

PRESSMEDDELANDE

2008-11-20

Siba anmäls till MarknadsEtiska Rådet

Sveriges Konsumenter har anmält Sibas annonser om gratis godis vid köp av vissa varor. Erbjudandet innebär att för varje tusenlapp får kunden ett kilo Haribo godispåsar. Exemplet i annonsen är en storbilds-tv som kostar 14 990 kronor, vilket innebär att kunden från 15 kilo godis med sig från butiken.

– Detta erbjudande vänder sig indirekt till barn. Vi anser att detta kan leda till att barn påverkar sina föräldrar till köp, säger Jan Bertoft, generalsekreterare.

Den aktuella annonsbilagan har bifogats i Svenska Dagbladet i början av november. Man har även kunnat se erbjudandet på Sibas egna hemsida under samma period. I reklamen finns bilder på Haribos egna symboler (guldnallen och en liten pojke) och godispåsen Matador Mix. Sveriges Konsumenter vill att MarknadsEtiska Rådet ska pröva om reklamen är enligt ICC:s grundregler för reklam.

– I artikel 18 framgår det klart och tydligt att man bör vara försiktig i sin kommunikation om det riktar sig till barn eller ungdomar. Här är det tydligt att dessa symboler och bilder har barn som målgrupp, säger Jan Bertoft.

Vart fjärde barn i Sverige är överviktigt och att erbjuda gratis godis gör att Siba bidrar till att detta problem, anser Sveriges Konsumenter. Föräldrar behöver istället råd och tips om hur man kan ge sina barn en hälsosam och balanserad kost. Dessutom väljer Siba att i sin annonsbilaga ha en egen löpsedel med rubriken: ”Varning för tandvärk”.

Sveriges Konsumenter motsätter sig Siba väljer godis i sitt erbjudande då det:

- kan leda till att barn påverkar sina föräldrar till köp och
- är kraftigt ifrågasatt ur hälsoaspekt.

För mer information kontakta:

Louise Ekström, kommunikationsansvarig Sveriges Konsumenter, tel: 08-674 43 00 eller 070-202 85 86.

Jan Bertoft, generalsekreterare Sveriges Konsumenter, tel: 08-674 43 00 eller 070-797 79 87.

Sveriges Konsumenter är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 28 medlemsorganisationer samt enskilda medlemmar. Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter arbetar med påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, och ger ut tidningarna Råd & Rön och KonsumentMakt.