur posibl, gan gydbwysu'r amcan hwn yn erbyn ei ddyletswyddau statudol i sicrhau rhaglenni teledu o ansawdd uchel ac eang eu hapêl.
- Mae Ofcom hefyd wedi penderfynu y bydd y cyfyngiadau sydd yn targedu hysbysebu cynnyrch UBHS yn defnyddio'r cynllun Proffilio Maeth a ddatblygwyd gan yr Asiantaeth Safonau Bwyd.
- Gan gydbwysu'r dystiolaeth mae Ofcom yn credu mai'r ffordd orau o gyflawni ei amcanion fyddai trwy roi gwaharddiad llwyr ar hysbysebion bwyd a diod UBHS mewn ac o gwmpas yr holl raglenni sydd yn apelio'n neilltuol at blant dan 16 oed, sy'n cael eu darlledu ar unrhyw adeg o'r dydd neu'r nos ar unrhyw sianel.
- Byddai hyn yn cynnwys gwaharddiad llwyr mewn ac o gwmpas yr holl raglennu plant ac ar sianeli penodol i blant yn ogystal ag mewn rhaglenni ieuenctid ac oedolion sydd yn denu canran sylweddol uwch na'r cyfartaledd o wylwyr dan 16 oed.
- O ganlyniad i benderfyniad Ofcom i dargedu rheoliad i ddiogelu plant dan 16 oed – yn groes i blant dan 9 oed fel y cynigiwyd yn wreiddiol – cynhelir ymgynghoriad byr i holi barn am ehangu'r cyfyngiadau i ddiogelu'r plant hŷn yma. Bydd hyn yn cau cyn y Nadolig a gwneir y penderfyniad terfynol ym mis Ionawr 2007.
- Yn ychwanegol at y rheolau cynnwys cyffredinol sydd yn galw am hysbysebu cyfrifol i bob plentyn ar bob adeg, mae Ofcom hefyd wedi cyflwyno rheolau newydd ar gynnwys hysbysebion sydd wedi'u targedu ar blant ysgol cynradd. Byddai'r rheolau hyn yn gwahardd y defnydd o sêr a chymeriadau wedi'u trwyddedu gan drydydd partïon (fel cartwnau), hawliadau hyrwyddo (fel rhoddion am ddim) a hawliadau iechyd neu faeth .
- Bydd yr holl gyfyngiadau ar hysbysebu cynnyrch yr un mor gymwys i nawdd cynnyrch.
- Byddai'r cyfyngiadau yn berthnasol i'r holl ddarlledwyr a drwyddedir gan Ofcom ac sydd wedi'u lleoli yn y DU yn cynnwys darlledwyr rhyngwladol sydd yn darlledu o'r DU i gynulleidfaoedd tramor.

EFFEITHIOLRWYDD AC EFFAITH REFENIW

- O dan y pecyn hwn o fesurau, mewn cartrefi lle mae gwylio plant yn cynnwys nifer fawr o raglenni wedi eu targedu at oedolion yn ogystal â rhaglenni ar gyfer plant a phobl ifanc, byddai plant dan 16 oed yn gweld 41% yn llai o hysbysebion bwyd a diod UBHS. I blant dan 9 oed byddai'r gostyngiad yn 51%.

- Byddai mwy o ostyngiad mewn cartrefi teledu digidol lle mae rhaglenni plant, sianeli penodol i blant a rhaglenni o apêl neilltuol i rai dan 16 oed yn cynnwys cyfran gynyddol o wyllo gan ieuenctid.
- Mae Ofcom wedi amcangyfrif y byddai'r effaith ar gyfanswm refeniw darlledu hyd at £39m y flwyddyn, gan syrthio i tua £23m wrth i ddarlledwyr liniaru colled refeniw dros amser. Gallai'r darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus masnachol (ITV plc, GMTV, Channel 4 a five) golli hyd at 0.7% o gyfanswm eu refeniw. Gallai sianeli cebl a lloeren plant ac ieuenctid golli hyd at 8.8% o gyfanswm eu refeniw, hyd at 15% o gyfanswm refeniw yn achos sianeli plant penodedig.

AMSERU AC ADOLYGU YN Y DYFODOL

- Byddai'r newidiadau i reolau'n llywodraethu cynnwys hysbysebion yn dod i rym cyn diwedd Ionawr 2007. Byddai rhaid i ymgyrchoedd newydd a gomisiynir ar ôl hynny gydymffurfio â'r rheolau newydd.
- Ond, byddai ymgyrchoedd hysbysebu sydd eisoes ar y gweill neu yng nghampau olaf eu creu ar ddiwedd Ionawr 2007 yn cael darlledu tan ddiwedd Mehefin 2007. Wedi hynny bydd yn rhaid i bob hysbysebu cydymffurfio â'r rheolau cynnwys newydd.
- Byddai newidiadau i reolau amserlennu yn effeithio hysbysebion a welir gan rai dan 16 oed y dod i rym o ddiwedd Mawrth 2007, cyn y Pasg.
- Byddai cyfyngiadau'n cael eu cyflwyno'n raddol dros 24 mis tan ddiwedd 2008 ar gyfer sianeli penodol i blant lle y byddai'r gallu i gynnal refeniw o hysbysebu bwyd a diod yn anos i'w gyflawni yn gyflym.
- Bydd Ofcom yn adolygu effeithiolrwydd a chwmpas y cyfyngiadau newydd yn hydref 2008, blwyddyn ar ôl gweithrediad llawn y rheolau cynnwys newydd.

Dywedodd Prif Weithredwr Ofcom, Ed Richards: "Yn seiliedig ar y dystiolaeth a'r dadansoddiad credwn fod yr achos dros ymyrryd yn glir. Byddwn yn cyflwyno mesurau sylweddol ond cymesur i amddiffyn plant dan 16 oed"

Ychwanegodd: "Byddwn yn disgwyl i hysbysebwr a darlledwyr ddilyn ysbryd a llythyren y rheolau yr ydym yn eu sefydlu."

RÔL OFCOM

Ar 1 Rhagfyr 2003 gofynnodd Tessa Jowell, Ysgrifennydd Gwladol Diwylliant, Cyfryngau a Chwaraeon, i Ofcom ystyried cynigion i gryfhau rheolau ar hysbysebu bwyd a diod i blant. Ymatebodd Ofcom trwy gynnal dadansoddiad cynhwysfawr o'r data gwyddonol a chynulleidfa oedd ar gael i asesu i ba raddau yr oedd hysbysebu ar y teledu yn dylanwadu ar ddewisiadau bwyd plant.

Cynhaliwyd 2,000 o gyfweiliadau gyda phlant, rhieni ac athrawon fel rhan o'r ymchwil yn ogystal â manylion arferion bwyta teuluoedd wedi'u tynnu o banel o 11,000 o bobl. Dangosodd bod gan hysbysebu teledu effaith uniongyrchol ar ddewis diet plant; ond mae ei effaith yn gymedrol o'i gymharu â ffactorau eraill fel dylanwad rhieni, arferion bwyta'r teulu, polisi ysgol, dealltwriaeth y cyhoedd am faith, labelu bwyd ac ymarfer. Mae gan hysbysebu o'r fath hefyd effaith anuniongyrchol mwy ar ddewisiadau bwyd a diod, er na ellir meintoli hyn.

Gyda chyhoeddi'r ymchwil ym mis Gorffennaf 2004, daeth Ofcom i'r casgliad y gellid cyfiawnhau cyfyngiadau wedi'u targedu fel rhan o amrediad ehangach o fesurau polisi i'w cynnal gan y Llywodraeth ac eraill i fynd i'r afael â gordewdra plentyndod. Daeth i'r casgliad hefyd y dylai'r cyfyngiadau hyn fod yn gymesur gan adlewyrchu'r rôl gyfyngedig a chwaraeir gan hysbysebu teledu wrth lunio diet plant tra'n cydnabod y potensial am effaith sylweddol ar ddarlledwyr o ran gostyngiad mewn refeniw hysbysebu.

Ym mis Mawrth 2006, unwaith yr oedd yr Asiantaeth Safonau Bwyd wedi cwblhau ei waith ar y cynllun Proffilio Maeth (a ddatblygwyd yn benodol i alluogi gwahaniaethu mewn hysbysebu) ac ar ôl i'r Llywodraeth gyhoeddi ei Bapur Gwyn ar Iechyd, cyhoeddodd Ofcom ymgynghoriad

cyhoeddus yn gofyn am farn ar y mesurau newydd mwyaf priodol. Derbyniodd Ofcom dros 1,000 o ymatebion gan amrediad eang o unigolion a chyrrff gyda phersbectifau gwahanol iawn.

Mae dyletswyddau darlledu Ofcom yn cynnwys cyfrifoldeb dros osod safonau mewn hysbysebu teledu; mae ei amcanion statudol hefyd yn cynnwys amddiffyn plant. Wrth gyflawni'r amcanion hyn mae gan Ofcom hefyd rwymedigaethau statudol i ddiogelu amrediad eang o wasanaethau teledu o ansawdd uchel ac eang eu hapêl, wedi'u cynnig i gynulleidfaoedd gan amrediad o wahanol ddarlledwyr.

O'i rhoi gyda'i gilydd, mae Ofcom yn credu y byddai gan y cyfyngiadau effaith sylweddol ar swm a natur hysbysebu cynnyrch bwyd a diod ar y teledu i blant. Wrth gyrraedd y farn hon, mae Ofcom wedi ceisio cydbwysu'r dyletswyddau hyn gan weithredu i amddiffyn plant tra'n cydnabod ei rwymedigaethau i sicrhau rhaglenni gan ddarlledwyr y byddai gan y mesurau hyn effaith masnachol arnynt.

MANYLION MESURAU PENODOL

PROFFILIO MAETH: Caiff cyfyngiadau eu targedu at gynnyrch bwyd a diod sydd yn cael eu cyfrif yn uchel mewn braster, halen neu siwgr (UBHS) yn ôl y cynllun Proffilio Maeth a ddatblygwyd gan yr Asiantaeth Safonau Bwyd. Ond, gellir hysbysebu cynnyrch bwyd neu ddiod sydd islaw trothwy'r ASB heb gyfyngiadau amserlennu gan ddarparu anogaeth i rai cynhyrchwyr ailffurfio cynnyrch sydd yn bodoli yn ogystal â datblygu cynnyrch newydd sydd yn isel mewn braster, halen a siwgr. Bydd Ofcom yn dibynnu ar yr ASB i sicrhau bod y cynllun Proffilio Maeth yn parhau yn unol â meddwl gwyddonol wrth iddo esblygu dros amser.

DIOGELWCH I BLANT DAN 16 OED: Gwaharddiad llwyr, ar bob adeg o'r dydd a nos ac ar bob sianel ar hysbysebu cynnyrch UBHS mewn – neu wrth ochr – yr holl raglenni sydd ag apêl neilltuol i blant dan 16 oed. Byddai hyn yn gwahardd hysbysebu cynnyrch bwyd a diod UBHS mewn er enghraifft:

- Pob rhaglen i blant dan oedran ysgol
- Holl raglennu ar adeg awyr plant ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddais masnachol
- Holl sianeli plant cebl a lloeren
- Rhaglennu sydd ag apêl i ieuencid (fel rhaglenni cerddoriaeth arbenigol) a rhaglenni wedi'u bwriadu i oedolion sydd yn denu canran uwch na'r cyfartaledd o wylwyr dan 16 oed – er enghraifft rhai rhaglenni adloniant cyffredinol

Roedd cynigion ymgynghori cychwynnol Ofcom yn canolbwyntio ar blant dan 9 oed. Ond, yng ngoleuni ymatebion i'r ymgynghoriad mae Ofcom wedi penderfynu mai un o'i amcanion yw gostwng yn sylweddol hysbysebu cynnyrch bwyd a diod UBHS i blant dan 16 oed. Gan y byddai cyfyngiadau newydd i blant dan 16 oed yn cael eu hymestyn i gynnwys mathau ychwanegol o raglenni ar sianeli nad oeddent cyn hyn wedi eu henwi fel ffocws ymyrraeth potensial, mae Ofcom yn gofyn am farn ar yr agwedd hon trwy ymgynghoriad byr. Daw hyn i ben cyn y Nadolig a chyhoeddir y penderfyniad terfynol ym mis Ionawr 2007.

RHEOLAU YCHWANEGOL AR GYNNWYS HYSBYSEBU: Yn ogystal â rheolau cynnwys cyffredinol diwygiedig sydd yn galw am hysbysebu cyfrifol i blant ar bob adeg, mae Ofcom yn credu ei bod yn briodol gosod cyfyngiadau newydd wedi'u hanelu at ddarparu lefel pellach o ddiogelwch. Ni fyddai hysbysebwr yn hyrwyddo cynnyrch bwyd a diod UBHS yn gallu:

- Dangos hysbysebion teledu wedi'u targedu at blant ysgol gynradd sydd yn defnyddio sêr neu gymeriadau wedi'u trwyddedu gan drydydd partïon (fel cymeriadau cartŵn) sydd yn boblogaidd gyda phlant;
- Defnyddio gweithgarwch hyrwyddo fel rhoddion am ddim mewn hysbysebion teledu wedi'u targedu at blant ysgol gynradd; na

- Gwneud hawliadau maeth neu iechyd mewn hysbysebion teledu wedi eu targedu at blant ysgol gynradd.

NAWDD A HYSBYSEBU BRAND

Mae cyfyngiadau ar hysbysebu cynnyrch hefyd yn gymwys i nawdd cynnyrch.

Mae rheoliad hysbysebu a ddarllidir yn bennaf yn seiliedig ar gynnyrch. Ni ellir hysbysebu rhai cynnyrch (fel sigarennau); ni ellir hysbysebu rhai o gwmpas rhaglenni neilltuol a gyda rheoli caeth ar weithrediadau creadigol (fel alcohol); gellir hysbysebu cynnyrch arall heb gyfyngiad.

Caniateir hysbysebu brand i bob cwmni ac eithrio'r rhai sydd yn gyfan gwbl neu yn bennaf yn gysylltiedig â mathau penodol o gynnyrch neu wasanaeth (fel tybaco) sydd wedi'u gwahardd yn bendant o hysbysebu teledu. Ni does gwaharddiad ar hysbysebu brand gan gwmnâ mathau penodol o gynnyrch neu wasanaeth (fel tybaco) sydd wedi'u gwahardd yn bendant o hysbysebu teledu. Ni does gwaharddiad ar hysbysebu brand gan gwmnïau y mae eu portffolio yn cynnwys cynnyrch bwyd a diod UBHS – nwyddau y gellir, yn wahanol i dybaco ac alcohol, eu gwerthu yn gyfreithlon i blant.

Ond bydd Ofcom yn disgwyl i hysbysebwr weithredu yn gyfrifol yn eu dehongliad ehangach o, a'u hymateb i, y mesurau i gyfyngu ar hysbysebu cynnyrch UBHS. Mae'r Llywodraeth yn bwriadu cynnal adolygiad y flwyddyn nesaf i bennu newidiadau yn natur a chydbwysedd hybu bwyd ar draws y cyfryngau darlledu a chyfryngau nad ydynt yn darlledu. Yna bydd Ofcom yn cynnal ei adolygiad, yn dechrau hydref 2008. Pe bai hysbysebwr yn dewis defnyddio hysbysebu brand i geisio osgoi cyfyngiadau'n seiliedig ar gynnyrch byddai hyn yn ffurfio ffocws craffu yn y dyfodol.

DEWISIADAU ERAILL A YSTYRIWYD

Ystyriodd Ofcom amrediad eang o ddewisiadau eraill yn ystod yr ymgynghori cyhoeddus. Ond, ym marn Ofcom, nid oedd yr un o'r rhain yn cyflawni'r cydbwysedd iawn rhwng gosod y cyfyngiadau oedd yn ddigonol angenrheidiol i amddiffyn plant tra'n osgoi effaith anghymesur ar ddarlledwyr gydag effeithiau dilynol ar fuddsoddi mewn rhaglenni yn cynnwys cynrychiadau gwreiddiol i blant.

Galwodd nifer o ymatebwyr i'r ymgynghoriad, yn cynnwys yr Asiantaeth Safonau Bwyd, Comisiynydd plant, cyrff defnyddwyr, cyrff iechyd ac unigolion am wahardd hysbysebu bwyd a diod cyn y trothwy 9pm.

Tra y byddai gwaharddiad trothwy 9pm yn cael gwared â llawer o hysbysebion UBHS ar y teledu, o'i gymharu â chyfyngiadau potensial eraill, byddai llawer o'i effaith yn syrthio ar raglenni o apêl bennaf i oedolion yn hytrach na phlant. Mae data cynulleidfa ar gyfer 2005 yn dangos bod, ar gyfartaledd, y nifer o blant dan 16 oed sydd yn gwylio rhaglenni ar ITV1, Channel 4 neu five rhwng 6pm a'r trothwy o 9pm yn llai gyda naw i bob un gwylwr yn rai dros 16 oed.

Byddai gwaharddiad trothwy 9pm hefyd yn lleihau refeniw darlledwyr yn sylweddol, i raddau a fyddai'n anghyson ag agwedd gymesur. Gallai'r cyfanswm refeniw potensial dan sylw fod yn fwy na £250m y flwyddyn; ffigur sydd yn fwy na holl fuddsoddiad diwydiant teledu masnachol y DU yn holl deledu plant a holl raglenni newyddion cenedlaethol gyda'i gilydd.

Yng ngoleuni hyn a thystiolaeth arall, ac ar ôl adolygu'r holl ymatebion ymgynghori yn ofalus, mae Ofcom wedi dod i'r casgliad y byddai gwaharddiad trothwy 9pm yn ymagwedd anghymesur, yn enwedig o'i gymharu â ffocws dymunol Ofcom ar hysbysebu UBHS o gwmpas rhaglenni ac ar sianeli sydd yn apelio'n neilltuol at blant dan 16 oed.

Ar wahân, cyflwynodd nifer o hysbysebwr a darlledwyr ddewis arall newydd ar y cyd oedd yn cynnig rhai cyfyngiadau wedi'u targedu ar hysbysebion bwyd a diod. Ond, nid oedd Ofcom yn credu bod y cynnig hwn yn cwrdd â'i rwymedigaeth reoleiddiol i leihau yn sylweddol hysbysebu cynnyrch bwyd a diod UBHS i blant dan 16 oed ar y teledu.

Mae'r Datganiad – yn cynnwys ymgynghoriad ar ymestyn y rheolau i gynnwys plant dan 16 oed ar gael ar-lein yn: http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/foodads_new/

Daw'r ymgynghoriad i ben ar 15 Rhagfyr 2006.

Diwedd

NODIADAU I OLYGYDDION A CSEs

Mae llythyr yr Ysgrifennydd Gwladol dros Ddiwylliant, Cyfryngau a Chwaraeon i Ofcom ar lein yn: http://www.ofcom.org.uk/about/accoun/emgd/jowell_currie.pdf

Mae ymchwil Ofcom ym mis Gorffennaf 2004 ar hysbysebu teledu a dewisiadau bwyd a diod plentyndod ar-lein yn:
http://www.ofcom.org.uk/research/tv/reports/food_ads/

Mae ymatebion i ymgynghoriad cyhoeddus Ofcom a gyhoeddwyd ym mis Mawrth 2006 ar-lein yn:
<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/foodads/responses/>

Mae dadansoddiad pellach o Ymchwil Arweinydd Barn a gyhoeddwyd ym mis Hydref 2006 ar-lein yn :
http://www.ofcom.org.uk/research/tv/reports/regulating_tvadverts/

Mae manylion pellach am gynllun Proffilio Maeth yr Asiantaeth Safonau Bwyd ar-lein yn:
<http://www.food.gov.uk/healthiereating/advertisingtochildren/nutlab/nutprofmod>

Ofcom yw'r rheoleiddiwr annibynnol a'r awdurdod cystadleuaeth ar gyfer diwydiannau telegyfathrebiadau'r DU gyda chyfrifoldeb ar draws teledu, radio, telegyfathrebiadau a gwasanaethau diwifr.
Am fanylion pellach ewch i www.ofcom.org.uk

CYSWLLT

Swyddfa Cyfryngau Ofcom
mediaoffice@ofcom.org.uk
(+44) (0)20 7981 3033