

Markkinointi- ja viestintäpolitiikka

Tarkoitus ja sovellusala

Visionamme on tehdä hyvää ruokaa kaikkiin ruokahetkiin. Meille hyvä ruoka tarkoittaa toiminnassamme koko ruokaketjuun kohdistuviin odotuksien huomioimista. Lisäksi se tarkoittaa sitoutumista siihen, että täytämme sekä lainsäädännön että sidosryhmiemme liiketoiminnallemme ja tuotteillemme asettamat vaatimukset.

Pyrimme luomaan kestäväää arvoa tarjoamalla kuluttajille laajan valikoiman maukkaita, terveellisiä ja nykyaikaisia tuotteita, jotka mukautuvat muuttuviin tarpeisiin ja ruokahetkiin. Yhtä tärkeää on se, miten markkinoimme tuotemerkejämme. Kuluttajille kohdennettu viestintämme, kuten mainostaminen, pakkaussuunnittelu ja sosiaalinen media pyrkivät tarjoamaan kuluttajalle tietoa valintojen tueksi. Viestintämme noudattaa yleisen hyvän markkinointitavan periaatteita, joilla luomme ja ylläpidämme kuluttajien luottamusta yhtiöömme ja tuotemerkeihimme.

Atria-konserniin kuuluvat maat noudattavat Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n markkinointisääntöjä.

Hyväksyntä:

Toimitusjohtaja on hyväksynyt tämän politiikan. Liiketoiminta-alueiden markkinoinnin ja viestinnän vastuhenkilöt katselmoivat politiikan vuosittain ja vastaavat tarvittavista päivityksistä sekä politiikkaan että toimintatapoihin.

Kohdeyleisö: Julkinen, Atrian liiketoiminta-alueiden markkinoinnin ja viestinnän organisaatiot

Hyväksytty: 28.3.2019

Katselmoitu: 8.3.2021

Viestintä kuluttajille

Kaiken kuluttajaviestinnän on oltava hyvän tavan mukaista ja yhteiskuntavastuullista, minkä lisäksi sen on noudatettava kunkin maan lainsäädäntöä ja säännöksiä. Vaikka Atria liiketoiminta-alueiden standardit voivatkin poiketa toisistaan, kuluttajaviestintä ei saa ilmentää huonoja tapoja tai loukkaavaa käytöstä, eikä se saa koskaan tarkoituksellisesti loukata tai järkyttää ketään. Mainonta, viestisisällöt tai mikään muu toiminta ei saa edustaa syrjivää asennetta, eikä se saa loukata mitään uskonnollista, etnistä, poliittista, kulttuurista tai sosiaalista ryhmää.

Viestinnässä ei nimetä kilpailijoita suoraan tai esitetä kilpailevia tuotteita harhaanjohtavasti.

On Atria-konsernin periaatteiden vastaista sponsoroida tai sijoittaa mainoksia tai muuta viestintää sellaiseen mediaan / tapahtumiin / sosiaaliseen mediaan tai verkkosivuille, jotka saattavat houkuttaa kuluttajia/katsojia sisällöllä, joka hyväksikäyttää väkivaltaa tai seksiä tai joka kannustaa loukkaavaan käytökseen.

Atria-konserni noudattaa GDPR-asetusta ja muuta soveltuvaa yksityisyydensuojaa koskevaa lainsäädäntöä sekä säännöksiä kerätessään tietoa kuluttajista.

Viestintä lapsille

Atria-konsernin lapsille tai teini-ikäisille suunnattu viestintä/mainonta on vähäistä.

Markkinointiviestinnässä ja -toiminnassa on noudatettava erityistä varovaisuutta, kun markkinointiviestintää suunnataan lapsille tai alle 18-vuotiaille teini-ikäisille. Lapsille tai teini-ikäisille suunnatussa markkinointiviestinnässään Atria-konserni noudattaa tarkasti kunkin maan lainsäädäntöä ja säännöksiä sekä ICC:n markkinointisääntöjen artiklaa 18.

- <https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/toimialakohtaiset/lapset-ja-elintarvikkeiden-markkinointi/>
- <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/markkinointi-ja-menettely-asiakassuhteessa/hyva-tapa/>

Tuotepakkausten viestintä

Atria-konserni noudattaa kunkin maan lainsäädäntöä ja säännöksiä pakkausmerkinnöissään.

Ravintosisältöä koskevat tiedot on ilmoitettava tavalla, joka kuvastaa tuotteen ravitsemuksellista koostumusta. Pakkauksessa olevien erityisten väitteiden ja väittämien on noudatettava EU säädöksiä sekä paikallista lainsäädäntöä.

Pakkauksissa olevien elintarvikkeiden kuvien, väitteiden ja väittämien on kannustettava kohtuulliseen ruoankulutukseen.

Terveysyötyjä koskevien väittämien on perustuttava oikeaksi todistettuihin tieteellisiin tutkimuksiin, ja niiden on oltava helposti ymmärrettävissä.



Sponsorointi

Atria voi tehdä sponsorisopimuksia osana myynninedistämistä ja mainontaa. Sponsoroinnin on noudatettava kaikilta osiltaan tässä politiikassa mainitun lisäksi Atrian Toimintaperiaatteita sekä lahjonnan vastaista politiikkaa.

Sponsoriyhteistyötä arvioidaan mm. seuraavien kriteerien näkökulmista:

- i. Se noudattaa Atrian strategiaa ja asetettuja tavoitteita,
- ii. se tavoittaa Atrian keskeiset kohderyhmät,
- iii. se hyödyttää Atrian liiketoimintaa laajemmalla tasolla ja
- iv. sen medianäkyvyyttä voidaan mitata.

Kummankin osapuolen on allekirjoitettava sponsorointia koskeva kirjallinen sopimus, jossa kerrotaan kummankin osapuolen sopimusvelvoitteista.