

# Etický kódex

## Preambula

My, členovia občianskeho združenia FÓRUM PSR SLOVENSKO zastávame nasledovné hodnoty a zaväzujeme sa riadiť nasledovnými samoregulačnými praktikami v oblasti marketingu alkoholických nápojov:

- Rozumná konzumácia alkoholu je súčasťou slovenskej a európskej kultúrnej tradície a patrí k modernému životnému štýlu
- Samoregulácia dopĺňa legislatívne opatrenia, ale nenahrádza ich
- Samoregulačné aktivity významne spoluvytvárajú základ pre prevzatie osobnej zodpovednosti pri konzumácii alkoholických nápojov
- Výrobcovia aj dovozcovia sa zaväzujú dodržiavať princípy samoregulácie a podporovať sociálnu zodpovednosť
- Výrobcovia alkoholu majú legitímnu a dôležitú úlohu v boji so zneužívaním alkoholu

Usilujeme sa o to, aby sme našu obchodnú činnosť prevádzali s plnou zodpovednosťou a v súlade so zákonmi a opatreniami, ktoré sa nášho predmetu podnikania týkajú. Budeme presadzovať opatrenia smerujúce do sociálnej sféry, ktoré napomáhajú k obmedzeniu negatívnych následkov neprimeranej konzumácie alkoholu a podporujú pochopenie úlohy alkoholu v spoločnosti.

My, spoločnosti združené v združení FÓRUM PSR SLOVENSKO, prijímame nasledovné samoregulačné opatrenie v reklame a reklamných aktivitách a obalovom designe:

## I. Mládež mladšia ako 18 rokov:

1. Reklama členov združenia nebude zameraná na deti a osoby mladšie ako 18 rokov a nebude umiestňovaná do médií, ktorých cieľovou skupinu tvoria predovšetkým osoby mladšie ako 18 rokov.
2. Webové stránky členov združenia budú vyžadovať pri vstupe potvrdenie, že ich návštevníci sú osoby, ktoré podľa zákona môžu konzumovať alkoholické nápoje.
3. Osoby vystupujúce v reklamných a propagačných materiáloch členov združenia nesmú vyzeráť mladšie a byť mladšie ako 25 rokov.
4. Členovia združenia nebudú využívať žiadnu grafiku, symboly, hudbu a kreslené postavy, ktoré sú spájané s osobami mladšími ako 18 rokov.
5. Členovia združenia neumožnia licenciou používanie názvov svojich produktov, log alebo obchodných značiek na detskom oblečení, hračkách, hrách či iných výrobkoch určených predovšetkým osobám mladším ako 18 rokov.
6. Členovia združenia nebudú sponzorovať programy či akcie, pri ktorých viac ako štvrtinu účastníkov, poslucháčov či divákov tvoria osoby mladšie ako 18 rokov.
7. Členovia združenia nebudú odporúčať, aby sa značky alkoholu objavovali na replikách športových odevov určených pre deti. Taktiež nebudú využívať ďalšie marketingové ponuky na využitie názvov a log alkoholických nápojov na výrobkoch prednostne určených deťom.
8. Reklama členov združenia nebude propagovať alkoholické nápoje v médiách, programoch, alebo počas podujatí, o ktorých je známe, že viac ako 30 % cieľovej skupiny tvoria mladiství.

## II. Protispoločenské správanie

1. Členovia združenia nebudú naznačovať žiadne spojenie konzumácie alkoholických nápojov s mimoriadnymi schopnosťami jedinca.
2. V našej reklame nebude nikdy konzumácia alkoholu spojená s násilím, agresivitou, nebezpečným správaním či protispoločenskými javmi.
3. Nebudeme spájať konzumáciu alkoholu so sexuálnym úspechom.
4. Nebudeme tvrdiť, že konzumácia alkoholických nápojov môže viesť k spoločenskému úspechu či k popularite.

### **III. Riadenie motorových vozidiel**

1. Reklama a propagácia členov združenia nesmie viesť k mienke, že konzumácia alkoholických nápojov pred či počas riadenia motorových vozidiel je prípustná. Združenie sa bude aktívne zapájať do kampaní, ktoré sú zamerané na prevenciu upozorňujúcu na nebezpečenstvo spojené s konzumáciou alkoholu v cestnej premávke.

### **IV. Tehotné a kojace ženy**

1. Naša reklama v žiadnom kontexte nesmie povzbudzovať tehotné a kojace ženy ku konzumácii alkoholu.

### **V. Abstinencia**

1. Nebudeme prezentovať abstinenciu v negatívnom svetle alebo vzbudzovať dojem, že je zlé či nenormálne odmietať piť alkoholické nápoje.

### **VI. Minoritné komunity**

1. Nebudeme tvrdiť či naznačovať, že naše produkty sú konzumované členmi náboženských skupín, ktoré zabraňujú svojim členom v konzumácii alkoholických nápojov, taktiež i rasovými či národnostnými skupinami.

### **VII. Zdravotné a liečebné účinky**

1. Neprehlasujeme alkohol za liek. Naše reklamné materiály nebudú navodzovať dojem, že alkohol má preventívne alebo liečebné účinky alebo takéto účinky naznačovať.

## VIII. Osobná zodpovednosť

1. Budeme presadzovať maximálnu informovanosť verejnosti o osobnej zodpovednosti pri konzumácii alkoholických nápojov. Konzumenti, ktorých oslovuje naša reklama, budú podporovaní v tom, aby sa sami rozhodli, či piť alebo nepiť a budú vedení k zodpovednej konzumácii.

## IX. Obaly

1. Na obaloch našich výrobkov nebudú využitú žiadne prvky, ktoré by boli primárne zamerané na osoby mladšie ako 18 rokov.
2. Etikety nebudú obsahovať žiadne sexuálne motívy.

## X. Podiel ďalších subjektov na zodpovednosti

1. Spolupracujúce reklamné agentúry a subjekty public relations budú oboznámené s týmto kódexom a budú vedené, aby v jeho duchu zabezpečovali zodpovedne svoju činnosť.
2. Distribútorov a predajcov našich výrobkov budeme inštruovať, aby svojimi aktivitami nepodnecovali mladistvých k nákupu či konzumácii alkoholických nápojov.

## XI. Posolstvo

1. Ak je to možné, na reklamných, propagačných a PR materiáloch určených pre verejnosť, ale aj pre spolupracujúce firmy a zamestnancom budeme uvádzať posolstvo v tvare:  
Pi s rozumom.

Súhlas s týmto Etickým kódexom vyjadrili spoločnosti v združení FÓRUM PSR SLOVENSKO a ich zoznam je uvedený na stránke [www.forum-psr.sk](http://www.forum-psr.sk).

**V Bratislave 11. 06. 2010**