

Декларация принципов этичного и ответственного маркетинга товаров и услуг, предназначенных для детей

Мы, профессионалы рынка маркетинга, рекламы, коммуникаций, связей с общественностью, присоединяясь к настоящей декларации, открыто заявляем следующее.

Современный маркетинг – мощный инструмент влияния, способный самым решительным образом влиять на поведение людей, менять их образ жизни, ценности, определяя, в конечном итоге их поступки, их здоровье, их будущее. Современные коммуникации проникли в жизнь буквально каждого человека, благодаря всеобщей доступности интернета и повсеместному использованию мобильных устройств. Сбор, анализ и использование информации в коммерческих целях достигли такого уровня, что вторжение в частную жизнь перестало быть чем-то особенным. И если взрослые люди способны (хотя бы теоретически) выстраивать собственную стратегию сохранения свободы и осознанности принимаемых ими решений, этого не могут делать дети.

Игры и игрушки являются не только товарами и услугами. Это – ключевой фактор воспитания ребенка, развития его личности. Правильно подобранные игрушки являются эффективным инструментом, способствующим здоровому развитию ребенка.

Именно дети максимально уязвимы для современного маркетинга, и это заставляет нас осознать, открыто заявить и неукоснительно придерживаться следующих профессиональных принципов.

1. Основополагающим принципом детского маркетинга является абсолютное невмешательство в личную жизнь ребенка и безусловное уважение к его личности.

2. Детские товары и услуги должны соответствовать возрасту детей, для которых они предназначены.
3. Не только физическая, но и психологическая безопасность должна быть предметом всех возможных экспертиз, как обязательных, так и добровольных.
4. Содержание рекламы и место ее размещения должны соответствовать категории детей, на которую она направлена. Коммуникации, направленные на детей более старших возрастов не должны попадать в поле зрения младших.
5. Товары и услуги для детей, равно как и их коммуникация не должны содержать сцен сексуального характера, каких бы то ни было намеков на сексуальные отношения.
6. Товары и услуги для детей не могут содержать сцен насилия, призывать к насилию, воспитывать жестокость.
7. Товары и услуги для детей, равно, как и их реклама и иные коммуникации не могут содержать признаки расовой, религиозной, имущественной или иной другой нетерпимости
8. Важно помнить, что дети воспринимают все буквально. Поэтому любые оценочные и уточняющие заявления, положения, предназначенные для детей, должны быть изложены в ясной для них форме и не допускать двусмысленного толкования.
9. Товары и услуги для детей, равно как их реклама и иные коммуникации не должны вторгаться в зону отношения детей с их родителями, бабушками, дедушками и т.д. Детский маркетинг не может призывать к сокрытию информации от родителей, призывать к непослушанию
10. Товары и услуги для детей, равно как их реклама и иные коммуникации должны воспитывать гуманное и бережное отношение к животным, природе, ответственное отношение к защите окружающей среды.

11. Детские товары или услуги, коммуникационные материалы не могут содержать сцены употребления алкоголя и табака, равно как и быть ассоциированы с торговыми марками, имеющими отношение к алкоголю или табаку
12. Цена продукции, если она указывается, должна быть точной, ясной и очевидной для детей, на которых направлена реклама. Не допускается оказание давления непосредственно на детей с целью продать продукцию в, т.ч. стимулируя скидками и иными маркетинговыми.
13. Недопустимо вторжение в область финансовой независимости ребенка с предложением потратить сбережения (например, содержимое копилки) или карманные средства.
14. Товары, услуги, реклама и иные коммуникации, направленные на детей, должны воспитывать у последних правильные представления о здоровом образе жизни и правильном питании.
15. Товары, услуги, реклама и иные коммуникации, направленные на детей должны быть основаны только на социально-приемлемых поведенческих паттернах. Детские товары и услуги и их коммуникация должны способствовать детям в духе уважения к окружающим и соблюдения действующего законодательства
16. Вовлечение детей в онлайн-активности, реклама в on-line режиме должна подразумевать полную анонимность присутствия на web-сайтах и других on-line ресурсах. Недопустимо получение от детей или через детей персональных данных или иной информации как о них самих, так и об их родителях или иных членах семьи.
17. Известные персонажи, как исторические, так и современники должны быть представлены в детских товарах, услугах и коммуникации в приемлемой и уважительной форме.

Несмотря на то, что присоединение к принципам, изложенным в настоящей Декларации и их последующее соблюдение являются свидетельством высокого профессионализма, Авторы декларации считают это совершенно добровольным актом. Все присоединившиеся к настоящей Декларации обязуются совершенно одинаково и без каких-либо признаков профессиональной дискриминации или неуважения относиться к коллегам, которые не заявили о своем присоединении к нормам, изложенным в настоящей Декларации.

Организации и частные лица, открыто заявившие о том, что разделяют принципы, изложенные в настоящей Декларации, могут свободно использовать на своих товарах и в коммуникационных материалах Знак «Этичный детский Маркетинг». Единственным требованием при этом является обязательное разъяснение значения этого знака, как символа разделения и соблюдения положений настоящей Декларации.



Москва, Апрель 2018 года

VIII маркетинговый форум «Секреты детского маркетинга. Лучшие практики лидеров рынка и технологии завтрашнего дня»