



Jitka Plchová
25.4.2024

A woman with dark hair in a ponytail, wearing a denim shirt and brown leather apron, is smiling and holding up a glass of beer with a thick head of foam. She is standing in a brewery with several beer taps visible in the background. The scene is lit with warm, golden light.

Zodpovědný marketing v Plzeňském Prazdroji



- * Příběh Plzeňského Prazdroje se začal psát v roce **1842** v plzeňském pivovaru
- * V průběhu času obohatily nabídku Plzeňského Prazdroje i další značky skvělých piv jako **Gambrinus, Radegast** nebo **Velkopopovický Kozel**.
- * Nejoblíbenější pivní značkou v roce 2022 byl náš nealkoholický **Birell**
- * **Chráníme kvalitu piva** léty ověřenými postupy výroby a následně i správnou péčí a dovedností pivo správně podávat.
- * Jsme **odpovědná firma** a usilujeme o **pozitivní dopad** našich aktivit na přírodu a lidi kolem nás.



Etický kodex pivovarů



Etický kodex



World Federation
of Advertisers

Informace na obalech
Odpovědnostní zprávy
Principy zodpovědného marketingu
Online prodej
Greenwashing



Náš marketing má
jasná pravidla, cílí na
dospělé a propaguje
**odpovědnou
konzumaci.**





Pilzeňský Prazdroj

KODEX KOMERČNÍ KOMUNIKACE



- **Prevence oslovování mladistvých**
- **Odovědná konzumace alkoholu**
- **Obsah alkoholu**
- **Výkon**
- **Zdravotní hlediska**
- **Násilí a asociální chování**
- **Společenská/sexuální úspěšnost**
- **Propagace značky**
- **Odovědnostní zpráva**
- **Digitální média**
- **Přímá komunikace**
- **Názvy značek**
- **Sponzorství značek**
- **Pravidla pro nealkoholická piva**
- **Pravidla pro digitální platformy**



Pravidla pro **digitální obsah a platformy**

1 Mechanismy ověřující věk

Naším uživatelům/sledujícím musí být víc jak 18 let

2 Instrukce ohledně sdílení

Žádost, aby obsah nesdíleli s osobami mladšími 18 let

3 Odpovědnostní zpráva

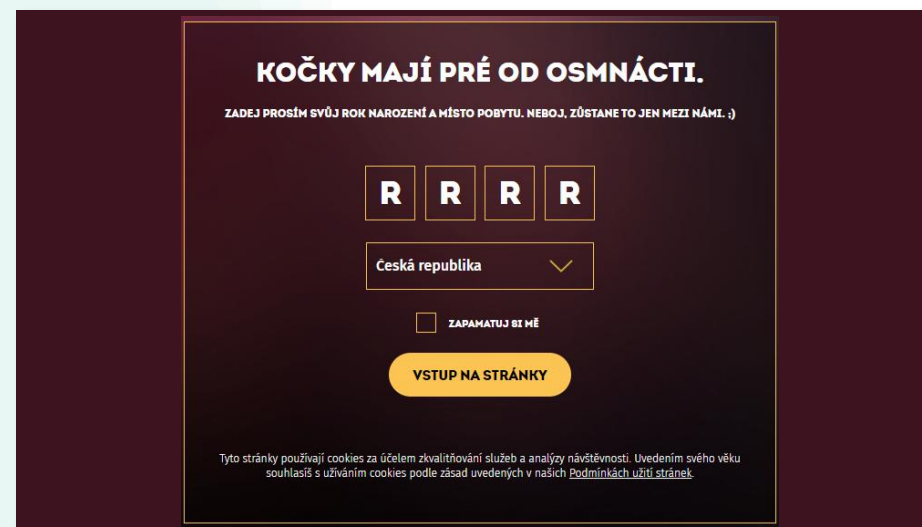
Klíčové sdělení nebo přímo odkaz

4 Transparentnost

Musí být zřejmé, že platforma je námi řízena nebo záměrně inspirována

5 Obsah vytvořený uživateli (UGC)

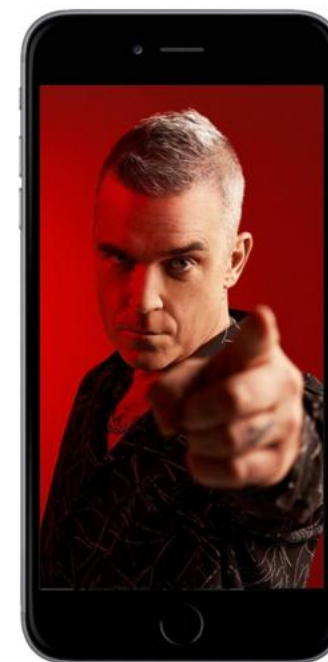
Uživatelům musí být jasné, co je vhodné zveřejnit a co ne





Pravidla dodržují i spolupracující **influenceři**

- **Kodex influencera**
- **Pravidlo 75/25 (minimální podíl dospělých v cílové skupině)**
- **Nespolupracujeme s influencersy mladšími 25 let**





Řízení **alkoholové odpovědnosti**

Všichni zaměstnanci



- ▲ Všichni zaměstnanci prochází školením alkoholové odpovědnosti v tříletém cyklu
- ▲ Interní program „Ambasador odpovědného pití“
- ▲ Pravidla pro interní akce a kontinuální interní komunikace

Marketing a komerční týmy

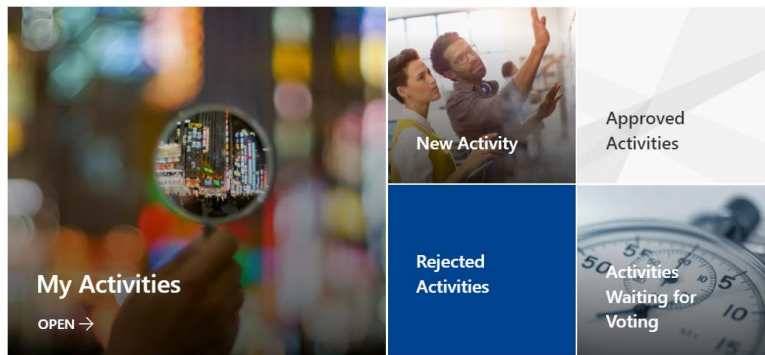


- ▲ Povinné školení odpovědného marketingu
- ▲ Konzultační setkání nad konkrétními příklady
- ▲ Povinnost dodržovat Etický kodex včetně KPIs
- ▲ Pravidla platí i pro agentury

Dodržování pravidel



- ▲ Etická komise jejíž fungování je zakotveno v Etickém kodexu
- ▲ Online systém schvalování veškeré komunikace ke spotřebitelům
- ▲ Interní audit
- ▲ Externí audit (EASA)



New Post

Urgent voting process
 No

Depositor: Jitka Pichová Voting ID: - Status: New

Country of Depositor: Czech Republic and Slovakia

Timing of Activity
From: To:

Location
 Please insert text, e.g. London, Warsaw or specific region

Brand
 Choose Option

Medium
 Choose Option

Special Consultants required?
 No Special consultant required
 Choose Option

Additional Text

Attachments

File Name ↑

Etická komise
schvaluje veškerou
komerční
komunikaci značek
Plzeňského
Prazdroje.



Proces **schvalování** v praxi

Týmy marketingu,
trade marketingu



Předběžná
konzultace



Vytvoření aktivity
v systému



Alespoň
48h

Externí
Konzultant
(RPR)

Interní Komise

Interní
Konzultant



Schválení/Zamítnutí
a zpětná vazba



6 %

Zamítnutých aktivit

94 %

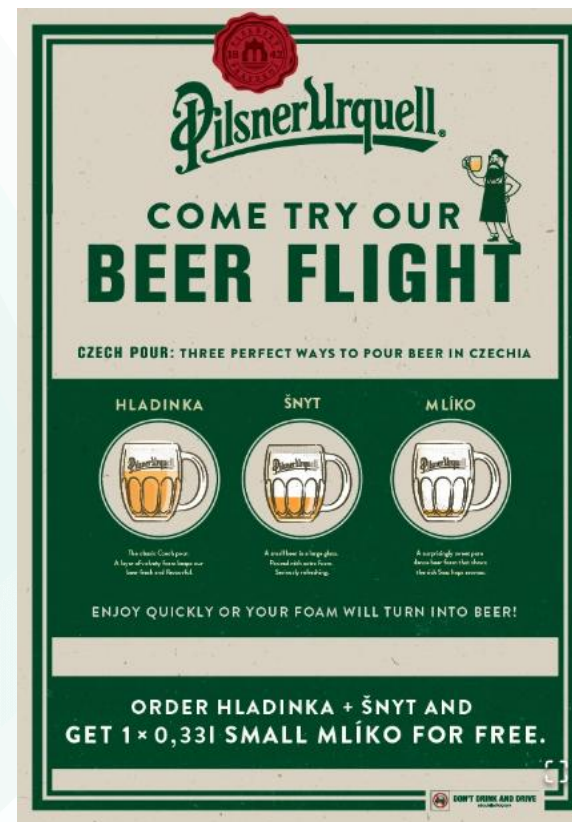
Schválených aktivit

- * V roce **2023** Komise revidovala více než 400 komerčních aktivací a aktivit.
- * Systém je uživatelsky jednoduchý jak pro vkladatele, tak pro Komisi.
- * Analytika umožňuje cennou zpětnou vazbu pro další školení.



System pomáhá **edukovat**

- **chybějící odpovědnostní zprávy**
- **nevhodná sdělení (střídmé pití)**
- **zavádějící interpretace (děti/mladiství)**
- **princip soutěže/promoce**





Svět piva je **svět dospělých**



Využití kozla v reklamě

- jednoznačné cílení na dospělé
- reálný vzhled není atraktivní pro děti
- použití odpovědnostních zpráv



Děti

- přehnané, expresivní výrazy
- disproporčně větší hlavy/oči
- příliš zářivé barvy



Dospělí

- běžné proporce
- pohyb celého těla
- menší oči, ostré linie rysů
- jednoduché barvy



Řídit se etickým kodexem **není věda**

✓ Herečkám je víc než 25 let

✓ Odpovědní zpráva je dobře viditelná



✓ Konzumace po práci

✓ Tlumené barvy produktu



Díky za pozornost



Pilzeňský Prazdroj