Кодекс ответственного маркетинга
Союза производителей алкогольной продукции

I. Введение

Мы осознаем, что производим продукцию, вызывающую неоднозначную реакцию в обществе, и понимаем высокую степень социальной ответственности перед обществом, так как производимая нами продукция способна оказывать влияние на здоровье и поведение человека при несоблюдении норм ее употребления.

При этом мы уверены, что умеренное и ответственное потребление алкоголя не противоречит здоровому и гармоничному образу жизни совершеннолетних потребителей, совершающих осознанный выбор.

Мы считаем, что маркетинг алкогольной продукции должен осуществляться ответственно. Наравне с коммерческими достижениями нам важна репутация социально ориентированного бизнеса, мы стремимся к развитию цивилизованного легального рынка алкогольной продукции в России. Для нас в понятие ответственного маркетинга входит не просто ответственный маркетинг, но и маркетинг ответственного потребления алкоголя.

Настоящий Кодекс принят с целью регламентирования принципов добросовестной и ответственной деловой практики производителей алкогольной продукции – членов СПАП и не ограничивает конкуренцию между производителями алкогольной продукции.

II. Сфера действия

Положения Кодекса распространяются на все области рекламы и маркетинговых коммуникаций:

- рекламу в средствах массовой информации любого рода;
- рекламу в местах продаж;
- рекламу в сети Интернет;
- промо-акции;
- прямой маркетинг;
- спонсорскую и благотворительную деятельность (включая любые материалы, связанные с этими событиями);
- упаковку, этикетки, товаросопроводительную документацию, элементы оформления алкогольной продукции;
- иные информационные источники;
- объекты интеллектуальной собственности, используемые в соответствующих коммуникациях;
- любую деятельность, направленную на стимулирование сбыта.

Положения настоящего Кодекса обязательны для исполнения всеми членами Союза производителей алкогольной продукции.

III. Предотвращение доступа к алкоголю несовершеннолетних

Мы прилагаем все усилия к тому, чтобы все виды рекламы и маркетинговых коммуникаций были нацелены исключительно на совершеннолетних потребителей.

Мы поддерживаем акции и мероприятия, направленные на противодействие употреблению алкогольной продукции несовершеннолетними, а также связанные с привлечением общественного внимания к проблемам продажи и употребления несовершеннолетними алкогольных напитков.

Также мы поддерживаем необходимость совершенствования механизма контроля, в том числе общественного, за соблюдением порядка реализации алкогольных изделий, а также привлечения к административной ответственности представителей предприятий торговли и общественного питания за реализацию несовершеннолетним алкоголя.

Мы не распространяем рекламу алкогольной продукции в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции.

Мы полностью разделяем законодательные инициативы, направленные на ужесточение ответственности за продажу алкоголя несовершеннолетним.

IV. Требования к рекламе и деятельности, направленной на стимулирование сбыта

Информация об алкогольной продукции, доносимая посредством любых видов рекламы и маркетинговых коммуникаций, должна быть объективной и достоверной.

Реклама и любая деятельность, направленная на стимулирование сбыта алкогольной продукции:

- не должна обращаться к несовершеннолетним и задействовать образы несовершеннолетних;
- не должны создавать впечатления о приемлемости употребления алкоголя во время управления транспортными средствами;
- не должны быть ориентированы на беременных женщин и кормящих матерей или допускать их задействования.

Реклама алкогольной продукции:

- не должна содержать утверждения о том, что употребление алкогольной продукции способствует достижению общественного признания, профессионального, спортивного, личного, сексуального успеха; повышает умственные способности или способствует улучшению физического или эмоционального состояния;
- не должна пропагандировать или оправдывать чрезмерное или безответственное употребление алкоголя, а также осуждать воздержание или незаинтересованность в употреблении алкогольной продукции;
- не должна утверждать, что алкогольная продукция абсолютно безвредна или оказывает полезное влияние на здоровье, а также является одним из способов утоления жажды;
- не должна создавать неясность в отношении вида (типа) и крепости алкогольных напитков, а также создавать впечатление, что потребление алкогольных напитков с

определенным содержанием алкоголя способно предотвратить возможность злоупотребления;

- должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления;

- должна содержать информацию о противопоказаниях применения алкоголя несовершеннолетними лицами, беременными женщинами и кормящими матерями, лицами с заболеваниями центральной нервной системы, почек, печени и других органов пищеварения;

- не должна содержать дискриминации на почве расовой принадлежности, сексуальной ориентации, религиозных или политических убеждений;

- не должна побуждать к совершению противоправных действий, призывать к насилию и жестокости;

- порочить честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

- не должна нарушать этические нормы или ущемлять человеческое достоинство.

Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов алкогольной продукции, а равно дегустация, допускаются в строгом соответствии с законодательством Российской Федерации. При этом к участию в раздаче образцов алкогольной продукции и дегустации не допускается привлекать несовершеннолетних, а также запрещается предлагать им такие образцы или участие в дегустации.

В местах стимулирования сбыта (местах продаж) запрещаются акции, призы и игры, которые направлены на несовершеннолетних.

V. Требования к упаковке

Упаковка алкогольной продукции должна четко доносить до потребителя информацию об алкогольном характере напитка и соответствовать действующему законодательству и национальным и отраслевым стандартам Российской Федерации.

VI. Поддержка государственной алкогольной политики

Мы работаем только с ответственными и законопослушными партнерами. Мы соблюдаем налоговое законодательство РФ, и уплачиваем акцизы, установленные Налоговым кодексом РФ.

Мы полностью разделяем принятую государством политику в отношении регулирования алкогольного рынка, в том числе в части предотвращения и искоренения производства и реализации нелегальной алкогольной продукции, и оказываем в этом отношении всестороннюю поддержку регулирующим органам.

Мы поддерживаем и всесторонне содействуем усилиям государства, направленным на снижение масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации, в том числе пропаганде здорового образа жизни.

VII. Соблюдение положений Кодекса

Настоящий Кодекс содержит общие критерии и рекомендации, и не подменяет собой нормативно-правовые акты, национальные и отраслевые стандарты Российской Федерации

Положения настоящего Кодекса обязательны для исполнения всеми членами Союза производителей алкогольной продукции.

Во всех случаях, когда законодательство Российской Федерации требует соблюдения более жестких принципов осуществления рекламной деятельности по сравнению с требованиями настоящего Кодекса, члены СПАП в своей деятельности будут руководствоваться законодательством Российской Федерации

Члены СПАП имеют право вносить предложения, связанные с дальнейшим развитием и усовершенствованием Кодекса – дополнением и изменением положений.

Замеченные нарушения положений Кодекса выносятся на общее обсуждение в рамках общих собраний членов СПАП.