



26.11.2024

MARKKINOINNIN TOIMINTAPERIAATE

Olvi-konserni

TARKOITUS JA SOVELTAMISALA

Markkinoinnin toimintaperiaatteen tarkoituksena on varmistaa, että Olvi-konsernin liiketoimintaa ja liiketoiminnan kehittämistä johdetaan markkinointitavoitteet huomioon ottaen ja että kaikki markkinointiin liittyvät olennaiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet hallitaan asianmukaisesti. Megatrendit, sidosryhmien odotukset ja yrityksen strategia heijastuvat tavoitteisiin.

Toimintaperiaate kuvaa vähimmäisvaatimukset ulkoiselle markkinoinnille kaikille Olvi-konsernin brändeille. Markkinointietiikka koskee myös sponsorointitoimintaa.

Tämä toimintaperiaate täydentää konsernin eettistä ohjeistusta ja muita konsernin toimintaperiaatteita. Toimintaperiaate koskee kaikkien Olvi-konsernin yhtiöiden johtoa ja työntekijöitä. Ihmisoikeuksien vähimmäisvaatimukset Olvi-konsernin liikekumppaneille käsitellään kumppaneiden eettisessä ohjeistuksessa.

SITOUMUKSET

Olvi-konsernin markkinointi ja mainonta toteutetaan alan hyväksytyjen toimintamallien ja eettisten ohjeiden mukaisesti. Kaikkien tuotteiden markkinoinnissa Olvi-konserni noudattaa itsesääntelyä sekä alan yhteisiä ohjeita, kuten kansallisten panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden liittojen, Euroopan panimoliiton, Unesdan ja Euroopan siideri- ja hedelmäviiniliiton (AICV) antamia ohjeita.

Tavoitteenamme on, ettei ole tapauksia, joissa markkinoinnissa rikotaan vastuullisen markkinoinnin periaatteita. Jos rikkomuksia ilmenee, tutkimme ne perusteellisesti ja kehitämme toimintaamme varmistaaksemme, ettei vastaavia tapauksia tapahdu tulevaisuudessa.

PÄÄMÄÄRÄT

Markkinointiamme ohjaa seuraava tahtotila:

Eettinen ja kunnioittava markkinointi

Markkinoimme tuotteitamme eettisten ohjeiden mukaisesti ja kunnioittaen ihmisoikeuksia.

Markkinointimme ei ole tarkoitus loukata ketään. Edistämme monimuotoisuutta emmekä salli syrjintää sukupuolen, iän, etnisen taustan, rodun, värin, seksuaalisen suuntautumisen, vamman,

poliittisten mielipiteiden tai uskonnollisten vakaumusten, kansallisen alkuperän tai sosiaalisen alkuperän tai muun vastaavan syyn perusteella markkinoinnissamme. Vältämme loukkaavien ja halventavien stereotyypioiden käyttöä.

Vastuullinen kuluttaminen

Olemme sitoutuneet edistämään vastuullisen ja kohtuullisen juomakulttuurin edistämistä kaikessa toiminnassamme. Tiedostamme, että liiallinen sokerituotteiden, alkoholituotteiden energijuomien kulutus ovat haitallisia terveydelle. Edistääksemme kohtuullisia kulutustottumuksia keskitymme lisäämään alkoholittomia ja vähäalkoholisia tuotteita sekä sokerittomia ja vähäsokerisia tuotteita. Tuemme myös alkoholittomien ja alkoholipitoisten tuotteiden kohtuullista kulutusta lisäämällä pienempiä pakkauskokoja.

Otamme käyttöön toimenpiteitä kohtuullisen ja vastuullisen juomakulttuurin edistämiseksi. Mainonta ei näytä humalahakuista juomista eikä ihannoi henkilöitä, jotka kuluttavat suuria määriä tai juovat mahdollisimman nopeasti.

Tavoitteenamme on järjestää vuosittain vastuullista alkoholinkulutusta tukevia toimintoja jokaisessa toimintamaassamme. Teemme myös tiivistä yhteistyötä kansallisten ja kansainvälisten toimijoiden ja organisaatioiden kanssa edistääksemme vastuullista alkoholinkulutusta.

Sopiva käyttäytyminen

Haluamme varmistaa, että markkinointimme ei kannusta kuluttajia käyttäytymään sopimattomasti. Alkoholinkulutusta ei koskaan yhdistetä liikenteeseen tai moottoriajoneuvoihin ja muihin vaarallisiin tilanteisiin. Emme koskaan vihjaa, että alkoholi edistäisi seksuaalista tai sosiaalista menestystä, kuten suosiota tai itseluottamusta. Alkoholia ei markkinoida sen estojen poistavien vaikutusten perusteella, eikä alkoholimarkkinointi näytä tai ihannoi väkivaltaa tai muuten aggressiivista käyttäytymistä. Lisäksi mainontamme ei näytä epäsosiaalista juomista.

Vastuullinen kuluttajatieto

Haluamme varmistaa, että tuotepakkaukset ja konserniyhtiöiden verkkosivut tarjoavat kuluttajille selkeää ja läpinäkyvää tietoa. Useimmissa tuotteissamme on ainesosaluettelo ja

ravintosisältötiedot, ja keskitymme lisäämään näiden läpinäkyvyyttä. Merkitsemme selkeästi alkoholipitoiset tuotteet.

Useimmissa alkoholituotteissamme on varoitusmerkinnät, jotka kieltävät juomisen alaikäisenä, raskaana ollessa tai autoa ajaessa. Energiajuomien pakkauksissa on käyttöohjeet, kuten varoitukset tietyille haavoittuville ryhmille. Näiden lisäksi tuotteissamme voi olla muita vapaaehtoisia vastuullisuuteen liittyviä tietoja. Tarjoamme tietoa kierrätyksestä ja korostamme ympäristötietoista käyttäytymistä myös muussa kuluttajaviestinnässä.

Totuudenmukaiset ja täsmälliset viestit

Tarjoamme todenmukaisia ja tosiasioihin perustuvia viestejä emmekä esitä perusteettomia tuoteväitteitä. Varmistamme, että markkinointiviestintä on selkeästi erotettavissa muusta sisällöstä.

Keskittyminen oikeisiin kohderyhmiin

Digitaalisissa kanavissa alkoholituotteita mainostetaan vain yhteyksissä, joissa vähintään 70 prosenttia kohdeyleisöstä oletetaan olevan kunkin maan laillisen vähimmäisikärajan ylittäneitä. Mainoksissa esiintyvien henkilöiden on oltava vähintään 25-vuotiaita. Jos mainoksissa on sarjakuvahahmoja, niiden ei tule olla erityisen houkuttelevia lapsille. Markkinointimateriaalit eivät myöskään saa olla erityisen houkuttelevia lapsille. Olvi-konserni ei hyväksy alaikäisten alkoholinkulutusta eikä alkoholin myyntiä tai toimittamista alaikäisille.

Olvi-konsernin virvoitusjuomamainonta ei kohdistu alle 12-vuotiaisiin lapsiin. Tämä koskee painettuja medioita, internetiä ja televisiota, mutta ei itse tuotetta tai sen pakkausta. Jos vähintään 35 prosenttia mediakanavan kohdeyleisöstä on tai oletetaan olevan alle 12-vuotiaita, Olvi-konserni ei mainosta mitään juomia kyseisessä yhteydessä. Mainonnan viesti ja sisältö eivät saa olla erityisen houkuttelevia alle 12-vuotiaille lapsille, ellei tällainen mainonta edistä lasten fyysistä aktiivisuutta yleisesti. Virvoitusjuomamainonta ei näytä tai ihannoiki väkivaltaa tai muuten aggressiivista käyttäytymistä. Energiajuomamainonta kohdistetaan kansallisten säädösten mukaisesti tietyn ikäisille.

Virvoitusjuomissa tuote voi olla suunnattu alle 12-vuotiaille kuluttajille, ja tässä tapauksessa pakkauksen suunnittelussa on otettu huomioon kyseinen kuluttajaryhmä. Tuotteen ainoa mainos on itse tuote, sitä koskevat myymäläesittelyt ja tuotteiden jakaminen tapahtumissa. Tällaisia tuotteita ei saa mainostaa tai markkinoida.

PALAUTE

Tarjoamme kuluttajille erilaisia kanavia palautteen antamiseen. Tämä palaute otetaan huomioon toimintaa kehitettäessä. Lisäksi kuluttajilla on mahdollisuus ilmaista eettisiin rikkomuksiin liittyvät huolensa Whistleblowing-kanavamme kautta.

JOHTAMINEN JA VASTUUT

Hyväksymispäivä: 26.11.2024 / Versio 1.0

Toimintaperiaatteen omistaja: Konsernin liiketoiminnan kehitysjohtaja

Hyväksyvä taho: Konsernin toimitusjohtaja

LIITTYVÄT POLITIIKAT JA OHJEET

- Tuotteen toimintaperiaate
- Ihmisoikeussitoumus
- Vastuullisuuden toimintaperiaate