

## **MAGYAR SÖRGYÁRTÓK SZÖVETSÉGE**

### **Alkoholmentes sörök kereskedelmi kommunikációjának irányelvei**

A jelen irányelv az alábbi területekre terjed ki: minden hirdetési és marketing felületre (nyomtatott média, TV, rádió, kültéri felületek, internet stb.), a szponzorációra, promóciós tevékenységre. Ugyanakkor nem terjed ki a nem kereskedelmi célú kommunikációra pl. a felelős alkoholfogyasztás oktatási jellegű kommunikációjára, média illetve a kormányzat részére megfogalmazott nyilatkozatokra. Az irányelv hatálya kiterjed minden a Szövetség valamely tagja által Magyarországon gyártott, vagy általa forgalomba hozott sörfajtának a tag által megtermelt és fizetett magyarországi hirdetésére.

1. A hirdetések nem kapcsolhatják össze a terméket vagy fogyasztását erőszakos, agresszív, veszélyes magatartással.
2. A hirdetések nem mutathatnak be részegséget, vagy nem tüntethetik fel a részegséget társadalmilag elfogadott viselkedésként.
3. A hirdetés nem szólhat gyermek és fiatalkorúaknak, és nem ábrázolhat gyermek és fiatalkorúakat. A Szövetség tagjai kijelentik, hogy hirdetéseikben 25 évnél idősebb szereplőket alkalmaznak.
4. Gyermek és fiatalkorúak oktatási intézményeiben, gyermek és fiatalkorúak összejöveteleire szolgáló társasági helyiségekben, valamint a célzottan nekik szóló kiadványokban sört semmilyen formában nem lehet hirdetni.
5. Nem használható sör hirdetésére olyan média, amelynek közönsége kifejezetten gyermek vagy fiatalkorú, valamint nem hirdethető sör ilyen gyermek és fiatalkorúaknak szóló műsort megelőzően vagy azt közvetlenül követően.
6. A reklám nem használhat olyan – valóságos vagy kitalált – tárgyat, képet, stílust, jelképet, színt, zenét, karaktert (különösen rajzfilmfigurákat, sportolókat, közismert személyt), amely elsősorban gyermek és fiatalkorúakat szólítja meg, vagy szorosan kötődik gondolati vagy érzelmi világukhoz. Nem használható olyan márkajegy, árujelző, amely elsősorban gyermek- és fiatalkorúaknak szól, és nem sugallhatja, hogy felnőtté, felnőttnek látszóvá teszi az alkoholfogyasztót.
7. A hirdetés nem állíthatja, hogy a sör fogyasztása gyógy-, nyugtató vagy serkentő hatású. Orvosok, egészségügyi szakemberek a hirdetésben nem szerepelhetnek.
8. Sört egészségügyi intézményekben (kórházak, rendelőintézetek stb.) nem lehet hirdetni.
9. A hirdetés nem kelthet bizonytalanságot a sör alkoholmentességével kapcsolatban. Amennyiben a hirdetésben szereplő sörmárkának van alkoholtartalmú verziója a hirdetésben egyértelműen jelezni kell (tv, rádió esetén teljes terjedelemben, vagy amikor a márka neve elhangzik/megjelenik), hogy alkoholmentes változatról van szó. Ellenkező esetben a Magyar Sörgyártók Szövetségének Kereskedelmi Kommunikációs Kódexét kell a hirdetésre alkalmazni.
10. A hirdetés ne utaljon arra, hogy a sör fogyasztása növeli a szellemi vagy fizikai teljesítményt (pl. sport teljesítményt javítja).
11. A hirdetés nem mutathatja be a sört, mint szellemi, fizikai és szexuális teljesítőképességet, vonzalmat vagy népszerűséget növelő italt.
12. Sör hirdetése nem marasztalhat el, nem kritizálhat, vagy tehet nevetségessé sört nem fogyasztókat.
13. A sör hirdetése nem irányulhat terhes anyák vagy mentálisan sérülékeny egyének felé.
14. A sör fogyasztása nem állítható be kihívásként vagy bátor, merész, férfias tettként.
15. A hirdetés nem sugallhatja, hogy a sörfogyasztás elengedhetetlen a sikerességhez és a sörfogyasztás visszaautásítása a gyengeség jele.
16. A hirdetés nem ajánlhatja a sört személyes problémák megoldásaként.
17. A hirdetés nem mutathat ittasnak tűnő személyt, nem sugallhatja, hogy az ittasság pozitív.
18. Sör hirdetése lehet humoros, azonban a humor nem irányulhat a kódex szabályainak megkerülésére.