

Den officiella kursen om ICC:s nya miljö- och klimatriktlinjer®

UTBILDNING

# ANSVARSFULL KOMMUNIKATION OM MILJÖ OCH KLIMAT



Sveriges  
Annonörer

Komm!

**Vad utgör ett miljö- och klimatpåstående? Hur får de användas i marknadskommunikation? Vad är riskerna med användning av miljö- och klimatpåståenden? Hur använder man dem utan att riskera att bli anklagad för greenwashing?**

Klimatförändringarna och den gröna omställningen är prioriterade frågor för näringslivet. Det märks inte minst i Sverige. I takt med att miljö- och klimatarbetet växlas upp och i kombination med ökat konsumentintresse ser många företag också ett behov av att kunna berätta om vad de gör. Samtidigt råder det stor osäkerhet om vad man kan och bör kommunicera. Begrepp som **klimatpositiv** och **nettonollutsläpp** är två exempel på termer som snabbt vuxit i popularitet de senaste åren, men där det rått osäkerhet om när och hur de på ett ansvarsfullt sätt kan användas i marknadskommunikation.

Mot bakgrund av detta har ICC uppdaterat de miljö- och klimatriktlinjer som länge utgjort ett komplement till ICC:s Regler för reklam och marknadskommunikation (**ICC-koden**). Riktlinjerna utgör ett praktiskt verktyg som blir ytterst viktigt för att bedöma om era miljö- och klimatpåståenden håller legalt och för att undvika kostsamma misstag som kan få negativa effekter för ert varumärke.

## OM ICC-KODEN

*ICC:s Marknadsföringskod är i dag ett internationellt erkänt, branschöverskridande och landsneutralt ramverk som utgör grunden för självreglerande organ och lagstiftning världen över. Koden hjälper företag att säkerställa att deras marknadskommunikation är etisk och ansvarsfull. I Sverige tillämpar bland andra domstolar och Reklamombudsmannen Marknadsföringskoden i sin bedömning av reklam. Även en stor del av Konsumentverkets vägledningar och rättspraxis bygger på koden.*

## OM UTBILDNINGEN

Under den här 1,5 timme långa digitala utbildningen kommer deltagarna att få en grundläggande introduktion i befintliga regler och riktlinjer på området. Utbildningen fokuserar även på hur ICC-koden kan tjäna som praktisk vägledning när man utformar sin marknadsföring, samt belyser konkreta exempel på hur domstolar och Reklamombudsmannen använder ICC:s regler i sina bedömningar.

Anställda i företag som är medlemmar i ICC Sverige, Sveriges Annonörer eller Sveriges Kommunikationsbyråer erhåller utbildningen till reducerat pris. Vi rekommenderar att samtliga personer involverade i företagets kommunikation om miljö och klimat tar del av utbildningen (bland annat kommunikation, marknad, hållbarhet och ledning).

Ordinarie pris: 1200 SEK ex moms  
Medlemmar: 600 SEK ex moms

[ANMÄL DIG TILL UTBILDNINGEN HÄR »](#)

[LADDA NER ICC:S MILJÖ- OCH KLIMATRIKTLINJER »](#)



Utbildningen är utvecklad på uppdrag av ICC, Sveriges Annonörer och KOMM och leds av Advokatfirman MarLaw som är specialiserad på marknads- och immaterialrätt.