

ВОДЕЩИ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА БИРА, ВИНО И СПИРТНИ НАПИТКИ СЕ ОБЕДИНЯВАТ В УСИЛИЯТА СИ ДА ОГРАНИЧАТ ДОСТЪПА НА ЛИЦА, НЕНАВЪРШИЛИ ПЪЛНОЛЕТИЕ, ДО МАРКЕТИНГА НА АЛКОХОЛНИ ПРОДУКТИ В ИНТЕРНЕТ ПРОСТРАНСТВОТО

За да гарантират, че тяхната маркетингова комуникация е насочена само към пълнолетни лица, които могат законно да купуват алкохолни напитки в търговската мрежа, членовете на Международния алианс за отговорна консумация на алкохол са въвели пет ключови предпазни мерки за своето присъствие в Интернет. Последното, заедно с използването на уникални и сигурни дигитални платформи, е част от непрекъснатите усилия за предотвратяване на взаимодействието между непълнолетните и маркетинга на алкохолни продукти онлайн.

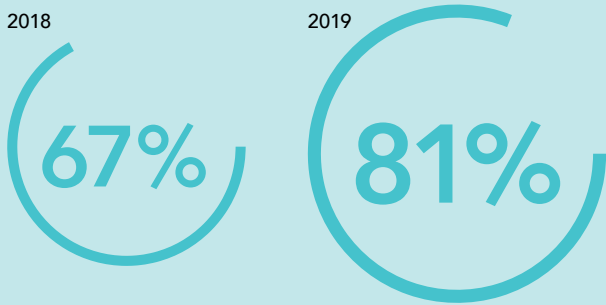
МОНИТОРИНГ НА ПРЕДПАЗНИТЕ МЕРКИ 2019 г.

- 9 от 10 профила на алкохолни продукти он-лайн включват механизми за потвърждаване на възрастта, известие за съдържание, съобщение за отговорна консумация и съобщение за прозрачност, с цел изясняване на тяхната търговска политика.
- На 8 от 10 интернет сайта се появяват съобщения, които предупреждават потребителите, че следват публикации, популяризиращи неподходяща или прекомерна консумация на алкохол.

Въпреки тези подобрения, членовете на IARD са решени да направят повече и да надграждат постигнатия напредък.

СТЕПЕН НА СЪОТВЕТСТВИЕ (ОБЩО)

Наличие на всички предпазни мерки в он-лайн профили:



УЧАСТВАЩИ КОМПАНИИ:



COUNTRIES INVOLVED



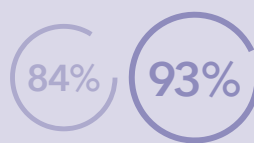
КОЛИЧЕСТВО ЗА СЪОТВЕТСТВИЕ ПО ПРЕДПАЗНА МЯРКА

МЕХАНИЗЪМ ЗА ПОТВЪРЖДАВАНЕ НА ВЪЗРАСТ

Достъпът до търговски съобщения за алкохол трябва да бъде ограничен за ползване само за пълнолетни потребители, тъй като лица, ненавършили законово определената възраст за закупуване на алкохол (LPA), нямат право да консумират алкохолни напитки.

2018

2019

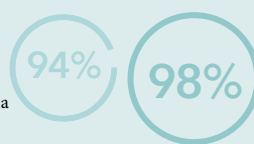


ПРОЗРАЧНОСТ

Дигиталните маркетингови активности се извършват по прозрачен начин, без заблуждение на потребителите относно техните търговски цели. Наличието на официални интернет страници и профили на марките също помага да се разграничат оригиналните продуктови страници от неофициалните такива и страниците на феновете, които може да не прилагат съответните предпазни мерки.

2018

2019

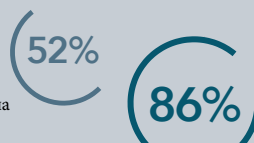


ПОЛИТИКА ЗА ГЕНЕРИРАНО ОТ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ СЪДЪРЖАНИЕ

Търговските марки не са оправдание за каквото и да е съдържание, генерирано от потребители, което би насърчило неподходяща или прекомерна консумация на алкохол. Потребителите трябва да бъдат информирани, че подобни прояви (ГПС) се наблюдават и санкционират. Политиката на ГПС трябва ясно да посочва, че всички публикации, които толерират безотговорното пиене, ще бъдат премахнати.

2018

2019



ПРЕПРЕДАДЕН СЪВЕТ

Потребителите трябва да се информират и да им бъде напомняно, че те също носят отговорност за това търговските съобщения на алкохолни напитки да не се споделят с непълнолетни с цел спазване на възрастовите ограничения за консумация на алкохол.

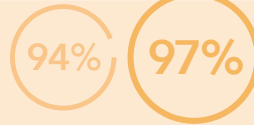
2018

2019



ПОСЛАНИЕ ЗА ОТГОВОРНА КОНСУМАЦИЯ НА АЛКОХОЛ

Трябва да е ясно, че търговските марки са ангажирани с отговорната консумация на алкохол и че те приканват своите потребители да се наслаждават умерено на техните продукти.



ОБЩ БРОЙ НА САЙТОВЕ ПОД МОНИТОРИНГ

2,088

