Παράρτημα 1
Διαφημίσεις & Παιδιά

ΣΕΕ Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1
ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ & ΠΑΙΔΙΑ

Αρχικό 01/2006
Τελευταία Τροποποίηση 09/2009

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

α. Ως παιδιά νοούνται άτομα κάτω των 12 ετών.

β. Το παράρτημα αυτό καλύπτει την επικοινωνία που αφορά προϊόντα που άμεσα απευθύνονται στα παιδιά. Αλλά και όσα προϊόντα κατά κύριο λόγο και την κοινή λογική, χρησιμοποιούν τα παιδιά. Επίσης καλύπτει κάθε συμμετοχή παιδιών σε διαφημίσεις, ιδιαίτερα ως προς την συμπεριφορά τους.

γ. Το παράρτημα αυτό καλύπτει όλες τις διαφημίσεις και κάθε είδους προϊόν ή υπηρεσία σύμφωνα με τον ορισμό τους στον Κώδικα αυτό.

1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

α. Απαγορεύονται διαφημίσεις που προτρέπουν τα παιδιά να αγοράσουν προϊόντα τηλεφωνικά ή από το ταχυδρομείο.

β. Σε μορφές έμμεσης διαφήμισης (advertorials-editorials) να είναι ευκρινές ότι πρόκειται για διαφήμιση. Το ίδιο ισχύει για κάθε μορφή έμμεσης επικοινωνίας.

2. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ

α. Η συμπεριφορά παιδιών που συμμετέχουν σε διαφημίσεις πρέπει να είναι σύμφωνη με τη γενικώς νοούμενη καλή συμπεριφορά.

β. Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να υποσκάπτουν το κύρος, την υπευθυνότητα και να αμφισβητούν την κρίση των γονέων.

γ. Απαγορεύεται να εμφανίζονται παιδιά να καταναλώνουν ή να επικροτούν με κάθε τρόπο την κατανάλωση αλκοολούχων ποτών.

3. ΥΠΟΣΧΕΣΕΙΣ

α. Οι διαφημίσεις που αφορούν τα παιδιά δεν πρέπει να κάνουν το παιδί να πιστεύει ευθέως ότι η ευτυχία, η κοινωνική καταξίωση ή η επιτυχία, θα προέλθουν άμεσα από την απόκτηση συγκεκριμένου προϊόντος.

β. Κανένα προϊόν δεν πρέπει να υπόσχεται στα παιδιά ότι αν το αποκτήσουν θα υπερτερούν από τα άλλα ή το αντίθετο.

γ. Δεν πρέπει η επικοινωνία να περιέχει προτροπή στα παιδιά να πείσουν άλλους να τους αγοράσουν τα διαφημιζόμενα προιόντα.
δ. Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή, ώστε σε κάθε μορφή επικονωνίας να μπορεί να εκτιμηθεί σωστά το μέγεθος και η ιδιότητα του προιόντος που προβάλλεται. Ιδίως ως προς τη φυσική κατάσταση ή την λειτουργικότητά του.
ε. Οταν αναφέρεται τιμή, δεν πρέπει η διαφήμιση να παραπλανά ως προς τις συγκριτικές αξίες με λέξεις όπως "μόνο" κ.λ.π. ή να υπονοείται ότι το προιόν είναι εύκολο να αποκτηθεί από τον καθένα.

4. ΘΕΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

α. Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να περιέχουν δήλωση ή οπτική παρουσίαση παιδιών σε επικίνδυνες πράξεις ή παιδιά να συναναστρέφονται αγνώστους ή να βρίσκονται σε μη αρμόζον γι' αυτά περιβάλλον.
β. Να μην οδηγούν παιδιά μηχανικά μέσα επικίνδυνα για αυτά, ούτε να χρησιμοποιούν ηλεκτρικά/ επικίνδυνα σκεύη.
γ. Να μην σκαρφαλώνουν επικίνδυνα (ράφια κ.λ.π.) ούτε να ανεβαίνουν επικίνδυνα σε σκάλες, γέφυρες χωρίς επίβλεψη/ προστασία.
δ. Να μην κρατούν σε διαφήμιση τα παιδιά φάρμακα χωρίς γονική παρουσία/καθοδήγηση και να μην χρησιμοποιούν σπίρτα, βενζίνη ή πετρέλαιο χωρίς επίβλεψη. ε. Οταν παρουσιάζονται παιδιά στο δρόμο, να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην τήρηση του Κ.Ο.Κ.



Υπεύθυνη επικοινωνία που ξεκινά
από την αυτορρύθμιση.