



POLITYKA ETYCZNEGO MARKETINGU W ALVI POLSKA Sp. z o.o.

1.0 WSTĘP

Etyczny marketing to przede wszystkim marketing transparentny. Najważniejsze wartości w marketingu to szczerść i autentyczność. Dbanie o odbiorców produktów i usług. Promowanie ekologicznego trybu życia oraz pozytywnych wartości.

2.0 CEL

Niniejsza Polityka Etycznego Marketingu ("Polityka") określa stanowisko Alvi Polska w sprawie praktyk marketingowych i wysiłków mających na celu wyjście ponad poziom zgodności z przepisami, aby zapewnić rzetelność, uczciwość i odpowiedzialność w naszych sposobach pracy.

3.0 ZAKRES

Niniejsza Polityka dotyczy wszystkich pracowników, w tym kadry kierowniczej i członków zarządu oraz osób trzecich związanych z Alvi Polska.

W kontekście niniejszej Polityki przez "osoby trzecie" definiuje się każdą osobę lub organizację, z którą Alvi Polska ma styczność i z którą współpracuje, w tym między innymi dostawców, podwykonawców, dystrybutorów, agentów i klientów.

4.0 ZASADY

4.1 ZGODNOŚĆ PRAWNA

Wszelka komunikacja marketingowa musi być legalna, przyzwoita, uczciwa i zgodna z prawdą. Cała komunikacja marketingowa przeprowadzana jest z poczuciem odpowiedzialności wobec konsumentów i społeczeństwa. Z poszanowaniem prywatności i poufności klientów, chroniąc ich przed niepożądanymi naruszeniami prywatności. Niedopuszczalne jest odnoszenie się do kogokolwiek w sposób nieuprzejmy lub obraźliwy.

4.2 TWORZENIE ZAUFANIA

Budowanie długoterminowego partnerstwa z klientami, będąc uczciwym i bezpośrednim. Dołożenie wszelkich możliwych starań, aby unikać wprowadzających w błąd stwierdzeń, niedopowiedzeń i przesady we wszystkich reklamach i oświadczeniach publicznych. Tworzenie transparentnej komunikacji ze wszystkimi interesariuszami.

4.3 ŚRODOWISKO

Tworzenie reklamy zgodnie ze społecznymi, ekonomicznymi i środowiskowymi zasadami zrównoważonego rozwoju.

Stwierdzenia dotyczące ekologiczności muszą być jasne i nie wprowadzać w błąd. Znaczenie wszystkich określeń używanych w reklamie powinny być zrozumiałe dla klientów.

Wszelkie bezwzględne stwierdzenia w reklamie muszą być uzasadnione uzyskanymi certyfikatami i/lub artykułami/publikacjami/dowodami z wiarygodnych źródeł.

4.4 RÓŻNORODNOŚĆ

Unikanie szufladkowania klientów lub przedstawiania grup demograficznych, np. płci, rasy, orientacji seksualnej w negatywny lub odczuwczający sposób.

Wysłuchiwanie się w potrzeby klientów i podejmowanie wszelkich możliwych starań, aby na bieżąco monitorować i poprawiać ich satysfakcję.

Dołożenie wszelkich starań, aby zrozumieć i traktować z szacunkiem wszystkich interesariuszy (kupujących, dostawców, dystrybutorów itp.) w naszej społeczności jak i z innych kultur, z których pochodzą.

Komunikaty marketingowe nie mogą zawierać niczego, co mogłoby potencjalnie spowodować powszechne oburzenie.

4.5 DZIECI

Zachowanie szczególnej ostrożności: podczas przedstawiania dzieci lub zwracania się do nich w materiałach marketingowych oraz podczas przedstawiania dzieci występujących w reklamach.

Zapewnienie rzetelnych komunikatów skierowanych bezpośrednio do dzieci lub z ich udziałem nie zawierających niczego, co mogłoby wyrządzić im szkodę fizyczną, psychiczną lub moralną.

Nie pokazywanie dzieci w niebezpiecznych sytuacjach lub zachowujących się niebezpiecznie, z wyjątkiem materiałów marketingowych/reklam związanych z promowaniem bezpieczeństwa.

5.0 OBOWIĄZKI

Dział handlowy jest odpowiedzialny za przestrzeganie Polityki oraz za realizację działań zgodnych z niniejszą Polityką.

Kierownicy i kluczowi pracownicy Alvi Polska, pod nadzorem Dyrektora, powinni konsultować się w przypadku pojawienia się jakichkolwiek istotnych decyzji związanych z niniejszą Polityką lub w przypadku naruszenia zasad Polityki.

Zgodność z niniejszą Polityką rozciąga się na naszych partnerów marketingowych, dostawców i podwykonawców. Alvi-Polska nie będzie współpracować z żadnym partnerem, który nie chce przestrzegać niniejszej Polityki.

Od wszystkich pracowników i osób trzecich, którzy ponoszą jakąkolwiek odpowiedzialność za działania dotyczące niniejszej Polityki, będzie wymagane: zrozumienie i wyrażenie zgody na niniejszą Politykę.

6.0 SZKOLENIA I KOMUNIKACJA

Alvi-Polska zapewni regularne szkolenia w zakresie etycznego marketingu wszystkim pracownikom, mającym wpływ na prawidłowe funkcjonowanie niniejszej Polityki. Niniejsi pracownicy będą mieli dostęp do Polityki Etycznego Marketingu za pośrednictwem poczty mailowej lub na stronie internetowej Alvi Polska.

Kierownik działu handlowego musi upewnić się, że wszyscy pracownicy, mający wpływ na prawidłowe funkcjonowanie niniejszej Polityki, wyrazili zgodę na Politykę Etycznego Marketingu i wzięli udział w szkoleniu.

Alvi Polska przekaże niniejszą Politykę wszystkim stronom trzecim na początku każdej relacji biznesowej i/lub w stosownych przypadkach. Polityka Etycznego Marketingu zostanie przekazana za pośrednictwem poczty mailowej oraz zostanie udostępniona na stronie internetowej Alvi Polska w wersji polskiej i angielskiej.

7.0 MONITOROWANIE I PRZEGLĄD

Alvi Polska będzie na bieżąco oceniać skuteczność niniejszej Polityki i jej wdrożenia, aby zapewnić, że pozostanie ona skuteczna i odzwierciedlająca najlepsze praktyki.

Będziemy regularnie oceniać wewnętrzne i zewnętrzne procedury kontroli oraz zachęcać pracowników i klientów w naszej społeczności do przekazywania informacji zwrotnych na temat tego, w jaki sposób można ulepszyć niniejszą Politykę.

8.0 RAPORTOWANIE

Alvi Polska będzie sporządzać informacje na temat zgodności i ciągłego doskonalenia niniejszej Polityki w okresowych raportach w celu zapewnienia transparentności praktyk operacyjnych.

Ostatnia aktualizacja: 2023.03.29