

## Afgørelse – 2018-01 Markedsføring af Fanta på Musical.ly

Læskedrikreklamenævnet har behandlet sagen om markedsføring af en læskedrik på appen Musical.ly og har truffet følgende afgørelse:

### Afgørelse:

Læskedrikreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af læskedrikke. Da klagen omhandler markedsføring af en læskedrik, har Nævnet kompetence til at behandle sagen.

Læskedrikreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til, at de erhvervsdrivende udviser en etisk adfærd og tager sundheds- og forbrugermæssige hensyn i deres markedsføring, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn under teenagealderen. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed. Nævnet lægger vægt på, at de erhvervsdrivende indretter markedsføringen af læskedrikke således, at der ikke sendes forkerte signaler – særlig ikke til børn under teenagealderen - om indtagelse af læskedrikke.

I denne sag markedsføres produktet Fanta på appen ”Musical.ly”. Markedsføringen er sket ved, at influenceren Rasmus Kolbe også kendt som ”Lakserytteren”, har lagt forskellige videoer op på appen, hvor omdrejningspunktet er produktet Fanta. Videoerne appellerer til det barnlige univers og produktet Fanta, anvendes i forskellige sammenhænge, blandt andet som ingrediens i risengrød og som ammunition i en Fanta-vandpistol.

Coca-Cola Nordic Services ApS har oplyst, at det ikke var en del af aftalen med Hippo Aps og Rasmus Kolbe, at markedsføringen skulle ske via appen ”Musical.ly”.

Det fremgår af App-store, at Musical.ly er en app, der er beregnet til børn fra 12 år. Af Musical.ly’s egne betingelser, fremgår der dog en aldersgrænse på 13 år. Læskedrikreklamenævnet er dog blevet gjort bekendt med, at appen i høj grad også anvendes af børn under denne aldersgrænse.

Nævnet har vurderet, om der ved den pågældende markedsføring er sket en overtrædelse af retningslinjernes § 8, stk. 1, som lyder:

*”Der må ikke markedsføres direkte over for børn under teenagealderen. Reklamer for læskedrikke må eksempelvis ikke placeres i medier eller omkring TV-udsendelser, hvor målgruppen særligt er børn”.*

Nævnet finder ud fra en konkret vurdering af det samlede markedsføringstiltag, at der er tale om markedsføring rettet mod børn under teenagealderen. Nævnet udtaler på baggrund heraf kritik af markedsføringen. Det er nævnets vurdering, at videoernes udformning og appel til det barnlige univers sammenholdt med det faktum, at appen i høj grad anvendes af børn under 13 år, uanset alderskravet, gør at der er tale om markedsføring i strid med retningslinjernes § 8.



Nævnet tager dog til efterretning, at Coca-Cola Nordic Services ApS har oplyst, at der var tale om en fejl, at markedsføringen skete på appen "Musical.ly".

Venlig hilsen  
LÆSKEDRIKREKLAMENÆVNET

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pernille Backhausen', written in a cursive style.

Pernille Backhausen  
Formand