2024. gada 26. novembris

MĀRKETINGA POLITIKA

Olvi Grupa

MĒRĶIS UN DARBĪBAS JOMA

Mārketinga politikas mērķis ir nodrošināt, ka Olvi Grupas biznesa darbība un tās attīstība tiek veikta, ņemot vērā mārketinga mērķus, un ka visa ar mārketingu saistītā būtiskā ietekme, riski un iespējas tiek pārvaldītas atbilstošā veidā. Mērķos ir atspoguļotas globālās tendences, ieinteresēto pušu vēlmes un uzņēmuma stratēģija. Politikā aprakstītas minimālās prasības ārējam mārketingam visiem Olvi Grupas zīmoliem. Papildus mārketingam, mārketinga ētika attiecināma arī uz sponsorēšanas aktivitātēm.

Šī politika papildina Grupas Rīcības kodeksu un citas saistītās Grupas politikas. Šī politika attiecas uz visu Olvi Grupas uzņēmumu vadību un darbiniekiem. Minimālās cilvēktiesību prasības Olvi Grupas biznesa partneriem ir iekļautas mūsu Rīcības kodeksā sadarbības partneriem.

SAISTĪBAS

Olvi Grupas mārketings un reklāma tiek veidoti saskaņā ar nozarē vispārpieņemtām praksēm un ētikas normām. Visu produktu mārketingā Olvi Grupa ievēro iekšējo pašregulāciju, kā arī nozares vispārējās pamatnostādnes, piemēram, alus darītāju un bezalkoholisko dzērienu nozares nacionālo federāciju, Eiropas Alus darītāju, UNESDA un Eiropas Sidra un Augļu vīna asociācijas (AICV) nostādnes.

Mūsu mērķis ir nulle mārketinga gadījumu, kas pārkāpj atbildīga mārketinga principus. Ja rodas pārkāpumi, mēs tos rūpīgi izmeklējam un pilnveidojam savu darbību, lai nodrošinātu, ka turpmāk līdzīgi gadījumi neatkārtotos.

MĒRĶI

Mūsu mārketings tiek vadīts pēc šādiem principiem:

Ētisks un cieņpilns mārketings

Mēs reklamējam savus produktus saskaņā ar ētikas vadlīnijām un ievērojot cilvēktiesības. Mūsu mārketinga nolūks nav kādu aizskart. Mēs veicinām dažādību un nepieļaujam diskrimināciju, kas balstīta uz dzimumu, vecumu, etnisko izcelsmi, rasi, ādas krāsu, seksuālo orientāciju, invaliditāti,

politiskajiem vai reliģiskajiem uzskatiem, nacionālo vai sociālo izcelsmi vai citu līdzīgu iemeslu. Mēs izvairāmies no aizvainojošu un aizskarošu stereotipu izmantošanas.

Atbildīgs patēriņš

Mēs esam apņēmušies visās darbībās veicināt atbildīgu un mērenu dzērienu baudīšanas kultūru. Mēs apzināmies, ka pārmērīga cukura, alkohola un enerģijas dzērienu lietošana ir kaitīga veselībai. Lai veicinātu mērenu patēriņu, mēs palielinām bezalkoholisko un zema alkohola satura, kā arī bezcukura un mazāk cukuru saturošu produktu piedāvājumu. Mēs atbalstām arī mērenu bezalkoholisko un alkoholisko dzērienu patēriņu, piedāvājot mazāka tilpuma iepakojumus.

Mēs īstenojam pasākumus, lai veicinātu mērenas un atbildīgas dzērienu baudīšanas kultūru. Reklāmas nedemonstrē pārmērīgu alkohola lietošana, kā arī neidealizē cilvēkus, kuri lieto dzērienus pārmērīgos daudzumos vai dzer pēc iespējas ātrāk. Mūsu mērķis ir katrā no mūsu darbības valstīm ik gadu organizēt aktivitātes, kas atbalsta atbildīgu alkohola lietošanu. Tāpat mēs cieši sadarbojamies ar nacionālajiem un starptautiskajiem partneriem un organizācijām, lai veicinātu šo mērķi.

Atbilstoša uzvedība

Mēs vēlamies nodrošināt, ka mūsu mārketings nemudina patērētājus uz neatbilstošu uzvedību. Alkohola lietošana reklāmās nekad nedrīkst būt saistīta ar satiksmi vai transportlīdzekļu vadīšanu, vai citām riskantām darbībām. Mēs nekad nenorādām, ka alkohols veicina seksuālos vai sociālos panākumus, piemēram, popularitātes vai pašpārliecības paaugstināšanu. Personas paškontroles mazināšanās alkoholisko dzērienu ietekmē netiek izmantota reklāmās, un alkohola reklāmās netiek attēlota vai slavināta vardarbība vai citādi agresīva uzvedība. Tāpat mūsu reklāmās netiek veicināta antisociāla alkohola lietošana.

Atbildīga patērētāju informēšana

Mēs vēlamies nodrošināt, lai produktu iepakojumi un Grupas uzņēmumu mājaslapas sniegtu patērētājiem skaidru un caurspīdīgu informāciju. Lielākā daļa mūsu produktu satur sastāvdaļu sarakstu un uzturvērtības informāciju, un mēs cenšamies palielināt šīs informācijas pieejamību. Produkti, kas satur alkoholu, ir skaidri marķēti.

Lielākajai daļai mūsu alkoholisko dzērienu ir brīdinājuma zīmes, kas aizliedz lietot alkoholu nepilngadīgām personām, grūtniecēm un transportlīdzekļu vadītājiem. Uz enerģijas dzērienu iepakojumiem ir norādīta lietošanas informācija, tostarp brīdinājumi konkrētām riska grupām. Papildus uz mūsu produktiem var būt citi brīvprātīgi, ar ilgtspēju saistīti, norādījumi. Mēs nodrošinām informāciju par iepakojuma pārstrādi un veicinām videi draudzīgu rīcību arī citos patērētājiem paredzētos komunikācijas kanālos.

Patiesi un precīzi vēstījumi

Mēs sniedzam patiesus un faktos balstītus vēstījumus un neizvirzām nepamatotus apgalvojumus par produktiem. Mēs nodrošinām, ka mārketinga komunikācija ir skaidri nošķirama no cita satura.

Fokuss uz pareizo mērķauditoriju

Digitālajos kanālos alkoholiskos produktus reklamē tikai tādās platformās, kur ir pieņemts uzskatīt, ka vismaz 70% mērķauditorijas ir sasnieguši katrā valstī noteikto minimālo atļauto alkohola lietošanas vecumu. Reklāmā redzamajiem cilvēkiem ir jābūt vismaz 25 gadus veciem. Ja reklāmas satur animācijas tēlus, tie jāveido tā, lai tie nebūtu pievilcīgi bērniem. Arī mārketinga materiāli nedrīkst tikt veidoti tā, lai būtu pievilcīgi bērniem. Olvi Grupa ir pret alkohola lietošanu nepilngadīgo vidū, kā arī alkohola pārdošanu vai nodošanu nepilngadīgām personām.

Olvi Grupas bezalkoholisko dzērienu reklāmu mērķauditorijā nav iekļauti bērni, kas jaunāki par 12 gadiem. Tas attiecas uz drukātajiem medijiem, internetu un televīziju, bet ne uz pašu produktu vai tā iepakojumu. Ja vismaz 35 procenti no mediju kanāla auditorijas ir, vai var uzskatīt, ka ir jaunāki par 12 gadiem, Olvi Grupa nereklamēs nevienu dzērienu attiecīgajā medijā. Reklāmas vēstījums un saturs nedrīkst būt veidots īpaši pievilcīgi bērniem jaunākiem par 12 gadiem, izņemot gadījumus, kad šādas reklāmas veicina vispārējo fizisko aktivitāti bērnu vidū. Bezalkoholisko dzērienu reklāma nedemonstrē un neslavina vardarbību vai citādi agresīvu uzvedību. Enerģijas dzērienu reklāmas mērķauditorija tiek noteikta saskaņā ar valstī spēkā esošajiem tiesību aktiem.

Bezalkoholiskie dzērieni var būt paredzēti patērētājiem, kas ir jaunāki par 12 gadiem, un šajā gadījumā iepakojums var tikt izstrādāts, ņemot vērā minētās patērētāju grupas specifiku. Vienīgā produkta

reklāma ir pats produkts, tā prezentācija veikalos un izplatīšana pasākumos. Šāda veida produktus nedrīkst reklamēt.

ATSAUKSMES

Atsauksmju sniegšanai mēs piedāvājam patērētājiem dažādus kanālus. Šīs atsauksmes tiek ņemtas vērā uzņēmuma darbības attīstībā. Turklāt patērētājiem ir iespēja izteikt bažas par ētikas normu pārkāpumiem, izmantojot mūsu Anonīmo ziņošanas kanālu (*Whistleblowing channel*).

PĀRVALDĪBA UN ATBILDĪBAS

Apstiprināšanas datums: 2024. gada 26. novembris / Versija 1.0
Politikas turētājs: Grupas biznesa attīstības vadītājs
Apstiprinātājs: Grupas izpilddirektors

SAISTĪTĀS POLITIKAS UN VADLĪNIJAS

- Produktu politika
- Apņemšanās cilvēktiesību jomā
- Ilgtspējas politika