



[Forsíða](#) >> [Málaflokkar](#) >> [Markaðsmál](#) >> Leiðbeinandi reglur um neytendavernd barna

Markaðsmál >

Leiðbeinandi reglur um neytendavernd barna

Hlusta

Leiðbeinandi reglur um neytendavernd barna

Leiðbeiningarreglur þessar eru fremur hugsaðar til viðbótar gildandi laga- og leiðbeiningarreglum eða til stuðnings og útfærslu gildandi reglum. Í leiðbeiningarreglum þessum felst því ekki upptalning á þegar gildandi reglum.

Í leiðbeiningum þessum er leitast við að taka mið af þeim sjónarmiðum sem komið hafa frá um 100 aðilum, þ.e. hagsmunaaðilum og sérfræðingum sem leitað hefur verið til, bæði í stjórnýslu og víðar, frá ráðherrum og þingmönnum, hagsmunasamtökum, fræðasamfélagi og almennasamtökum auk einstaklinga. Almenningi gafst í desember 2008 þriggja vikna frestur til þess að gera athugasemdir við drög umboðsmanns barna og talsmanns neytenda að leiðbeiningum um aukna neytendavernd barna, frá 3. desember 2008. Reynt hefur verið að vega saman ólík og jafnvel andstæð sjónarmið.

Umboðsmaður barna og talsmaður neytenda vænta þess að reglurnar verði einnig hafðar að leiðarljósi þar sem það á við á öðrum sviðum en sérstaklega eru tilgreind hér að neðan.

I) Gildissvið og gildistaka

1. Aðeins starfsemi í arðsemiskyni

Utan við leiðbeiningarreglur þessar fellur hugsjónastarf og önnur starfsemi sem ekki hefur arðsemistilgang, t.d. kynning almennasamtaka á málstað sínum. Sama gildir um ýmsa áhugastarfsemi.

2. Gildistaka

Leiðbeiningareglur þessar gilda frá og með 15. mars 2009.

II) Almennar leiðbeiningarreglur

1. Ekki ætlað börnum

Vöru eða þjónustu, sem á ekki erindi til barna undir ákveðnum aldri, skal ekki

markaðssetja gagnvart börnum á þeim aldri – hvorki beint né óbeint og óháð miðli og formi markaðssóknar.

2. Gagnsæi

Hafa þer einfaldleika og gagnsæi að leiðarljósi í framsetningu skilmála, verðskrár og annars þegar vara eða þjónusta er boðin börnum sérstaklega eða höfðar einkum til þeirra.

3. Aðgreining

Aðgreina þer auglýsingar og aðra markaðssókn frá öðru efni miðla. Ekki skal greiða börnum fyrir að markaðssetja vöru eða þjónustu eftir óhefðbundnum og duldem leiðum, svo sem með bloggum eða vinatengslum.

4. Heilbrigði

Markaðssókn, sem beinist að börnum, á að leitast við að miðla heilbrigðri líkamsmynd og mannvirðingu og forðast óheilbrigðar staðalmyndir.

5. Happdrætti

Happdrætti í hagnaðarskyni og fjárhættuspil eiga ekkert erindi til barna. Spilakassar og sjálfsalar fyrir happdrættismiða og þvíumlíkt skulu ekki vera þar sem börn venja komur sínar eftirlitslaust, t.d. nærri skóla- eða æskulýðsstarfsemi.

6. Söfnunar- og happaleikir

Forðast skal í almennri markaðssókn að notast við söfnunar- eða happaleiki sem beinast sérstaklega að börnum eða annað sem höfðar til söfnunartilhneigingar barna. Slík markaðssókn skal ekki viðhöfð þegar um er að ræða sykraða drykki og matvöru og aðrar matvörur sem ekki eru hollar í miklu magni.

7. Markpóstur

Markaðssetning á vöru eða þjónustu gagnvart börnum undir framhaldsskólaaldri – einnig í fyrirliggjandi viðskiptasambandi – skal ávallt fara í gegnum þann sem fer með forsjá barns. Óumbeðinn markpóstur frá fyrirtækjum á ekki að beinast að börnum undir framhaldsskólaaldri jafnvel þó að fyrir liggi viðskiptasamband milli fyrirtækis og barns.

8. Fjölskylduvænar dagvöruverslanir

Í dagvöruverslunum skal leitast við að ekkert sælgæti, flögur, gos eða þvíumlíkt sé nærri kassa og a.m.k. sé tryggt að einn kassi sé laus við slíkar vörur í verslunum þar sem eru fleiri en tveir kassar. Auk þess er mælt til þess að auðvelt sé fyrir fólk með börn að ganga um dagvöruverslun en sneiða hjá matvælum, sem höfða sérstaklega til barna og hafa hátt innihald sykurs, salts, fitu eða transfitu – einkum ef þau eru í sjónhæð barna.

9. Kynferðislegt opinskátt efni

Kynferðislega opinskátt efni skal ekki vera áberandi í verslunum þar sem börn venja komur sínar.

10. Ofbeldi og klám

Beint og gróft ofbeldi eða kynferðisleg skírskotun á vörum eða í þjónustu á ekki erindi til barna.

11. Síhringikort

Fram til 18 ára aldurs skal aðeins boðið upp á debetkort sem eru síhringikort.

12. Afsláttarkort

Ekki skal bjóða börnum afsláttarkort (þ.m.t. félagskort, söfnunarkort og vildarkort) sem beinast að notkun barnsins sjálfs fyrir en við 15 ára aldur nema forsjáraðili óski eftir því.

III) Hollusta matvæla

1. Óholl matvæli

Forðast skal markaðssókn gagnvart börnum á matvælum með hátt innihald sykurs, salts, fitu og transfitu.

2. Hollustumerki

Ef opinbert hollustumerki verður tekið upp skal leitast við að aðeins matvæli, sem uppfylla kröfur þess hollustumerkis, séu

- nærri kassa,
- auglýst í kringum bíósýningar og á DVD-diskum fyrir ung börn;
- markaðssett með aðstoð kaupauka sem höfðar sérstaklega til barna;
- markaðssett með þekktum teiknimyndafígúrum eða frægum persónum sem höfða sérstaklega til barna,
- auglýst eða boðin til sölu á áberandi stað í sundlaugum og íþróttamannvirkjum;
- framvegis með nafngift, sem gefur í skyn hollustu og eru sérstaklega ætluð fyrir börn.

IV) Markaðssókn í og á sjónvarpsefni, kvikmyndum og öðru stafrænu myndefni fyrir börn

1. Barnaefni

Engar auglýsingar ættu að vera í sjónvarpi í barnatíma.

2. Selt barnaefni

Gæta skal hófs í auglýsingum í seldu barnaefni á DVD-diskum.

3. Matvælaauglýsingar

Ef matvæli eru auglýst 10 mínútum fyrir eða 2 mínútum eftir barnatíma eða annað efni sem höfðar til barna yngri en 12 ára skulu það aðeins vera matvæli sem geta talist holl. Vöru- og kennimerki kostunaraðila með slíkar vörur skulu ekki sýnd eða nefnd í tengslum við barnaefni.

4. Vöruinnsetning

Vöruinnsetning er ávallt óheimil í barnaefni.

5. Bannað börnum

Ekki má auglýsa eða markaðssetja fyrir börn tölvuleiki, DVD-diska og þvíumlíkt ef það efni er ekki ætlað börnum á þeim aldri. Óheimilt er með öllu er að sýna kynningar fyrir myndir sem ekki má sýna á þeim tíma nema ljóst sé að kynningin uppfylli kröfur um efni sem heimilt er að sýna á þeim tíma. Ekki má heldur kynna í tengslum við barnasýningar í kvikmyndahúsum kvikmyndir, vöru eða þjónustu sem ekki er ætluð börnum á þeim aldri.

V) Skólar og æskulýðsstarfsemi

1. Framhaldsskólar

Auglýsingar, kostun og önnur markaðssókn eða kynning skal aðeins heimil með skriflegu leyfi skólameistara eða fulltrúa hans. Skal leyfið gefið sérstaklega í hvert sinn eða fyrirfram fyrir tiltekinn tíma.

Samningar sem nemendafélag gerir til hagsbóta fyrir félagsmenn skulu vera

- gagnsæir og aðgengilegir nemendum og
- kynntir skólameistara fyrirfram.

Stjórnarmenn eða aðrir fulltrúar nemendafélaga mega ekki hagnast eða njóta nokkurra persónulegra hlunninda umfram aðra frá fyrirtæki vegna viðskipta eða markaðssetningar sem nemendafélagið hefur milligöngu um.

Nemendafélag gefur ekki fyrirtækjum upp persónulegar upplýsingar á borð við GSM-númer, heimilisfang eða netfang nemenda til notkunar í markaðssetningu. Óheimilt er fyrirtækjum að notast við nemendalista í markaðssetningu. Ef félagið kys að hafa milligöngu við markaðssetningu með því að hringja í félagsmenn, senda þeim tölvupóst eða afhenda límmiðalista skal áður gefa öllum félagsmönnum kost á að andmæla því, hverjum fyrir sitt leyti, að vera á slíkum lista.

2. Grunnskólar og leikskólar

Engar auglýsingar skulu vera í grunnskólum eða leikskólum né önnur markaðssókn. Kynning á æskulýðs-, íþrótt- og tómstundastarfsemi sveitarfélaga er þó heimil. Þá er kostun á starfi innan skólans heimil með samþykki skólustjóra með hliðsjón af stefnu sveitarfélags og foreldrafélags ef það stendur fyrir viðburði á vettvangi skólans. Skólabörn í hefðbundnu skólastarfi skulu þó ekki merkt kostunaraðila með áberandi hætti. Skilyrði er að merki kostunaraðila sé ekki sýnt sérstaklega eða auglýst á staðnum. Kostun á námsefni er einungis heimil eftir því sem reglur sveitarfélags kveða á um.

3. Trúarlegt starf

Sömu viðmið eiga við í trúarlegu starfi og í grunn- og leikskólum en í stað samþykkis skólustjóra komi samþykki forstöðumanns trúfélags.

4. Sundlaugar og önnur íþróttamannvirki

Við markaðssetningu og sölu í íþróttamannvirkjum þar sem búast má við börnum skal hollusta og heilbrigði höfð í fyrirrúmi.

5. Íþróttá- og æskulýðsstarfsemi

Stjórnarmenn eða starfsmenn íþróttá- og æskulýðsfélaga mega ekki hagnast eða njóta nokkurra persónulegra hlunninda umfram aðra frá fyrirtæki vegna viðskipta eða markaðssetningar sem félagið hefur milligöngu um. Kostun á vettvangi æskulýðsstarfsemi á vegum sveitarfélags, þ.m.t. foreldrafélaga, sé háð almennum reglum sem sveitarfélag setur sér. Þar skal m.a. tekin afstaða til þess hvort eðlilegt er að börn séu merkt kostunaraðila.

Fyrst út gefið í Reykjavík,
hinn 28. janúar 2009