

## Pwyllgor Cyngtori Cymru, Ofcom

**Ymateb i ymgynghoriad Ofcom ar gynigion i gael gwared ar reoleiddio yn ymwneud â niferoedd hysbysebion teledu a sut maent yn cael eu hamserlennu ar sianeli gwasanaeth cyhoeddus.**

### Cyflwyniad

Sefydlwyd Pwyllgor Cyngtori Ofcom gan Ddeddf Cyfathrebiadau 2003 a'n prif swyddogaeth yw rhoi cyngor i Ofcom ynghylch buddiannau dinasyddion a defnyddwyr yng Nghymru mewn perthynas â materion cyfathrebu. Corff anweithredol ydym ni ac mae gennym berthynas 'hyd braich' ag Ofcom. Nid yw Ofcom yn cael ei rwymo'n ffurfiol gan unrhyw gyngor a roddwn. Safbwyntiau'r Pwyllgor Cyngtori yw'r safbwyntiau sydd yn y papur hwn yn ac nid ydynt yn cynrychioli barn Bwrdd na staff Ofcom.

Prif fuddiant y Pwyllgor Cyngtori mewn perthynas â'r ymgynghoriad hwn yw effaith unrhyw ddiwygiadau i reolau Ofcom ynghylch niferoedd hysbysebion teledu a sut maent yn cael eu hamserlennu ar wasanaeth Sianel 3 i Gymru, sy'n cael ei ddarparu gan ITV Cymru Wales, sef is-gwmni o dan berchnogaeth Iwyr ITV Plc. Mae'r gwasanaeth hwn yn cael ei ddarparu drwy drwydded Sianel 3 benodol ar gyfer Cymru, gyda chyfnod y drwydded bresennol yn rhedeg tan ddiwedd 2024. Yn ystod y cyfnod sy'n arwain at adnewyddu'r drwydded, y flaenoriaeth yn ein barn ni yw sicrhau bod y gwasanaeth hwn yn parhau i fod yn gynaliadwy drwy gydol cyfnod y drwydded nesaf. Rydym yn cydnabod bod diwygio Cod Ofcom ar Amserlennu Hysbysebion Teledu (COSTA) yn rhan o gyfres ehangach o amcanion i sicrhau dyfodol darlledu gwasanaethau cyhoeddus sy'n cael ei ariannu'n fasnachol ar gyfer yr oes ddigidol, yn wyneb mwy o gystadleuaeth gan lwyfannau ffrydio byd-eang a chostau cynhyrchu cynyddol. Mae'r gwasanaeth a ddarperir gan ITV Cymru Wales, gan gynnwys ei allbwn newyddion a materion cyfoes, yn hanfodol er mwyn sicrhau lluosogrwydd darpariaeth yn benodol ar gyfer gwylwyr yng Nghymru. Felly, rydym yn cytuno â chynigion Ofcom i gael gwared ar reoleiddio diangen ac i lacio'r cyfyngiadau presennol o ran munudau hysbysebion er mwyn helpu i gynnal darlledwyr gwasanaeth cyhoeddus y DU sy'n cael eu hariannu'n fasnachol, gan gynnwys ITV Cymru Wales.

### Cwestiynau'r Ymgynghoriad:

**Cwestiwn Ymgynghori 1: Ydych chi'n cytuno â'n barn dros dro nad oes cyfiawnhad dros gadw'r rheolau llymach sy'n berthnasol i sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn unig? Os nad ydych chi, esboniwch pam os gwelwch yn dda.**

Rydym yn cytuno â safbwynt Ofcom, fel y nodir yn y ddogfen ymgynghori, bod cyfiawnhad dros lacio'r rheolau er mwyn sicrhau cysondeb cyffredinol â'r rheolau sy'n berthnasol i ddarlledwyr masnachol sydd ddim yn ddarlledwyr gwasanaeth cyhoeddus. Mae newidiadau yn amodau'r farchnad a phatrymau gwyllo cynulleidfaoedd yn golygu bod nifer yr hysbysebion presennol yn llai perthnasol i wylwyr. Mae Ofcom yn nodi, *"Mae cynulleidfaoedd yn symud i ffwrdd oddi wrth wyllo teledu ar sianeli darlledu llinol yn unig, ac yn mwynhau amrywiaeth eang o wasanaethau tanysgrifio a gwasanaethau sy'n cael eu cefnogi gan hysbysebion a ddarllidir ac sydd ar gael ar-lein. Mae hyn wedi newid yn sylfaenol sut mae pobl yn gwyllo sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus hefyd."*<sup>1</sup>

Mae'n ddiddorol nodi, yn ôl ymchwil Ofcom ei hun, mai amllder egwyliu yr awr sy'n cael yr effaith fwyaf ar brofiad gwyllo yn hytrach na hyd yr egwyliu.<sup>2</sup> Fodd bynnag, rydym hefyd yn cytuno y

<sup>1</sup> Gweler adran 4.7, tudalen 25 y ddogfen ymgynghori.

<sup>2</sup> Gweler adran 4.23, tudalen 28 y ddogfen ymgynghori.

dylai'r rheolau presennol, sy'n berthnasol i ddarllledwyr gwasanaeth cyhoeddus sy'n cael eu hariannu'n fasnachol a'r rhai nad ydynt yn ddarllledwyr gwasanaeth cyhoeddus, barhau i fod yn berthnasol o ran amllder egwyliau mewn ffilmiau, newyddion a rhaglenni plant.

Rydym hefyd yn nodi y gallai fod cyfle ariannol i'r darllledwyr gwasanaeth cyhoeddus sy'n cael eu hariannu'n fasnachol a fyddai'n cefnogi eu cynaliadwyedd. Yn ôl dadansoddiad Ofcom gallai hyn gynnig cyfle i gynyddu munudau hysbysebion yn ystod yr oriau gwyllo rhwng 18:00 a 19:00, a rhwng 22:00 a 23:00, sydd ddim ond yn cynnwys ychydig funudau o hysbysebion ar hyn o bryd, sydd o bosibl yn cynnig cyfle i gynyddu refeniw. Er y gallai llacio'r rheolau hyn beri risg i raglenni newyddion sy'n cael eu darlledu yn ystod y slotiau hyn, rydym yn fodlon bod digon o amddiffyniadau cyffredinol i'r gwasanaeth newyddion, fel y nodir yn y ddogfen ymgynghori<sup>3</sup> megis y rheol sy'n berthnasol i bob darllledwr ynghylch nifer yr ymyriadau a ganiateir yn ystod rhaglenni newyddion.

**Cwestiwn Ymgynghori 2: A fyddai'n well gennych chi'r cynnig o dan Opsiwn 1 neu Opsiwn 2? Os nad ydych yn cytuno â'r cynigion dan yr un o'r opsiynau, eglurwch pam.**

Er ein bod yn cefnogi'r llacio cyffredinol a gynigir yn yr ymgynghoriad, rydym yn cytuno ag Ofcom fod angen bod yn ofalus mewn perthynas â'r cyfyngiadau ynghylch amllder egwyliau hysbysebu ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus sy'n cael eu hariannu'n fasnachol. Rydym yn cytuno ag Ofcom y gallai egwyliau hysbysebu amlach gael effaith niweidiol ar ansawdd tybiedig, megis yn yr enghraifft a roddir sy'n dangos mai dim ond un egwyl fewnol y gall drama 30 munud ei chael ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus ar hyn o bryd. Gellid cynyddu hyn i ddwy egwyl petai'r rheolau rhwng sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus a sianeli nad ydynt yn rhai darlledu gwasanaeth cyhoeddus yn cael eu cysoni. Felly, rydym yn cefnogi'r dull yn Opsiwn 2 sy'n cefnogi cysoni'r rheolau'n rhannol rhwng darllledwyr gwasanaeth cyhoeddus sy'n cael eu hariannu'n fasnachol a'r rhai nad ydynt yn ddarllledwyr gwasanaeth cyhoeddus, gan gadw'r terfyn ar nifer yr egwyliau mewnol a ganiateir mewn rhaglenni ar sianeli darlledu gwasanaeth cyhoeddus.

**Pwyllgor Cynghori Cymru, Ofcom  
Mai 2023**

---

<sup>3</sup> Gweler adran 4.22 ar dudalen 28

## Ofcom Advisory Committee for Wales

### Response to Ofcom consultation on proposals for removing regulation relating to the quantity and scheduling of television advertising on public service channels.

#### Introduction

The Ofcom Advisory Committee (ACW) was established by the 2003 Communications Act and our primary function is to provide advice to Ofcom regarding the interests of citizens and consumers in Wales in relation to communications matters. We are a non-executive body, and we have an ‘arms-length’ relationship with Ofcom, which is not formerly bound by any advice given by us. The views given in this paper are those of the Ofcom ACW and they do not represent the opinion of the Ofcom Board or staff.

The ACW’s main interest relating to this consultation concerns the impact on any revisions of Ofcom’s rules regarding the quantity and scheduling of television advertising on the Channel 3 service for Wales, which is provided by ITV Cymru Wales, a wholly owned subsidiary of ITV Plc. This service is provided through a dedicated Channel 3 licence for Wales, with the current licence period running until the end of 2024. In the run up to licence renewal, it is a priority in our view to ensure that this service remains sustainable for the duration of the next licence period. We recognise that reform of Ofcom’s Code on the Scheduling of Television Advertising (COSTA) is part of a wider set of objectives to secure the future of commercially funded public service broadcasting (PSB) for the digital age, in the face of increasing competition from global streaming platforms and rising production costs. The service provided by ITV Cymru Wales, including its news and current affairs output, is vital for securing plurality of coverage specifically for viewers in Wales. We therefore agree with Ofcom’s proposals to remove unnecessary regulation and relax the current advertising minutage restrictions to help sustain the UK’s commercially funded PSBs, including ITV Cymru Wales.

#### Consultation Questions:

**Consultation Question 1: Do you agree with our provisional view that the retention of the stricter rules that apply only to PSB channels is not justified? If not, please explain why.**

We agree with Ofcom’s position, as set out in the consultation document, that relaxation of the rules to achieve a general harmonisation with the rules applying to commercial non-PSB broadcasters is justified. The changing market conditions and audience viewing patterns make the current volume of advertising less relevant to viewers. Ofcom notes that, *“Audiences are moving away from watching television solely on linear broadcast channels, enjoying a wide range of advertising-supported and subscription services over broadcast and online. This has fundamentally changed how people watch PSB channels too.”*<sup>4</sup>

It is interesting to note that, according to Ofcom’s own research, it is the frequency of breaks per hour which has the greatest impact on the viewing experience rather than the length of the breaks<sup>5</sup>. However, we also agree that the existing rules, applying to commercially funded PSBs and non-PSBs

---

<sup>4</sup> See section 4.7, page 25 of the consultation document.

<sup>5</sup> See section 4.23, page 28 of the consultation document.

should continue to apply in terms of the frequency of breaks that apply to films, news and children's programmes.

We also note that there could be a financial opportunity for the commercially funded PSBs which would support their sustainability. According to Ofcom analysis this could offer the opportunity to increase advertising minutage within the viewing hours of 18:00 to 19:00, and 22:00 to 23:00 which currently carry only a few minutes of advertising, potentially offering an opportunity for increased revenues. Although this relaxation of the rules could pose a risk to news programmes broadcast during these slots, we are satisfied that there are sufficient general protections to the news service, as set out in the consultation document<sup>6</sup> such as the rule that applies to all broadcasters on the number of interruptions allowed in news programmes.

**Consultation Question 2: Do you have a preference between the proposals under Option 1 and Option 2? If you do not agree with the proposals under either option, please explain why.**

While we support the general relaxation proposed in the consultation, we agree with Ofcom over the need for caution in relation to the restrictions around the frequency of advertising breaks on commercially funded PSB channels. We agree with Ofcom that more frequent advertising breaks could have an adverse impact on perceived quality such as in the example given where currently on PSB channels a 30-minute drama can only currently have only one internal break. This could be increased to two breaks if the rules between PSB and non-PSB channels were harmonised. We therefore support the approach taken in Option 2 which supports partial harmonisation of the rules between commercially funded PSBs and non PSBs while retaining the limit on the number of internal breaks permitted in programmes on PSB channels.

**Ofcom ACW  
May 2023**

---

<sup>6</sup> See section 4.22 on page 28