

STRATEGIA ODPOWIEDZIALNEGO MARKETINGU

Dywizja Cukru Südzucker

W Dywizji Cukru Südzucker zobowiązujemy się do prowadzenia odpowiedzialnych praktyk marketingowych, które określają nasz obowiązek wobec konsumentów, partnerów biznesowych i społeczeństwa. Działając zarówno w sektorach B2B, jak i B2C, zdajemy sobie sprawę z naszego wpływu i odpowiedzialności, szczególnie w promowaniu produktów cukrowych. Realizowana przez nas polityka marketingowa określa nasze zobowiązanie do etycznego marketingu, ze szczególnym naciskiem na prywatność, ochronę danych, zrównoważony rozwój, a zwłaszcza ostrożność w reklamach kierowanych do dzieci. W Südzucker wspieramy i promujemy zrównoważoną dietę i rozumiemy rolę, jaką cukier odgrywa w codziennej konsumpcji, dlatego skupiamy nasze działania marketingowe na przejrzystości i wartości dla klienta.

Uczciwość i rzetelność: Wszystkie materiały marketingowe (w tym opakowania) będą dokładnie przedstawiać nasze produkty w taki sposób, by nie wprowadzać konsumentów w błąd takimi twierdzeniami, jak np. płynące korzyści zdrowotne ze spożywania cukru. Dążymy do przejrzystości w naszej komunikacji, tak by zapewnić konsumentom i partnerom biznesowym możliwość podejmowania świadomych decyzji. W świetle ogromnej ilości informacji dostępnych obecnie za pośrednictwem kanałów cyfrowych, naszym celem jest wspieranie konsumentów w podejmowaniu świadomych decyzji w oparciu o dostarczane przez nas informacje.

Różnorodność i integracja: Zobowiązujemy się do stosowania inkluzywnego podejścia marketingowego i komunikacyjnego, które nie wyklucza intencjonalnie określonych członków społeczeństwa. Zapewniamy, że żadne działania marketingowe Dywizji Cukru Südzucker nie będą dyskryminujące ani obraźliwe dla nikogo w żaden sposób. Zobowiązujemy się do poszanowania różnorodności i wysyłania wyraźnego sygnału przeciwko jakiegokolwiek formie dyskryminacji, szczególnie ze względu na płeć, wiek, religię, narodowość, orientację seksualną lub pochodzenie społeczne.

Zgodność z przepisami: Zobowiązujemy się do tego, że nasze strategie i działania marketingowe będą zgodne z odpowiednimi wymogami prawnymi, w tym regulującymi reklamę, ochronę danych osobowych i prawa konsumentów. Nasze zobowiązanie obejmuje zapewnienie, że wszystkie nasze działania marketingowe będą zgodne z wytycznymi dotyczącymi reklamy.

Südzucker AG · PO Box 10 28 55 · 68028 Mannheim · Maximilianstraße 10 · 68165 Mannheim · Phone +49 621 421-0
Deutsche Bank AG, Mannheim · BIC: DEUTDE33 · IBAN: DE12 6707 0010 0040 9623 00 · USt.-IdNr.: DE143837220

Supervisory board chairman: Dr. Stefan Streng · Executive board: Dr. Niels Pörksen (Vorsitzender), Stephan Büttner, Hans-Peter Gai, Thomas Kölbl, Dr. Stephan Meeder

Corporate headquarters: Mannheim · Registration court: Magistrates Court Mannheim, HRB 0042

Together as Südzucker Sugar Division, we exploit the full potential of new beet solutions.

SÜDZUCKER



SÜDZUCKER
MOLDOVA

SAINT
LOUIS
SUCRE

SÜDZUCKER
POLSKA

MAXI

SÜDZUCKER
HELLAS

FELIX HOCH OFFENBACH
Eiswürfel und Karamell Süßholz

SÜDZUCKER
UNITED KINGDOM

SÜDZUCKER
IBERICA

Reklama i dzieci: Dzieci nie są grupą docelową naszych działań reklamowych. Nasze produkty, usługi, materiały promocyjne i komunikacja marketingowa nie mają na celu wspierania konsumpcji wśród dzieci. Ponadto stale monitorujemy i weryfikujemy nasze strategie marketingowe, aby zapewnić ich zgodność z niniejszą polityką. Zobowiązujemy się do stałego utrzymywania wysokich standardów etycznych w naszej komunikacji. Biorąc pod uwagę znaczący wpływ, jaki influencerzy wywierają na swoich odbiorców, zobowiązujemy się do współpracy z nimi w sposób zgodny z naszymi zasadami odpowiedzialnego marketingu. W tym celu starannie dobieramy influencerów, szczególnie w kontekście odpowiedzialnego promowania produktów wśród ich odbiorców.

Odpowiedzialność za środowisko: Nasze praktyki marketingowe odzwierciedlają nasze zaangażowanie w zrównoważony rozwój i minimalizowanie naszego wpływu na środowisko. Z powagą podchodzimy do naszej odpowiedzialności za dokładność, przejrzystość, kompletność i zrozumiałość wszystkich komunikatów marketingowych dotyczących zrównoważonego rozwoju. Kiedy uwzględniamy wpływ produktów lub środków na środowisko w naszych działaniach marketingowych, to upewniamy się, że nasza komunikacja jest zgodna z prawdą, zrozumiała i przejrzysta i nie wprowadza w błąd docelowych odbiorców.

Zobowiązanie do ochrony prywatności i danych osobowych: Zobowiązujemy się do poszanowania prywatności naszych konsumentów, klientów i partnerów biznesowych oraz do ochrony ich danych osobowych. Zawsze będziemy traktować te dane w sposób poufny i z należytą starannością. Dlatego też podejmujemy wszelkie niezbędne środki ostrożności, dla zapewnienia, że dane osobowe przekazane naszej firmie są przetwarzane i wykorzystywane w sposób przejrzysty, w określonym celu, w sposób zrozumiały, ostrożny i zgodny z obowiązującymi przepisami prawa o ochronie danych osobowych. Stosujemy rygorystyczne środki bezpieczeństwa w celu ochrony danych osobowych przed nieuprawnionym dostępem i ich utratą. Ochrona danych osobowych naszych konsumentów, klientów i partnerów biznesowych ma najwyższy priorytet we wszystkich naszych działaniach marketingowych i jest niezbędnym warunkiem prowadzenia naszej działalności biznesowej w uczciwy sposób.

IT (technologia informacyjna) i bezpieczeństwo danych w marketingu cyfrowym: Dzięki integracji zaawansowanych protokołów bezpieczeństwa i ciągłego ich monitorowania, chronimy dane naszych klientów oraz dbamy o ich zaufanie. Nasze zaangażowanie w cyberbezpieczeństwo jest nieustanne, ponieważ stale dostosowujemy się do najnowszych standardów bezpieczeństwa i technologii w celu ochrony wrażliwych informacji w naszych działaniach w obrębie marketingu cyfrowego.

Zastosowanie i obowiązek przestrzegania niniejszych zasad: Niniejsze zasady odpowiedzialnego marketingu mają zastosowanie do wszystkich działań marketingowych niezależnie od kanału komunikacji, kraju, grupy docelowej czy pokrewnej tematyki i są monitorowane przez naszych managerów ds. marketingu oraz odpowiedzialne kierownictwo. Partnerzy współpracujący z nami tacy jak agencje reklamowe, PRowe i domy mediowe, influencerzy itp. również zobowiązani są do przestrzegania zasad zawartych w niniejszej polityce.

Südzucker AG · PO Box 10 28 55 · 68028 Mannheim · Maximilianstraße 10 · 68165 Mannheim · Phone +49 621 421-0
Deutsche Bank AG, Mannheim · BIC: DEUTDE33 · IBAN: DE12 6707 0010 0040 9623 00 · USt.-IdNr.: DE143837220

Supervisory board chairman: Dr. Stefan Streng · Executive board: Dr. Niels Pörksen (Vorsitzender), Stephan Büttner, Hans-Peter Gai, Thomas Kölbl, Dr. Stephan Meeder

Corporate headquarters: Mannheim · Registration court: Magistrates Court Mannheim, HRB 0042

Together as Südzucker Sugar Division, we exploit the full potential of new beet solutions.

