

ETICKÝ KODEX ČLENA UVDL

My, členové UNIE VÝROBCŮ A DOVOZCŮ LIHOVIN ČR zastáváme následující hodnoty:

- Rozumná konzumace alkoholu je součástí evropské kulturní tradice a patří k modernímu životnímu stylu.
- Samoregulace a osobní odpovědnost konzumace alkoholických nápojů doplňuje legislativní opatření, ale nenahrazuje je.
- Je důležité stanovit pravidla prevence.
- Výrobci i dovozci se zavazují dodržovat principy samoregulace a podporovat sociální odpovědnost.
- Výrobci alkoholu mají legitimní a důležitou roli v boji se zneužíváním alkoholu.

Usilujeme o to, abychom naši obchodní činnost prováděli s plnou odpovědností a v souladu se zákony a opatřeními, která se našeho předmětu podnikání týkají. Budeme prosazovat řadu opatření směřujících do sociální sféry, jež napomáhají k omezení negativních následků nepřiměřené konzumace alkoholu a podporují pochopení role alkoholu ve společnosti.

My, společnosti sdružené v platformě FÓRUM PSR pro odpovědnou konzumaci alkoholu, vědomi si své sociální odpovědnosti, přijímáme následující samoregulační opatření v reklamě, reklamních aktivitách a obalovém designu:

1. Mládež mladší 18ti let

1. Reklama členů sdružení nebude zaměřená na děti a osoby mladší 18ti let a nebude umístována do médií, jejichž cílovou skupinu tvoří především osoby mladší 18ti let.
2. Webové stránky členů sdružení budou vyžadovat při vstupu potvrzení, že jejich návštěvníci jsou osoby, které podle zákona mohou konzumovat alkoholické nápoje.
3. Reklamy členů sdružení nebudou zaměřeny na osoby mladší 18ti let a osoby v nich vystupující nesmí vypadat mladší a být mladší než 25 let.
4. Členové sdružení nebudou využívat žádné grafiky, symbolů, hudby a kreslených postav, které jsou spojovány s osobami mladšími 18ti let.
5. Členové sdružení neumožní licenci používání názvů jejich produktů, log nebo obchodních značek na dětském oblečení, hračkách, hrách či jiných výrobcích určených především osobám mladším 18ti let.
6. Členové sdružení nebudou sponzorovat pořady či akce, při kterých více než čtvrtina účastníků, posluchačů či diváků tvoří osoby mladší 18ti let.
7. Členové sdružení nebudou doporučovat, aby se značky alkoholu objevovaly na replikách sportovních oděvů určených pro děti. Nebudou také využívat ani dalších marketingových nabídek k využití názvů a log alkoholických nápojů na výrobcích přednostně určených dětem.

2. Protispolečenské jednání

1. Členové sdružení nebudou naznačovat žádné spojení konzumace alkoholických nápojů s mimořádnými schopnostmi jedince.
2. V naší reklamě nebude konzumace alkoholu nikdy spojována s násilím, agresivitou, nebezpečným jednáním či protispolečenskými jevy.
3. Nebudeme spojovat konzumaci alkoholu se sexuálním úspěchem.
4. Nebudeme tvrdit, že konzumace alkoholických nápojů může vést ke společenskému úspěchu či k popularitě.

3. Řízení motorových vozidel

1. Reklama a propagace členů sdružení nesmí vést k mínění, že konzumace alkoholických nápojů před či během řízení motorových vozidel je přípustná. Sdružení se bude aktivně zapojovat do kampaní, které jsou zaměřené na prevenci upozorňující na nebezpečí spojené s konzumací alkoholu v silničním provozu.

4. Těhotné a kojící ženy

1. Naše reklama nesmí povzbuzovat těhotné a kojící ženy ke konzumaci alkoholu.

5. Abstinence

1. Nebudeme prezentovat abstinenci v negativním světle nebo vzbuzovat dojem, že je špatné či nenormální odmítat pít alkoholické nápoje.

6. Minoritní komunity

1. Nebudeme tvrdit či naznačovat, že naše produkty jsou konzumovány členy náboženských skupin, které zabraňují svým členům v konzumaci alkoholických nápojů, stejně tak i rasovým či národnostními skupinami.

7. Zdravotní a léčebné účinky

1. Neprohlašujeme alkohol za lék. Naše reklamní materiály nebudou navozovat dojem, že alkohol má preventivní nebo léčebné účinky nebo takové účinky naznačovat.

8. Osobní odpovědnost

1. Budeme prosazovat maximální informovanost veřejnosti o osobní odpovědnosti při konzumaci alkoholických nápojů. Konzumenti, které oslovuje naše reklama, budou podporováni v tom, aby se sami rozhodli, zda pít či nepít a budou vedeni k zodpovědné konzumaci.

9. Obaly

1. Na obalech našich výrobků nebudou využity žádné prvky, které by byly primárně zaměřeny na osoby mladší 18ti let.
2. Etikety nebudou obsahovat žádné sexuální motivy.

10. Podíl dalších subjektů na odpovědnosti

1. Reklamní agentury a subjekty public relations budou seznámeny s tímto kodexem a budou vedeny, aby v jeho duchu zajišťovaly odpovědně svou činnost.
2. Distributory a prodejce našich výrobků budeme instruovat, aby svými aktivitami nepodněcovali mladistvé k nákupu či konzumaci alkoholických nápojů.

Další ujednání

V případě stížnosti na komerční komunikaci propagující jistý alkoholický nápoj, FÓRUM PSR postupuje podle zde uvedené [samoregulační procedury](#). Součástí tohoto Etického kodexu jsou také [Společné standardy komerčních komunikací](#) ve znění uvedeném na webové stránce sdružení www.forum-psr.cz. V Praze, 14.03.2008.
Chcete vědět více o odpovědné konzumaci alkoholu v celé EU – přejděte na portál <https://www.responsibledrinking.eu/>.