

Политика на отговорен маркетинг на Кока-Кола ХБК

Първокласни спиртни напитки

Въведение

Политиката на отговорен маркетинг на Кока-Кола ХБК за първокласни спиртни напитки има за цел да представи ясни и последователни насоки на всички служители относно нашите стандарти за отговорен маркетинг, рекламиране и популяризиране на спиртните напитки, които дружеството разпространява и продава от името на своите бизнес партньори.

Политиката трябва да бъде строго спазвана по същия начин, както кодексите, политиките и ангажиментите, свързани с дейностите на Кока-Кола ХБК по отношение на безалкохолните напитки, които произвеждаме и разпространяваме, за да се отразят високите стандарти, основните ценности и ангажиментите за социална отговорност на дружеството.

Обхват

Политиката на отговорен маркетинг на Кока-Кола ХБК за първокласни спиртни напитки се прилага за всички маркетингови дейности, включително, но не само дейности по продажба, организиране на пласмента, продажби и рекламиране на търговската марка, промоционални дейности във и извън обектите и свързаните с тях материали, иновативни дейности за развитие на марките, маркетинг на преживяванията, планиране на потреблението и проучване на пазара, маркетинг на взаимоотношенията, връзки с потребителите, разработване и съдържание на уебсайтовете на марките, електронни комуникации и цифрови медии, разполагане на продуктите и спонсорство, както и етикетиране и опаковане.

Съответствие със закона и разпоредбите/нормативната уредба

Всички маркетингови дейности трябва да отговарят на приложимите закони на страните, в които Кока-Кола ХБК продава и разпространява първокласни спиртни напитки. Търговската комуникация за първокласни спиртни напитки, независимо от използваната медия (печатна, електронна/цифрова, плакати, опаковки, промоции, спонсорство и други промоционални дейности), също трябва да отговаря на приложимите правила на утвърдените от бранша насоки за всяка страна. За европейските общи стандарти на бранша за маркетинг вижте документите и материалите на адрес: www.marketresponsibly.eu, предоставени от международната асоциация spiritsEUROPE, членове на която са нашите партньори на първокласни спиртни напитки, или техните браншови асоциации.

А. Клаузи за непълнолетни лица

(*)Забележка: в тази Политика терминът „ЗВЗ“ (Законна възраст за закупуване) означава законната възраст за закупуване на алкохол или възрастта от 18 години на пазари, за които няма законна възраст (ЗВЗ) или законната възраст (ЗВЗ) е под 18 години.

(**)Забележка: в тази Политика терминът „маркетинг“ се отнася за всички дейности, посочени в раздела „Обхват“, и всякакви други дейности, предвидени за популяризиране на нашите продукти на пазара.

Кока-Кола ХБК предлага продукти само на потребители на Законна възраст за закупуване и се ангажира да гарантира, че непълнолетни лица не са и няма да бъдат цел на нашите маркетингови и промоционални дейности. Първокласните спиртни напитки никога не трябва да се използват за спонсориране на спортове, известни личности или събития, които се харесват главно от лица под Законната възраст за закупуване.

Ограниченията и насоките относно Съдържание и Разположение са следните:

Съдържание

- Въпреки че в някои страни законната възраст за закупуване е под 18 години или въобще няма ограничения за законно закупуване, фирмената политика е лица под 18 години никога да не бъдат цел на маркетинговите кампании за първокласни спиртни напитки.
- Не позволяваме участието в реклами на модели, които не са навършили 25 години, и никой под тази възраст не трябва активно да подкрепя първокласните спиртни напитки на нашите партньори.
 - Лица между Законната възраст за закупуване и 25 години може да посещават, предоставят развлечение или услуги на брендирано събития и/или да се появяват в материали за връзки с обществеността.
- Рекламните и маркетинговите материали никога не трябва да използват или изобразяват деца и не трябва да включват спортисти или известни личности, герои от анимационни филми, музика, език, жестове или други символи или промоционални подаръци, или награди, които се харесват главно от лица под ЗВЗ.
- Рекламните и маркетинговите дейности не трябва пряко или косвено да накърняват ученето или да свързват консумацията на първокласни спиртни напитки с образованието.
- Промоционалните дейности и събития на първокласни спиртни напитки трябва да са насочени само към лица над ЗВЗ и не трябва да предполагат или демонстрират безотговорно поведение. Например, маркетингът и популяризирането на първокласни спиртни напитки не трябва да показват лица, които консумират тези продукти бързо или в условия на състезателно пиене. Като цяло не трябва да използваме рекламни съдове за пиене, които

се харесват предимно от непълнолетни лица (напр. епруветки, чаши за шотове).

(*Забележка: терминът „се харесват главно“ от лица под Законната възраст за закупуване означава нещо, което е особено привлекателно за лица под Законната възраст за закупуване, за разлика от „се харесват обичайно“ от лица над законната възраст за закупуване (ЗВЗ).

- Първокласните спиртни напитки на Кока-Кола ХБК не трябва да се свързват с достигането на зряла възраст или „ритуали за преминаване“ към зряла възраст.
- Маркетингът на Кока-Кола ХБК не трябва да представя по негативен начин въздържането от алкохол или минималната консумация на алкохол, нито да предполага, че отказът от пиене е грешен или не е „готино“, дори и на шега. Промоционалните дейности на Кока-Кола ХБК в канала за продажба в заведения и за консумация в домашни условия никога няма да оказват натиск върху който и да било за консумиране на алкохол и трябва винаги да включват безалкохолни алтернативи.

Разполагане

- Идентификация на марката, включително лого, търговски марки или наименования, не трябва да се използва или лицензира за употреба върху детско облекло, играчки, игри или игрално оборудване, или други материали, предназначени за употреба главно от лица под Законната възраст за закупуване.
- Рекламните и маркетинговите материали трябва да се пускат само в медии, където е обичайно очаквано поне 70% от аудиторията да е над законната възраст за закупуване (ЗВЗ).
- За улесняване на тези задължения за разполагане, трябва редовно да следим съставните данни на медията, в която е пусната рекламата, за да се гарантира максимално съответствие и че данните за състава на аудиторията са актуални и достатъчни.
- Трябва да се предприемат вътрешни периодични проверки на минали разполагания, за да се потвърди, че тези минали разполагания са съответствали на тази политика.
- Марките първокласни спиртни напитки, които Кока-Кола ХБК продава и разпространява, не трябва да се рекламират в гимназиални и университетски вестници, когато повече от 30% от студентите са под Законната възраст за закупуване.
- Трябва да бъдат предприети всички разумни мерки, за да се избегне рекламиране близо до училища, извън магазини с консумация на алкохол на място. Особено трябва да се внимава да се избягва рекламиране близо до религиозни сгради или други места, на които това би могло да бъде сметено за обидно или неуместно.

Проучване

- Кока-Кола ХБК няма да възлага или извършва проучване на пазара или потребителите сред лица под Законната възраст за закупуване.
- В контекста на проучване на потребителите ще ограничаваме мострите за потребители до максимум две стандартни питиета на ден и след това ще осигуряваме транспорт, ако имаме съмнения за способността на дадено лице да се прибере вкъщи. Никога няма да организираме срещи за извършване на проучване по начин, при който може да се наложи участниците да управляват автомобил след консумация на алкохол.

Б. Отговорна консумация

Кока-Кола ХБК смята, че отговорното рекламиране на първокласни спиртни напитки спомага за насърчаване на отговорна консумация на продуктите, които продаваме. В изпълнение на нашата Политика, следните насоки се прилагат за всички рекламни, маркетингови и спонсорски инициативи.

- Рекламирването, маркетингът и спонсорирането трябва да включват съобщение „Наслаждавайте се / Консумирайте отговорно“ и също така може да включват други съобщения за отговорна консумация. Ако материалите са предвидени за специални изложения, банери, обявления, статии или употреба в Интернет, или др., трябва да се получи одобрението на Отдел Връзки с обществеността и комуникации и Правен отдел и трябва да се спазва Комуникационната политика за първокласни спиртни напитки на Кока-Кола ХБК.
- Спонсорирането на спортове трябва да включва ясно различима инициатива за отговорно пиене.
- Марките първокласни спиртни напитки, които Кока-Кола ХБК продава и разпространява, не трябва да се представят в или непосредствено до печатни или електронни програми, които драматизират или възвеличават прекомерна консумация или злоупотреба с напитки за възрастни.
- Рекламните и маркетинговите материали не трябва да изобразяват лица в състояние на опиянение или по начин, който предполага, че опиянението е приемливо поведение. Опиянението никога не трябва да се одобрява като приемливо поведение. Аналогично, рекламните и маркетинговите материали не трябва да изобразяват лица, които пият бързо или прекомерно.
- Кока-Кола ХБК не трябва да популяризира или одобрява дейности, при които потребителят няма контрол над количеството алкохол, предоставено за консумация, като тайно приготвяне на напитки или в подвеждащи опаковки.

- Марките първокласни спиртни напитки, които Кока-Кола ХБК продава и разпространява, не трябва да се свързват с оскърбителни или жестоки отношения или ситуации, или с асоциално или опасно поведение.
- Във всички съобщения алкохолното съдържание трябва да се посочва по ясен начин, подкрепен с факти, без да се натрапва силата на марките първокласни спиртни напитки на Кока-Кола ХБК в рекламни или маркетингови материали.
- Първокласните спиртни напитки не трябва да се представят като подходящи за консумация преди или по време на управление на машини, управление на автомобил или друга дейност, която изисква висока степен на концентрация и координация на тялото.
- Рекламните и маркетинговите материали или спонсорските дейности не трябва да внушават, че консумацията на първокласни спиртни напитки за възрастни е необходима за постигане на социален, професионален, образователен, атлетически, сексуален или финансов успех или за решаване на социални, лични или физически проблеми. Материалите и спонсорските дейности не трябва да създават впечатление, че консумацията на първокласни спиртни напитки повишава умствените или физически способности, или подобрява настроението.
- Популяризирането на рецепти с първокласни спиртни напитки трябва да посочва точни количества (напр. "30 ml" вместо "една част") и общото съдържание на алкохол (в „грамове алкохол“ или други местно приети единици за измерване) за всяко питие с първокласна спиртна напитка. Като общо правило рецептата за единично питие не трябва да съдържа повече от еквивалента на 50 ml алкохол при 40% Vol.
- Популяризирането на първокласни спиртни напитки в тясна връзка с популяризирането на енергийни напитки трябва да се избягва.
- Трябва да избягваме всякакво свързване на първокласните спиртни напитки, които продаваме и разпространяваме, с тютюневи продукти или парични залози.
- Няма да популяризираме първокласните спиртни напитки като лекарство, нито ще предполагаме, че първокласните спиртни напитки имат способността да предотвратят, третират или лекуват някаква болест или състояние на човека.
- Рекламните и маркетинговите материали не трябва да съдържат никакви здравни твърдения.
- Няма да твърдим, че напитките с по-ниско алкохолно съдържание са по-добри или по-отговорни за консумация от първокласни спиртни напитки с по-високо алкохолно съдържание. При проектирането на нашите маркетингови дейности за първокласни спиртни напитки ще обръщаме внимание на всякакви насоки за ежедневна/седмична консумация, издадени от Здравните органи или еквивалентен орган в пазара, където се извършва дейността.

- Приемливо е да се изобразяват възрастни, които консумират питие след спортна игра, само когато е ясно посочено, че тяхната дейност няма да продължи след това.
- Не трябва да се показват реклами по време на спортни събития, организирани за деца.
- Няма да предлагаме първокласните спиртни напитки, които продаваме и разпространяваме, на бременни жени и няма да използваме бременни жени в нашите маркетингови дейности.

Дигитален маркетинг

- Всякакви уебсайтове на Кока-Кола ХБК, които включват марките първокласни спиртни напитки, които дружеството продава и разпространява, трябва да съдържат „послание за отговорна консумация“ и страница за регистриране, която:
 - а) изисква от потребителите да въведат дата на раждане и страна на достъп;
 - б) е свързана с образователен сайт за отговорна консумация на първокласни спиртни напитки; и
 - в) съдържа маркери тип „детегледачка“, които описват съдържанието на страницата по начин, позволяващ засичането им от софтуер за родителски контрол.
 - Ако първокласните спиртни напитки се споменават в страниците на социални медии, тези страници трябва да използват всякакви налични настройки, които идентифицират страницата като имаща съдържание, свързано с алкохол, и/или трябва да използват всякакви ограничения за възрастта, предлагани от платформите на тази социална медия, които ограничават достъпа на потребители/посетители до лица над Законната възраст за закупуване.
- Особено внимание трябва да се обръща на всякакви уебсайтове на марки първокласни спиртни напитки и всякакви дейности за дигитален маркетинг или друга комуникация, създадени и управлявани от Кока-Кола ХБК. Местните закони в страните, от които може да бъде получен достъп до такива уебсайтове или други цифрови медии, трябва да се прилагат. Може да бъде потърсена допълнителна консултация с Правен отдел за страната във всеки пазар на Кока-Кола ХБК, на който продаваме и разпространяваме първокласни спиртни напитки.

В. Промоционални събития

При провеждането на промоционални събития трябва да популяризираме нашите марки първокласни спиртни напитки по отговорен начин.

Принципи

- Промоционалните събития в или извън заведенията трябва да избягват дейности, които поощряват прекомерна/злоупотребяваща консумация.
- Кока-Кола ХБК няма да назначава пряко или косвено персонал или доброволци за събитието, които са под Законната възраст за закупуване.
- Кока-Кола ХБК няма да популяризира или насърчава пиене в комбинация с физическо, предизвикателно, безразборно, безразсъдно и/или безотговорно поведение по време на промоционално събитие в обект за директна консумация.
- Всички промоционални и спонсорски събития на Кока-Кола ХБК трябва да включват послания и програми за отговорна консумация, когато е приложимо (напр. банери със съобщения за отговорна консумация на алкохолни продукти, безплатна вода или други безалкохолни напитки и/или програми за безопасен транспорт до къщи или за трезвени водачи).

Лично поведение

Целият персонал, независимо дали се състои от служители на дружеството, или наети за конкретно събитие лица, участващ на промоционални събития в или извън заведенията, трябва да спазва следните насоки:

- Ако решите да пиете алкохол, трябва да правите това умерено. С други думи, не забравяйте, че сте на работа и представлявате дружеството. Дайте подходящ пример.
- Не управлявайте превозно средство, след като сте пили алкохол.
- Не се дръжте в ежедневието по начин, който не отговаря на ценностите и насоките на Кока-Кола ХБК.
- Не притискайте други хора да пият.
- Не участвайте в безразсъдно поведение или каскади.
- Внимавайте за всякакви действия или поведение, които могат да накарат други хора да се чувстват неудобно.

Г. Декларация за отговорна консумация

Кока-Кола ХБК има и ще продължи да развива сътрудничество и партньорства с много различни социални партньори за насърчаване на отговорно пиене и осъждане на прекомерна и безотговорна консумация на алкохол като управление на превозно средство след пиене и др.

Съдържание

Всяка марка може да приеме съобщение за отговорна консумация, което е уникално за марката и отговаря на имиджа на марката. Както се гордеем с марките първокласни спиртни напитки, които продаваме и разпространяваме, така и с гордост насърчаваме отговорната консумация. Тази гордост трябва да бъде

отразена в размера и значимостта на нашите заявления в рекламните ни и други канали за комуникация.

Размер и място

Точните спецификации и инструкции за прилагане на съобщението „Наслаждавайте се/Консумирайте отговорно“ за всяка медийна платформа (печатна, на открито, телевизионна) са включени в насоките за маркетинг на всеки собственик на марка, с който сме партньори. Всякакви приложими разпоредби в дадена местна юрисдикция също трябва да бъдат спазвани.

Клаузите на тази Политика трябва да бъдат прочетени заедно с Маркетинговите политики на нашите собственици на марки и нашия Кодекс за бизнес поведение. В случай на противоречие и Маркетинговата политика на съответния собственик на марка задава по-строги стандарти от тази политика, тези по-строги стандарти ще бъдат приложени по отношение на първокласните спиртни напитки на този собственик на марка. В случай на съмнение трябва да се консултирате с вашия местен Правен отдел.

Д. Спазване на Политиката

Спазването на тази Политика е задължително за всички служители на Кока-Кола ХБК, не само за спазване на ангажимента на дружеството за насърчаване на отговорна консумация на алкохолни напитки, но също така за предпазване на репутацията на Кока-Кола ХБК и нашите партньори – собственици на марки. Тази политика е неразделна част от процеса на одобряване за всички маркетингови материали и трябва да се използва на ежедневно.

Различни нива на одобряване са необходими за всички маркетингови, рекламни, промоционални и спонсорски дейности във вътрешната и външната търговия, иновативни дейности за развитие на търговската марка, маркетинг на преживяванията, планиране на потреблението и проучване на пазара, маркетинг на взаимоотношенията, връзки с потребителите и всички други дейности, извършвани за предлагане на марките първокласни спиртни напитки на Кока-Кола ХБК на съответния пазар. Тези одобрения ще се различават за всяка страна и ще вземат под внимание местните закони за продажбата и разпространяването на първокласни спиртни напитки. Съответните одобрения за всяка страна са посочени в Кодексите за маркетинг и одобрения за въпросната страна, които трябва да бъдат прочетени заедно с тази политика.

Рекламни агенции, дружества за проучване на пазара, купувачи на медийно време, промоционални агенции, вносители и други външни консултанти или съдружници трябва да получат копие от тази Политика като част от инструкциите от дружеството и трябва писмено да се ангажират да спазват нейните клаузи при всяка дейност, която извършват от името на Кока-Кола ХБК.

Всякакви оплаквания или критики от дадено лице във връзка с маркетинга и популяризирането на първокласни спиртни напитки от Кока-Кола ХБК трябва да се докладват незабавно на местния Отдел за връзки с обществеността и комуникации и Правен отдел за предприемане на всякакви уместни или необходими действия.

Обучение

Страните, в които Кока-Кола ХБК продава и разпространява първокласни спиртни напитки, трябва да установят редовни програми за обучение на персонала, участващ в продажбите, организиране на пласмента, маркетинг на потребителите, търговски маркетинг, планиране на потребителите, изследователска дейност и връзки с обществеността и комуникации, свързани с марките първокласни спиртни напитки.

Ако желаете да получите повече информация за тази Политика или спазването на нейните клаузи, свържете се с местния Мениджър за първокласни спиртни напитки или Отдел за връзки с обществеността и комуникации и Правен отдел.