**Azonnali közlésre!**

**Az ígéret szép szó – az iparági vállalásokat is ellenőrzi az ÖRT**

**Egyes iparágak által tett vállalások megvalósítását nemzetközi monitoring programok keretében ellenőrzi az ÖRT. Ilyen volt az EU Pledge vállalások vizsgálata, amely 98%-os megfelelést mutatott a social média és 99%-ot a saját honlapokat tekintve.**

Az EU Pledge az élelmiszerek reklámbüdzséjének 80-%-át kitevő vezető élelmiszergyártó cégek 2007-ben tett, és azóta kétszer bővített vállalásait jelenti. A lényeg továbbra is az, hogy a nem gyerekeknek (12 év alattiaknak) szánt termékeket nem is reklámozzák számukra. Míg korábban elsődlegesen a tömegmédiában közzétett reklámokra vonatkozott a kötelezettségvállalásuk – ahol a közönségarányában határozzák meg, hogy alapvetően felnőtt célcsoportnak reklámoznak -, a mára kibővített vállalás a reklámozók saját digitális platformjaira is kiterjed, ahol viszont a tartalomra, a kreatív megvalósításra helyezik a hangsúlyt.

A vállalás már önmagában is nagy dolog, hát még ha a kialakított és rendszeres ellenőrzést és a kiváló eredményt is figyelembe vesszük. A megfelelően választott reklámidőt az Accenture, (tévé reklámok esetén a célközönség 65% legyen 12 éven felüli), míg a digitális platformokat a nemzeti önszabályozó szervezetek ellenőrzik. A 2017-es vizsgálat 98%, ill eredménnyel zárult.

Az ÖRT feladata 15 vállalati/márka honlap és 15 saját digitális platform (Youtube csatorna, Facebook oldal) ellenőrzése volt. Azt vizsgáltuk, hogy azok tartalma elsődlegesen a gyerekeknek szól-e, azok számára vonzó-e? – avat be a vizsgálat szempontjaiba Fazekas Ildikó főtitkár. Milyen a képi világ, a színek, szereplő és környezet? Milyen a zene? Játék esetén mennyire egyszerű követni az instrukciókat? – ezek mind-mind fontos szempontok voltak, amelyek alapján eldöntöttük, hogy 12 év alattiakat céloz-e, elsődlegesen az ő számukra vonzó-e az adott oldal.

Az éves beszámolók az EU-Pledge honlapján megtalálhatók. ([www.eu-pledge.eu](http://www.eu-pledge.eu)) A program fontos része a tanulságok leszűrése is, hogy a kiváló (vagy akár még jobb eredmény) elérhető legyen. Elsőkörben az érintett vállalatok európai vezetőivel közös workshopon ismertettük az eredményeket, és az értékelési szempontokat. Az ÖRT tagvállalatai számára pedig itthon is tartunk workshopot, hogy a hazai képviselők közvetlenül értesüljenek a bírálati szempontokról, hogy ezzel is segítsük munkájukat. Így lesz hiteles az önszabályozás, sőt így válik teljes rendszerré, hiszen így látható, hogy nem pusztán vállalásról van szó, hanem annak megfelelő reklámozásról– tette hozzá Fazekas.

További információ:

Fazekas Ildikó főtitkár, ÖRT (+3630/9902301)