

# ALKOHOLTARTALMÚ ITALOKRA VONATKOZÓ FELELŐS MARKETING SZABÁLYZAT

## BEVEZETÉS ÉS HATÁLY

Ahogy büszkék vagyunk az általunk értékesített és forgalmazott alkoholos italmárkákra, **büszkén támogatjuk a felelős fogyasztást is**. E büszkeség tükröződik abban, ahogyan alkoholos italmárkáinkat hirdetjük és kommunikáljuk.

**A Coca-Cola HBC Alkohol Felelős Marketing Szabályzata** ("Szabályzat") világos és következetes iránymutatást nyújt minden kollégánk számára azokról a normákról, amelyeket szigorúan be kell tartanunk az általunk forgalmazott és értékesített alkoholtartalmú italokkal kapcsolatos minden marketing-, reklám- és promóciós tevékenység során.

Minden fenti említett tevékenységnek összhangban kell lennie a vonatkozó helyi jogszabályokkal, valamint a vonatkozó iparági szabványokkal, az adott márkatulajdonos vonatkozó irányelveivel, beleértve a The Coca-Cola Company-t is.

### **Kétség esetén konzultáljon a helyi jogi osztállyal.**

Az "LPA" kifejezés (vásárlásra jogosító kor) az alkohol vásárlására jogosító nagykorúságot vagy a 18. életévet jelenti azokon a piacokon, ahol nem alkalmaznak vásárlásra jogosító kort.

Az a kifejezés, hogy valami az LPA-nál fiatalabbak számára "vonzó elsődlegesen" azt jelenti, hogy a kérdéses dolog az LPA alatti személyek számára különösen vonzó, az LPA feletti személyek részére pedig csak "általában vonzó".

## TARTALOM

- Csak az **alkoholvásárlás törvényes korhatárát betöltött fogyasztók számára értékesítünk**, és kötelezettséget vállalunk annak biztosítására, hogy **a kiskorúak sem jelenleg, sem a jövőben nem tartoznak a promóciós marketingtevékenységeink által célzott fogyasztók körébe.**
- **Nem alkalmazunk újdonságot jelentő ivóalkalmatosságokat**, amelyek főként a fiatalokat vonzzák (pl. kémcsövek, italzselék).
- Az alkoholtartalmú italokat **tilos olyan hírességek szponzorlására felhasználni, akiknek a célközönsége elsősorban a vásárlásra jogosító kort még be nem töltött személyekből áll.**
- Sport- és szórakoztató események márkajelzéssel ellátott szponzorálására csak akkor kerülhet sor, ha észszerűen feltételezhető, hogy a **közönség többsége meghaladja az LPA-t** (az adatokat, amennyiben rendelkezésre állnak, például a televíziós közönségre vonatkozó adatokat a szervezőtől kell beszerezni).
- **Nem engedélyezzük olyan modellek és/vagy influencerek részvételét a hirdetésekben, akik még nem töltötték be a 25. életévüket**, vagy azt a benyomást keltik, hogy 25 évesnél fiatalabbak, és 25 év alatti személyek nem ajánlhatják aktívan partnereink alkoholtartalmú italtermékeit.

- A reklám- és marketinganyagokban **tilos gyermekeket alkalmazni vagy ábrázolni**, és ezek az anyagok nem tartalmazhatnak sporthivatkozásokat, hírességeket, rajzfilmfigurákat vagy olyan zenét, nyelvezetet, megnyilatkozásokat vagy más szimbólumokat, illetve promóciós ajándékokat vagy díjakat, amelyek elsődlegesen az LPA-t el nem érő fiatalokat vonzzák.
- A reklám- és marketingtevékenységünknek **nem szabad** közvetve vagy közvetlenül degradálnia a tanulást, vagy **az alkoholtartalmú italok fogyasztását az oktatással társítania**.
- **A marketingtevékenységünk nem sugallhat** felelőtlen magatartást, és nem ábrázolhat túlzott fogyasztást vagy az alkoholtartalmú italok egyéb helytelen módon történő fogyasztását.
- A reklám- és marketinganyagoknak **tilos embereket a részegség állapotában** vagy olyan módon ábrázolniuk, amely azt sugallja, hogy a részegség elfogadható viselkedési forma. **A részegséget soha nem szabad elfogadható viselkedésként megjeleníteni.** Továbbá a reklám- és marketinganyagoknak nem szabad embereket úgy ábrázolniuk, hogy túl gyorsan vagy túl sokat isznak.
- A Coca-Cola HBC-nek tilos olyan tevékenységeket népszerűsítene vagy elfogadhatónak beállítania, amelyek esetében **a fogyasztónak nincs ráhatása tisztában a fogyasztásra adott alkohol mennyiségére**, ideértve a titokban készített vagy a megtévesztő csomagolásban kínált italokat.
- A Coca-Cola HBC által értékesített és forgalmazott alkoholféleségeket **tilos abúzzsal, erőszakos kapcsolatokkal vagy helyzetekkel, illetve antiszociális vagy veszélyes magatartásformákkal társítani**.
- Az alkoholtartalmat **világos és tényszerű módon kell közölni minden kommunikációs megjelenés alkalmával** anélkül, hogy kiemelnénk a Coca-Cola HBC alkoholtartalmú márkáinak erősségét bármilyen reklámban vagy marketinganyagban.
- Az alkoholtartalmú márkákat **tilos úgy megjeleníteni, mint amelyek fogyasztása elfogadható gépek kezelése, járművek vezetése, illetve bármely olyan tevékenység előtt vagy alatt, amely nagyfokú koncentrációt és testi koordinációt igényel.**
- A reklámok és marketinganyagok vagy a szponzortevékenységek **nem sugallhatják azt, hogy a felnőttkori alkoholfogyasztása elengedhetetlen ahhoz, hogy társadalmi, szakmai, tanulási, sport, szexuális vagy pénzügyi sikert érjünk el, illetve társadalmi, személyes vagy fizikai problémákat oldjunk meg.** A marketinganyagok és a szponzortevékenységek nem kelthetik azt a benyomást, hogy az alkoholtartalmú italok fogyasztása fokozza a mentális képességeket vagy a fizikai teljesítményt, illetve hogy javítja a hangulatot.
- Alkoholtartalmú italainkat **nem szabad a felnőtté válással vagy a „felnőtté váláshoz vezető út” rituáléival társítani**
- Az alkoholtartalmú italok marketingje **nem mutathatja be negatívan az alkohol absztinenciát vagy a minimális alkoholfogyasztását**, és nem sugallhatja azt, hogy az alkoholfogyasztás megtagadása társadalmilag nem elfogadható.
- Az alkoholtartalmú italokkal kapcsolatos promóciós tevékenységeink **soha nem gyakorolnak nyomást senkire az alkoholfogyasztás érdekében**, és ahol lehetséges, alkoholmentes alternatívákat is magukban kell foglalniuk.

## MEGJELENÉSEK

- A márkajelzéseket – beleértve a logót, védjegyet vagy neveket – **soha nem szabad gyermekruházaton, játékokon, társasjátékokon, játékberendezéseken vagy** az elsődlegesen LPA alatti fiatalokat célzó **egyéb anyagokon** használni, vagy azok használatát ilyeneken engedélyezni.
- A reklám- és marketinganyagokat **csak olyan médiában** szabad elhelyezni (beleértve a főiskolai és egyetemi médiát is), ahol a közönség legalább 80%-a ésszerűen várhatóan meghaladja az LPA-t.
- Minden ésszerű intézkedést **meg kell tenni annak érdekében, hogy elkerülhető legyen az iskolák közelében történő reklámozás**, legalább 200 méteres távolságot biztosítva az intézményektől.
- A fogyasztásra kész alkoholtartalmú italok (ARTD-k) tekintetében figyelemmel **kell lennünk, hogy elkerüljük a kiskorúak hozzáférését**, és kövessük az adott márkatulajdonosok irányelveit.

## KUTATÁS

- Nem **végzünk olyan piac- vagy fogyasztókutatást, amely az LPA alatti személyeket célozza, illetve nem adunk megbízást ilyen kutatásokra.**
- A fogyasztói kutatás keretében a **fogyasztói mintát napi legfeljebb két standard italra korlátozzuk.** Soha nem szervezünk kutatási eseményeket olyan módon, hogy a jelenlevőknek az alkoholfogyasztást követően vezetniük kelljen.

## FELELŐSSÉGTELJES ALKOHOLFOGYASZTÁS

- A reklámozás, marketing és szponzorálás során **fel kell tüntetni az „Élvezd / Fogyaszd felelősséggel”** szlogent, de más üzenetet is lehet közvetíteni a felelős fogyasztásról.
- A **sport** terület szponzorálása során **feltűnő módon kell a felelős fogyasztást hangsúlyozni**, ahol ez megengedett.
- Az alkoholtartalmú italokat tartalmazó **recepteknek meg kell nevezniük a pontos mennyiséget** (pl. „30ml” az „egy rész” helyett), **valamint a teljes alkoholtartalmat** („alkohol grammban” vagy más helyileg ismert mértékegységben) minden prémium kategóriájú alkoholos ital esetében. Általános szabályként az egy adagra vonatkozó receptnek nem szabad 40 térfogatszázaléknál több alkoholt tartalmaznia 50 ml italban.
- Nem reklámozzuk **az alkoholtartalmú italokat az energiatalokkal szoros összefüggésben.**
- Az általunk értékesített és forgalmazott alkoholtartalmú italokat **nem társításítjuk dohánytermékekkel** vagy szerencsejátékokkal.
- **Nem népszerűsítjük az alkoholtartalmú termékeket gyógyhatásúként**, illetve nem állítjuk, hogy az ilyen termékek képesek valamilyen emberi betegség vagy egészségi állapot megelőzésére, kezelésére vagy gyógyítására.
- A reklám- és marketinganyagokban tilos **bármilyen egészségre vonatkozó állítás alkalmazása.**
- Nem állítjuk, hogy az **alacsonyabb alkoholtartalmú italok fogyasztása jobb vagy felelősségteljesebb**, mint a magasabb alkoholtartalmú italok. Az alkohol tartalmú

italokkal kapcsolatos marketingtevékenységek tervezése során tekintettel leszünk az egészségügyi hatóságok vagy a tevékenység végzésének piacán az ilyen hatóságokkal egyenértékű más testületek által kiadott bármilyen napi/heti fogyasztási iránymutatásokra.

- Csak akkor **elfogadható annak ábrázolása, hogy felnőttek alkoholt fogyasztanak sportolás után**, ha egyértelműen világossá tesszük, hogy **ezt követően nem folytatják** a sportolást.
- Az **LPA alatti személyek számára** szervezett **sporteseményeken tilos reklámokat megjeleníteni.**
- **Nem fogjuk** az általunk értékesített és forgalmazott prémium kategóriájú alkoholos italokat **állapotos nők számára ajánlani**, illetve nem alkalmazunk állapotos nőket marketingtevékenységeinkben.
- Különös figyelmet kell szentelni annak, hogy **ne reklámozzunk egyházi épületek vagy olyan egyéb helyek közelében**, amelyek a kulturális szokásokat figyelembe véve sértőnek vagy nem megfelelőnek tekinthetők az adott piacon.

## **DIGITÁLIS MARKETING ÉS E-KERESKEDELEM**

**A jelen Szabályzatban leírt alapelvek a digitális marketing tevékenységekre és az e-kereskedelemre is vonatkoznak.**

A Coca-Cola HBC minden olyan weboldalának, amely a vállalat által értékesített és forgalmazott alkoholos italok márkáit tartalmazza, **tartalmaznia kell egy felelősségteljes italfogyasztásra vonatkozó üzenetet**, dadus jelet (nanny tag), amely leírja a weboldal tartalmát oly módon, hogy a szülői kontrollszoftver észre tudja venni, valamint egy bejelentkezési oldalt / korhatárellenőrzőt, amely megköveteli a fogyasztóktól, hogy adják meg születési dátumukat és a hozzáférési országot. Ezenkívül az alkoholtartalmú italokat tartalmazó weboldalainkat **össze kell kapcsolni egy oktatási oldallal**, amely az alkoholtartalmú italok felelősségteljes fogyasztását szolgálja.

**Ha a prémium kategóriájú alkoholos italokra közösségi oldalakon hivatkozunk:**

**Az ilyen oldalakat olyan beállítással kell alkalmazni, amely felismeri, hogy az oldal alkoholhoz kapcsolódó tartalmakat mutat be**, és/vagy az oldalnak ki kell használniuk a közösségi platformok által kínált hozzáférési megszorításokat, és a hozzáférést az LPA-t már betöltött felhasználókra/látogatókra kell korlátozni;

Biztosítani szükséges, hogy az adott platformon az alkohollal kapcsolatos hirdetéseket szabályozó felhasználói feltételeket (pl. életkoron alapuló célzás, figyelmeztetések) betartsák; **Egy előzetes értesítést kell elhelyezni és megjeleníteni az oldalon**, amely jól látható helyen (kezdőlapon, láblécben, bio stb.) egyértelműen feltünteti, hogy "LPA felett személyeknek szóló tartalom és nem osztható meg senkivel LPA alatt", az oldalon továbbá tartalmaznia kell egy felelősségteljes alkoholfogyasztásra vonatkozó üzenetet is;

A Coca-Cola HBC által ellenőrzött digitális platformokon közzétett tartalmakkal kapcsolatban **gondoskodjunk arról, hogy ezeket a tartalmakat rendszeresen moderáljuk a Szabályzatnak való megfelelés biztosítása érdekében**. A veszélyes vagy túlzott alkoholfogyasztást népszerűsítő megjegyzések tilosak.

## PROMÓCIÓS ESEMÉNYEK

**A promóciós események során biztosítanunk kell, hogy az alkoholtartalmú ital márkáinkat felelős módon népszerűsítsük.**

A telephelyeken és az azokon kívül végzett promóciók során is el kell kerülni az olyan tevékenységeket, amelyek a túlzott fogyasztást jutalmazták. A Coca-Cola HBC **nem alkalmaz** sem közvetve, sem közvetlenül a **LPA-t be nem töltött segítőket** vagy **önkénteseket** az eseményeken.

A telephelyen történő promóció során a Coca-Cola HBC nem népszerűsíti vagy támogatja az ivást a fizikailag megterhelő, meggondolatlan, figyelmetlen és/vagy felelőtlen magatartásformákkal ötvözve. Amennyiben megvalósítható, a Coca-Cola HBC összes promóciós és szponzorálási eseményének tartalmaznia kell a felelősségteljes alkoholfogyasztással kapcsolatos üzeneteket és programokat (pl. bannerek a felelősségteljes fogyasztásról szóló üzenettel, ingyenes víz vagy más alkoholmentes italok és/vagy biztonságos hazajutás vagy különböző autóvezetői programok).

**A telephelyeken és az azokon kívül végzett promóciókban részt vevő kollégák és promócióban közreműködők viselkedése**

Ha úgy döntünk, hogy alkoholt iszunk, ezt felelősséggel tegyük. Másképp fogalmazva, ne feledkezzünk el arról, hogy üzleti minőségben vagyunk jelen, és a vállalatot képviseljük. Mutassunk példát. Mutassunk megfelelő példát.

- **Ne** fogyasszunk alkoholt, ha autót vezetünk.
- **Ne** viselkedjünk olyan módon, amely nem összeegyeztethető a Coca-Cola HBC mindennapos magatartásformákra vonatkozó értékeivel és iránymutatásaival.
- **Ne** gyakoroljunk másokra nyomást, hogy fogyasszanak alkoholt.
- **Ne** viselkedjünk meggondolatlanul vagy vakmerően.
- **Figyeljünk oda** az olyan tevékenység- vagy magatartásformákra, amelyek kényelmetlenek lehetnek mások számára.

**Mindaddig, amíg a promóciós eseményekre vonatkozó fenti alapelveket betartjuk, a kóstoló rendezvények megengedettek a saját telephelyeinken.**

## REKLÁMÜGYNÖKSÉGEK

Kommunikációs iránymutatásként **jelen Szabályzatból el kell juttatni egy-egy példányt a reklámügynökségeknek, piackutató vállalatoknak, médiavásárlóknak, promóciós ügynökségeknek, importőröknek, külső tanácsadóknak és leányvállalatoknak, és írásban kell kérnie őket, hogy tartsák be az irányelv rendelkezéseit, ha munkát végeznek a Coca-Cola HBC megbízásából és nevében.**

Ha a Coca-Cola HBC prémium kategóriájú alkoholtartalmú italait érintő marketinggel vagy a promóciós tevékenységekkel kapcsolatosan panasz vagy kritika érkezik, azt azonnal **jelenteni kell a helyi CA&S és a jogi osztály számára**, hogy meg tudják tenni a megfelelő és szükséges intézkedéseket.

## **OKTATÁS**

**Az alkoholtartalmú italokat értékesítő és forgalmazó Coca-Cola HBC országoknak biztosítaniuk kell az alkoholtartalmú italok értékesítésében, merchandisingban, fogyasztói marketingjében, kereskedelmi marketingjében, vevő tervezésében, R&D és CA&Stevékenységében részt vevő kollégák tudnak jelen Szabályzatról és ismerik annak tartalmát.**

Ha további információkra lenne szüksége a jelen Szabályzattal, vagy a rendelkezéinek betartásával kapcsolatosan, kérjük, vegye fel a kapcsolatot az alkoholtartalmú italok területéért felelős helyi vezetővel, vagy a CA&S, illetve a jogi osztályokkal.