

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

FÖRETAGSINTERN 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.

FÖRETAGSINTERN UTBILDNING

Under den här 1,5 timme långa digitala utbildningen kommer deltagarna att få en grundläggande introduktion i befintliga regler och riktlinjer på området. Om det finns områden av särskilt intresse för ert företag finns det möjlighet att adressera dessa. 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.

Mot bakgrund av detta har ICC uppdaterat de miljö- och klimatriktninjer 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.

PRAKTISK INFORMATION & VILLKOR

Datum och tid för kursen bestäms tillsammans med ICC och Advokatfirman MarLaw, som leder utbildningen via Teams. Kundföretaget ansvarar för nödvändiga resurser till sina deltagare, t.ex. lokaler, datorer, mjukvara och uppkoppling.

Deltagare: mellan 8–20 personer.
Pris: fast pris 28 500 kr ex moms.
Pris för fler deltagare enligt offert.

Priset gäller endast för personal anställd vid det beställande företaget. Underlag för kursen mejlas på förhand av ICC för distribution till deltagarna. För vidare information kontakta ICC på tel. 08-440 89 23 eller e-post: kurs@icc.se



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