

Latvijas alus darītāju pašregulācijas kodekss

(Jaunā redakcija ar 19.11.2013. grozījumiem)

Pieņemts 2009.gada 11.martā

Pēdējie grozījumi apstiprināti 2013.gada 19.novembrī

Satura radītājs

1. Ievads	3
Latvijas Alus darītāji vienojas par sekojošiem industrijas ētikas pamatprincipiem:	3
2. Ražošana, iepakošana un kvalitāte	4
3. Attieksme pret patērētājiem	4
4. Reklāma un virzīšana tirgū	5
4.1. Pārmērīga lietošana	5
4.2. Alkohola saturs	5
4.3. Mērķauditorija	5
4.4. Asociācijas ar bīstamām aktivitātēm	5
5. Reklāma un komunikācija	5
6. Korporatīvā darbība un attieksme pret konkurentiem	6
7. Kodeksa parakstītāju atbildība	7
7.1. Obligāts priekšnoteikums Kodeksa izpildei	7
7.2. Sūdzības par Kodeksa normu neievērošanu un to izskatīšanas kārtība	7
7.3. Atbildība par pārkāpumiem, izdevumu segšana	8

1. Ievads

Nemot vērā to, ka:

- Kodekss ir vienošanās par profesionālo darbību un komercdarbības ētiku.
- Atbildīga, mērena un uz tradīcijām balstīta alus patēriņa veida atbalstīšana ir viens no šī kodeksa mērķiem.
- Kodekss ir veidots, lai koordinētu un vadītu alus ražotāju atbalstu mērenai un atbildīgai alus patēriņai un mazinātu atkarības rašanos no alkohola saturošajiem dzērieniem.
- Kodeksa parakstītāji apzinās, ka reizē ar šo vienošanos izpildi jāievēro arī visi spēkā esošie normatīvie akti un papildu saistības, kuras uzliek kodekss.
- Kodeksa pildītāji apņemas paaugstināt gan alus kā produkta, gan visas alus darīšanas nozares prestižu, rūpēties par produkcijas kvalitāti un nepieļaut, ka tiek izplatīta nepatiesa informācija jebkurā tās izpausmes formā (reklāma, intervijas medijos u.tml.).
- Alus lietošanas tradīcijas sakņojas dziļi tautas vēsturiskajā apziņā un ir neatņemama dzīves veida sastāvdaļa. Lielākai Latvijas iedzīvotāju daļai mērena un atbildīga alus patēriņa nerada veselības problēmas, un alus ir pazīstams ne tikai kā viegls alkoholisks dzēriens, bet arī kā pārtikas produkts ar savām labajām īpašībām.
- Alū esošais alkohols, pārmērīgi lietots, var ietekmēt patērētāja veselību, radīt sociālas un ekonomiskas problēmas. Tomēr šīs problēmas saistāmas nevis ar alu kā ar produktu, bet ar bezatbildīgu alkohola lietošanu. Tāpēc galvenais mērena patēriņa princips ir katra indivīda personīga atbildība un pietiekama informētība par iespējamiem pārmērīgas alkohola lietošanas riskiem.

Latvijas Alus darītāji vienojas par sekojošiem industrijas ētikas pamatprincipiem:

- 1) **Alus ir dzīves stila, tautas tradīciju un nacionālā lepnuma sastāvdaļa.**
- 2) **Atbildīgs alus patēriņš balstās uz informētu patērētāju un profesionālos standartus ievērojošu ražotāju.**
- 3) **Alus darītāja, kurš pievienojies kodeksam, jebkurai darbībai jābūt saskaņotai ar atbildīgu alus patēriņa koncepciju.**
- 4) **Cieņa pret patērētāju, likumu ievērošana un godīga konkurence ir katra alus darītāja profesionalitātes apliecinājums.**

2. Ražošana, iepakojšana un kvalitāte

- 2.1. Nodrošināt alus ražošanu atbilstoši uzņēmuma tehniskajiem noteikumiem (UTN), tajā ietvertām kvalitātes un nekaitīguma prasībām saskaņā ar labas ražošanas praksi.
- 2.2. Neatstāt nesodītu preču zīmju nelikumīgu lietošanu vai viltošanu, informēt par to patērētāju un valsts institūcijas. Var lietot norādes uz alus garšas īpatnībām vai piederību noteiktas klases vai kategorijas alum, bet neatdarināt citu ražotāju preču zīmes, lai nepieļautu to sajaukšanu.
- 2.3. Alkohola stiprumu nelietot kā galveno šķirnes raksturlielumu produkta marķējumā (izņemot alus ar zemu alkohola saturu (zemāku par 4%) virzīšana tirgū).
- 2.4. Dalībnieki apņemas nelietot alus šķirnēm nosaukumus, kuri ir līdzīgi vai viegli sajaucami ar citu alus šķirņu nosaukumiem.
- 2.5. Dalībnieki apņemas izmantot drošus un pārtikas nekaitīguma prasībām atbilstošus iepakojuma materiālus.

3. Attieksme pret patērētājiem

- 3.1. Rūpēties par pilnīgas un ticamas informācijas sniegšanu visiem alus patērētājiem.
- 3.2. Informēt patērētāju par alus specifiskajām īpašībām.
- 3.3. Informēt patērētāju par pārmērīgas un bezatbildīgas alkohola lietošanas negatīvajām sekām.
- 3.4. Reklāmā un produktu marķēšanā neizmantojot terminus, apzīmējums un informāciju, kas deformē priekšstatu par produktu, maldinot patērētāju.
- 3.5. Latvijas alus darītāju organizētajos pasākumos ievērot šī Kodeksa principus par atbildīgo alkohola lietošanu.
- 3.6. Degustācijās (izsniegšana nogaršošanai bez maksas) apmeklētājiem fasēt glāzēs mazāk par 0.33 litriem alus.

4. Reklāma un virzīšana tirgū

4.1. Pārmērīga lietošana

4.1.1. Reklāmā un citās tirdzniecību veicinošās aktivitātēs nedrīkst attēlot vai veicināt bezatbildīgu dzeršanu. Par bezatbildīgas dzeršanas veicināšanu tiek uzskatīta pārmērīgas alkohola dzeršanas, ātras dzeršanas vai tamlīdzīgas uzvedības atbalstīšana Kodeksa dalībnieka reklāmā, kā arī tās organizētajos vai atbalstītajos pasākumos, ja Kodeksa dalībniekam par šādu aktivitāti atbalstītajā pasākumā ir bijusi informācija.

4.2. Alkohola saturs

4.2.1. Reklāma nedrīkst uzsvērt alkohola saturu kā dzēriena pozitīvo īpašību.

4.2.2. Reklāma nedrīkst ne pazemināt, ne pārspīlēt reālo alkohola saturu alū.

4.2.3. Reklāma nedrīkst par primāro informāciju izcelt alus alkohola satura lielumu.

4.3. Mērķauditorija

4.3.1. Alus reklāmas mērķauditorija nedrīkst būt jaunieši, kuri ir jaunāki par 18 gadiem.

4.3.2. Personām, kuras piedalās alus reklāmās, jābūt vecākām par 25 gadiem.

4.3.3. Alus reklāmu nedrīkst izvietot medijos, kuru mērķauditorija ir bērni vai jaunieši, kuri ir jaunāki par 18 gadiem.

4.4. Asociācijas ar bīstamām aktivitātēm

4.2.1. Reklāma nedrīkst ierosināt alus patēriņu apstākļos, kuri pēc būtības ir bīstami vai pretlikumīgi, tas ir, esot vai darbojoties apstākļos, kas prasa apdomību, profesionalitāti vai precizitāti.

5. Reklāma un komunikācija

5.1. Reklāma nedrīkst radīt iespaidu, ka alus patēriņš ar zemu alkohola saturu var palīdzēt izvairīties no alkoholisma.

5.2. Reklāma nedrīkst radīt negatīvu tēlu atturībai.

5.3. Reklāma nedrīkst radīt iespaidu, ka atteikšanās no alkohola patērēšanas ir vājuma pazīme.

5.4. Reklāma drīkst izcelt alus atspirdzinošās īpašības, bet nedrīkst norādīt, ka tas labāk iedarbojas, ja to patērē vairāk.

- 5.5. Nav pieļaujama alus reklāmas izmantošana mārketinga pasākumos un kampaņās ar vadmotīvu: alus par brīvu.
- 5.6. Bērnu labdarības, izglītojošos pasākumos un sacensībās, kurās piedalās personas jaunākas par 18 gadiem, sponsorēšanu un mecenātismu nesaistīt ar kādu specifisku alus šķirni.
- 5.7. Reklāma un publiskā komunikācija medijos nedrīkst ietvert negatīvu (izsmejošu, naidīgu, nepatiesu, sagrozītu, nepilnīgu u.tml.) informāciju par citiem konkurējošiem uzņēmumiem un to produktiem, komercdarbību, kā arī par nozari kopumā. Nozares dalībnieku, to darbības vai produktu nepamatota kritizēšana/diskreditācija nav atļauta.
- 5.8. Reklāma nedrīkst būt līdzīga konkurentu reklāmai.
- 5.9. Salīdzinošā reklāma, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja tā nav maldinoša un ja ir ievēroti visi LR Reklāmas likumā minētie nosacījumi salīdzinošai reklāmai, kā arī kodeksa prasībām.

6. Korporatīvā darbība un attieksme pret konkurentiem

- 6.1. Kopīgi piedalīties nozarei svarīgu normatīvo aktu tapšanas, izstrādes un pieņemšanas procesos.
- 6.2. Kopīgi informēt valsts institūcijas par likumu un normatīvo aktu trūkumiem un ierosināt likumu bāzes uzlabošanu.
- 6.3. Ievērot biznesa ētikas principus attiecībā pret konkurentiem alus nozarē.
- 6.4. Ņemt vērā visu kodeksa dalībnieku viedokli, risinot jautājumus, kas saistīti ar šā kodeksa ievērošanu.

7. Kodeksa parakstītāju atbildība

7.1. Obligāts priekšnoteikums Kodeksa izpildei

7.1.1. Dalībnieki kā obligātu priekšnoteikumu Kodeksa izpildei pieņem pašdisciplīnu, kas sniedzas pāri likumu un noteikumu prasībām. Kodekss nosaka normas un pamatprincipus, kas dalībniekiem jāievēro savas darbības praksē.

7.2. Sūdzības par Kodeksa normu neievērošanu un to izskatīšanas kārtība

- 7.2.1. Ja Latvijas alus darītāju savienības (LADS) vai Latvijas alus darītāju asociācijas (LADA) valdē iesniegta sūdzība par Kodeksa normu neievērošanu, attiecīgās biedrības valde septiņu darba dienu laikā sasauc Strīdus komisijas sēdi, visiem Strīdus komisijas locekļiem nosūta sūdzības kopiju, un pieprasa paskaidrojumus (elektroniski) no komersanta, par kuru saņemta sūdzība. Strīdus komisijas sēde ir sasaukama ne vēlāk trīs dienu laikā pēc paskaidrojumu iesniegšanas termiņa beigām.
- 7.2.2. Paskaidrojumi par faktu iesniedzami septiņu dienu laikā no pieprasījuma nosūtīšanas dienas.
- 7.2.3. LADS vai LADA valdei Strīdus komisijai, pirms tās sēdes, ir jānodod ar iespējamo pārkāpumu saistītus dokumentus: sūdzību un citus dokumentus, ja tādi ir.
- 7.2.4. Strīdus komisija sastāvā ietilpst:
- 7.2.4.1. Latvijas Reklāmas asociācijas Ētikas padomes pārstāvis – katram gadījumam izvirza Reklāmas asociācijas Ētikas padome;
 - 7.2.4.2. Neatkarīgs eksperts – izvirza LADS un LADA kopīgajā valdes sēdē uz vienu gadu;
 - 7.2.4.3. LADS valdes loceklis;
 - 7.2.4.4. LADA valdes loceklis.
- 7.2.5. Strīdus komisijas sēdē izskata radušos strīdu komisijas noteiktajos termiņos, bet ne vēlāk kā trīs dienu laikā no paskaidrojumu sniegšanai noteiktā termiņa beigām.
- 7.2.6. Strīdus komisijas sapulci sasauc LADS vai LADA valdes priekšsēdētājs, atkarībā no tā, kura biedrība organizē konkrētās lietas izskatīšanu.
- 7.2.7. Strīdus komisijas sēdes sasaukamas LADS vai LADA juridiskajā adresē.
- 7.2.8. Strīdus komisijas norises laiku nosaka LADS vai LADA valdes priekšsēdētājs, atkarībā no tā, kura biedrība organizē konkrētās lietas izskatīšanu.
- 7.2.9. Strīdus komisija var uzaicināt arī trešo personu izteikt mutvārdu paskaidrojumu vai viedokli Strīdus komisijas sēdē, ja lēmuma pieņemšanai nepieciešama papildus informācija
- 7.2.10. Tiek ievēlēts Strīdus komisijas priekšsēdētājs.
- 7.2.11. Strīdus komisija ir lemttiesīga, ja lēmuma pieņemšanā piedalās vairāk kā puse no Strīdus komisijas locekļiem.
- 7.2.12. Uz Strīdus komisijas sēdi ieradušies dalībnieki pieņem lēmumus ar balsu vairākumu, ja balsis sadalās līdzīgi, izšķirošā ir Strīdus komisijas priekšsēdētāja balss.
- 7.2.13. Nosakot pārkāpuma esamību, Strīdus komisija objektīvi izskata lietas apstākļus, iesaistīto pušu paskaidrojumus un pārkāpuma esamību vai neesamību saskaņā ar šajā Kodeksā iekļautajām normām.
- 7.2.14. Strīdus komisija saskaņā ar sūdzību par Kodeksa normu neievērošanu ir tiesīga pieņemt sekojošus lēmumus:
- 7.2.14.1. izbeigt lietu, ja pārkāpēja paskaidrojums ir atspēkojis sūdzību;

- 7.2.14.2. ja pārkāpējs atzīst sūdzības pamatotību un piekrīt mainīt tirdzniecības komunikāciju, brīdināt pārkāpēju un aicināt konstatēto pārkāpumu novērst nekavējoties, bet ne vēlāk kā septiņu dienu laikā;
- 7.2.14.3. pieprasīt pārtraukt Kodeksa normām neatbilstošo darbību.
- 7.2.15. Strīdus komisijas lēmuma par konstatēto pārkāpumu kopiju nosūta pieteikuma iesniedzējam. Ja strīdus komisija lemj, ka Kodeksa noteikumi nav pārkāpti, lēmumu paziņo sūdzības iesniedzējam un personai, par kuras darbību sūdzība iesniegta.
- 7.2.16. Ja Kodeksa pārkāpējs nepiekrīt Strīdus komisijas lēmumam, tas ir tiesīgs sniegt sūdzību tiesā Civilkodeksa noteiktajā kārtībā.

7.3. Atbildība par pārkāpumiem, izdevumu segšana

- 7.3.1. Ja pārkāpuma izdarītājs pārkāpumu LADS vai LADA valdes vai Strīdus komisijas noteiktajā termiņā nenovērš, biedrība, kuras biedrs ir pārkāpuma izdarītājs:
- 1) ir tiesīga paziņot par pārkāpumu LR PTAC vai citai par pārkāpumu atbildīgajai institūcijai un
 - 2) informāciju par pārkāpumu publicē ADIS mājaslapā.
- 7.3.2. Administratīvos izdevumus, kas rodas, izskatot sūdzības par Kodeksa pārkāpumiem, apņemas segt Kodeksa dalībnieks, kurš atzīts par vainīgu Kodeksa normu neievērošanā, saskaņā ar LADS vai LADA rēķinu, atkarībā no tā, kura biedrība organizē konkrētās lietas izskatīšanu. Ja Kodeksa dalībnieka vaina netiek atklāta, izdevumu sedz biedrība, kuras dalībnieks vai kuras valde ierosinājusi strīdu izskatīt Strīdus komisijā.

Kodeksu paraksta:

SIA “Abula”

Juris Freivalds

AS “Agrofirma Tērvete”

Modris Goba

AS “Aldaris”

Veli Pekka Tennila

SIA “Alus nams”

Mārtiņš Bērziņš

SIA "Bauskas alus"	Vladimirs Barskovs
SIA "Brūveris"	Genādijs Uļenko
AS "Cēsu alus"	Eva Sietiņšone - Zatlere
SIA "Cido Grupa"	Marijus Kirstukas
SIA "Krāslavas avots"	Nikolajs Turuta
SIA "Lido" Alus darītava	Vaida Zīle
SIA "Piebalgas alus"	Ināra Dūklava
SIA "Valmiermuižas alus"	Aigars Ruņģis
SIA "Zaksi"	Uldis Pumpurs
SIA „Madonas alus”	Einārs Jaunbrālis