



**28.4.2023**

**MARKKINOINNIN TOIMINTAPERIAATTEET**

**Olvi-konserni**

## **OLVI-KONSERNIN MARKKINOINNIN TOIMINTAPERIAATTEET**

Olvi-konsernissa markkinoinnissa ja mainonnassa toimitaan toimialan hyväksymien toimintamallien, eettisten ohjeistuksien sekä kunkin maan lakien ja asetusten mukaisesti. Ihmisoikeuksia kunnioitetaan. Olvi konserni haluaa toimia vastuullisesti osana yhteiskuntaa.

Olvi-konserni ei markkinoinnillaan ota poliittista, uskonnollista, sosiaalista, etnistä, seksististä, rasistista tai muutoin syrjivää kantaa. Olvi-konsernin markkinoinnilla ei ole tarkoitus loukata ketään.

Kaikkien tuotteiden mainonnassa Olvi-konserni noudattaa kunkin maan voimassa olevan lainsäädännön lisäksi itsesääätelyä sekä toimialan yhteisiä ohjeistuksia, kuten kansallisten Panimoliitojen, Euroopan panimoliiton Brewers of Europe, Euroopan virvoitusjuomateollisuusliiton Undesdan ja Euroopan siideri ja hedelmäviinijärjestön AICV:n ohjeita. Olvi-konserni ei tee mitään vahvistamattomia tuoteväitteitä ja on varmistettu, että markkinointiviestintä on selkeästi erotettu muusta sisällöstä.

Olvi-konserni pyrkii edistämään alkoholin kohtuukäyttöä. Mainonnassa ei näytetä humalahakuista juomista eikä ihannoida henkilöä, joka juo suuria määriä alkoholia tai joka juo mahdollisimman nopeasti epäsosiaalisen juomisen lisäksi. Alkoholin nauttimista ei koskaan yhdistetä autoiluun ja muihin turvattomiin tilanteisiin eikä seksuaaliseen tai sosiaaliseen menestykseen, kuten suosioon tai itseluottamukseen. Alkoholia ei markkinoida sen estoja poistavalla vaikutuksella. Alkoholin mainonnassa ei myöskään näytetä tai ihannoida väkivaltaa tai muutoin aggressiivista käytöstä.

Alkoholituotteita mainostetaan digitaalisissa kanavissa vain sellaisissa yhteyksissä, joissa kohdeyleisöstä vähintään 70 % oletetaan olevan 18 vuotta täyttäneitä. Joissakin maissa, kuten Liettuassa, huomioidaan korkeampi ikäraja 21 vuotta. Mainoksissa esiintyvien henkilöiden on oltava 25-vuotiaita tai sitä vanhempia. Jos alkoholimainoksissa on piirrettyjä hahmoja, ne eivät saa olla erityisesti lapsiin vetoavia. Myöskään alkoholituotteiden markkinointimateriaalit eivät saa olla erityisesti lapsiin vetoavia. Olvi-konserni ei hyväksy alaikäisten alkoholinkäyttöä, eikä alaikäisille myymistä tai välittämistä.

Virvoitusjuomien mainontaa ei Olvi-konsernissa kohdisteta alle 12-vuotiaisiin lapsiin. Tällä tarkoitetaan painettua mediaa, nettiä ja TV:tä, mutta ei tuotetta eikä tuotteen pakkausta itsessään. Jos vähintään 35 % kohdeyleisöstä on, tai voidaan olettaa olevan, alle 12 vuotta, Olvi-konserni ei mainosta mitään virvoitusjuomia sen yhteydessä. Mainonnan viestin ja sisällön ei saa olettaa vetoavan erityisesti alle 12-vuotiaisiin lapsiin. Virvoitusjuomien mainonnassa ei näytetä tai ihannoida väkivaltaa tai muutoin aggressiivista käytöstä. Energiajuomien mainonta kohdistetaan yli 15 vuoden ikäisille Olvi-konsernissa.

## **Olvi Oyj**

### **Olvi-konserni markkinoinnin toimintaperiaatteet**

Virvoitusjuomissa tuote voi olla suunnattu 12 vuotta nuoremmille kuluttajille ja tällöin pakkaus voi olla suunniteltu kyseinen käyttäjäryhmä huomioiden. Tuotteen ainoa mainos on tuote ja siitä rakennetut myymäläesittelyt. Mainontaa tai muuta markkinointia tällaiselle tuotteelle ei voida tehdä.

Markkinointietiikkaa sovelletaan mainonnan ohella myös sponsoroinnissa.

Iisalmi, 28.4.2023

Patrik Lundell  
Toimitusjohtaja

