torsdag den 19 september 2019

Pressmeddelande

**Högre krav på företags hållbarhetskommunikation ska stärka konsumentförtroende**

Nu uppdateras riktlinjerna för ansvarsfull marknadsföring inom områdena alkohol, livsmedel och dryck, samt hållbarhet. Internationella Handelskammarens (ICC) *Regler för reklam och marknadskommunikation* är ledande praxis för bedömning om företags marknadsföring sker ärligt och ansvarsfullt. De nya riktlinjerna har anpassats för att bättre följa utvecklingen på marknadsföringsområdet, med nya aktörer och ny teknik.

**Helén Waxberg, ordförande Svenska ICC:s Marknadsföringskommitté:**

*Genom att utgöra en etisk standard för näringslivet har ICC:s Marknadsföringskod sedan 1937 bidragit till ett sunt marknadsföringsklimat och stärkt konsumentförtroende. När vi nu uppdaterar riktlinjerna för marknadsföring av livsmedel, dryck, alkohol och hållbarhet är det ett led i att verka för ett fortsatt stort förtroende mellan konsumenter och företag, även i ett alltmer komplext reklam- och kommunikationslandskap.*

De nya riktlinjerna betonar särskilt att ansvaret gäller marknadsföring på alla plattformar och för alla aktörer. Aktörer så som influencers, bloggare, vloggare, affiliate-nätverk och ad tech-bolag, m.fl. täcks nu in på ett tydligare sätt.

För marknadsföring inom livsmedel och dryck gäller striktare principer, inte minst att särskilt ansvarstagande görs vid marknadsföring till barn och ungdomar. Särskilt poängteras att marknadskommunikation aldrig får underminera vikten av en hälsosam livsstil.

**Susanna Zeko, generalsekreterare ICC Sverige:**

*Genom att utgöra en standard som sträcker sig över alla sektorer och företagsstorlekar bidrar vårt regelverk till konkurrens på lika villkor och minimerar behovet av tungrodd lagstiftning.*

Riktlinjerna ger även vägledning i hur företag underbygger och paketerar sina hållbarhetspåståenden för att säkerställa att de sker på ett öppet, ärligt och ansvarsfullt sätt.

Möjligheten för företag att tillhandahålla pålitlig information om miljö- och klimatarbete kan förbättra kvaliteten genom hela produktionskedjan, från produktion till paketering, och accelerera miljöarbetet då konsumenter kan göra informerade produktval.

Kontakt: Kajsa Persson-Berg, Communications Manager, ICC Sweden. Mejl: [kajsa.persson-berg@icc.se](mailto:kajsa.persson-berg@icc.se), tel. +46 (0) 76 103 7878