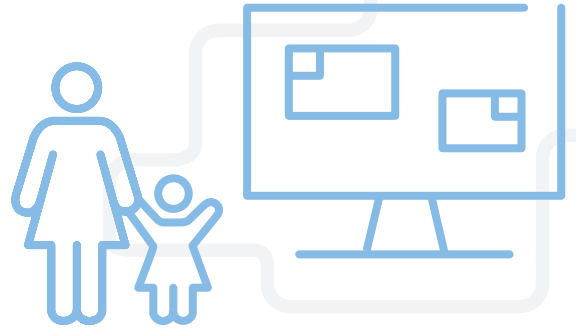


Marknadsföring



Marknadsföring som är hederlig, laglig, vederhäftig och fri från stötande inslag bidrar till konkurrens på lika villkor, bygger konsumentförtroende och gynnar företag och varumärken.

Det ligger därför i företagens intresse att självreglera sin marknadskommunikation. Genom självreglering minskar samtidigt behovet av krånglig byråkrati, lagstiftning och andra offentliga restriktioner. Självreglering utgör också grunden för Internationella Handelskammarens (ICC) arbete på marknadsföringsområdet. Redan 1937 publicerade ICC sitt första regelverk för etisk och ansvarsfull marknadsföring. ICC:s Marknadsföringskod är i dag ett internationellt erkänt, branschöverskridande och landsneutralt ramverk som utgör grunden för självreglerande organ och lagstiftning världen över.

Vad gör kommittén?

Marknadsföringskommittén bevakar utvecklingen på marknadsföringsområdet och arbetar för att företags marknadsföring ska vara etisk och vederhäftig. Kommitténs arbete syftar till att stärka självregleringens roll inom marknadsföring. Kommittén bidrar till arbetet med ICC:s Regler för reklam och marknadskommunikation (Marknadsföringskoden), som är ett internationellt erkänt ramverk som hjälper företag att säkerställa att deras marknadskommunikation är etisk och ansvarsfull. Marknadsföringskoden ligger också till grund för lagstiftning och etiska bedömningar av marknadsföring genomförda av självreglerande prövningsorgan världen över. I Sverige tillämpar t.ex. Reklamombudsmannen Marknadsföringskoden i sin bedömning av reklam. Även en stor del av Konsumentverkets vägledningar och rättspraxis bygger på koden.

Till Marknadsföringskoden hör också en hållbarhetsbilaga som reglerar hållbarhetspåståenden i reklam och marknadsföring. Därutöver utvecklar ICC internationellt även branschspecifika ramverk, verktyg och guider, bl.a. vad gäller alkoholreklam, mat- och dryckesreklam samt särskild vägledning gällande marknadsföring gentemot barn och ungdomar.

Varför ska ditt företag engagera sig i kommittén?

Kommittén är det första steget i ert företags bevakning av utvecklingen inom ICC:s marknadsföringsregler och självregleringsarbete samt en chans att öka er synlighet på området. Genom att lista era experter i Marknadsföringskommittén säkrar ni tillgång till information och inbjudningar från ICC, vilket ger er möjlighet att tidigt identifiera vilka frågor som har bäring på ert företag. Utifrån era prioriteringar kan ni sedan välja hur mycket ni vill engagera er i den nationella kommittén eller om ni vill lyfta engagemanget till en global nivå genom ICC:s internationella arbetsgrupper. Förutom den direkta påverkansmöjligheten får era experter även ta del av och utbyta erfarenheter i ett unikt nätverk av andra sakkunniga från olika branscher och sektorer.

Vem deltar i kommittén?

I Marknadsföringskommittén ingår bl.a. advokater, bolagsjurister, hållbarhetschefer, kommunikationschefer, marknadschefer, varumärkesansvariga, varumärkesstrateger, *public affairs*-chefer och representanter ifrån berörda branschorganisationer.