



Nyhetsbrev nr 1, 2012

KSAN har i projektet *Marknadsföring till flickor*, som pågått under tre år, uppmärksammat en aggressiv marknadsföring riktad till unga kvinnor. "Det rosa monstret" är ett nytt handledarmaterial från KSAN som vill inspirera tjejer till aktivitet och eftertanke. Vi vänder oss till alla som vill främja tjejers medvetenhet om marknadsföringens krafter. KSAN vill nu uppmärksamma den reklam som kommer i kölvattnet av tobaksindustrins egen reklam. Nedan ser du tre exempel på reklam som inte kommer från tobaksbolagen men som anspelar på att det är snyggt, coolt och fräscht med rökande kvinnor. Annonserna är hämtade från det lyxiga sminkmärket Yves Saint Laurent, den trendigaste designern just nu, Lovisa Burfitt, och skönhetsbutiken Kicks. Speglar dessa annonser företagens arbete kring socialt ansvar? Är de etiskt försvarbara?

Veckans reklam



Just nu

ger vi dig 50 kr i värdecheck när du handlar för 300 kr!

Gäller dig som är medlem i KICKS Club, t.o.m. 28/2.

[LÄS MER](#)

[BLI MEDLEM I KICKS CLUB](#)

På kicks.se måste du vara inloggad som klubbmedlem när du handlar.

Preciserade regler om marknadsföring finns i flera lagar. Om en näringsidkare inte följer dessa regler ska marknadsföringslagen tillämpas. Sådana lagar är alkohollagen, tobakslagen, prisinformationslagen, konsumentkreditlagen, distansavtalslagen och radio- och TV-lagen med flera.

För reklam till barn och ungdomar gäller till exempel att den inte får utnyttja deras naivitet eller bristande erfarenhet. Reklamen får inte underskatta den färdighet, skicklighet och ålder som normalt krävs för att använda en viss produkt och den får inte heller förleda dem att försätta sig i riskfyllda situationer. (Källa: Konsumentverket)