

Ostatnia aktualizacja: 22.03.2022

Polityka Komunikacji Marketingowej Grupy UNIMOT

Grupa UNIMOT prowadzi działalność mając na uwadze dobro swoich interesariuszy, kierując się w działaniach transparentnością i zasadą zachowania należytej staranności. Grupa stosuje te zasady także w zakresie reklamy i promocji produktów, w tym w marketingu bezpośrednim, mediach cyfrowych, internecie, na opakowaniach produktów, w działaniach z zakresu public relations, w programach marketingowych oraz sponsoringu.

Dlatego też, komunikując się z klientami i kierując do nich komunikaty marketingowe oraz sprzedając produkty, Grupa UNIMOT zobowiązuje się do:

- właściwego i rzetelnego oznakowania (etykietowania) produktów wprowadzanych na rynek i oferowanych przez nią pod marką AVIA,
- rzetelnego informowania potencjalnych konsumentów o produktach, usługach oraz warunkach sprzedaży,
- informowania o promocji sprzedaży w sposób umożliwiający dokładne poznanie warunków oferty, warunków do jej skorzystania,
- komunikowania i oznaczania produktów zgodnie z ich przeznaczeniem,
- zapewnienia rzetelnej informacji dotyczącej organizowanych promocji i ewentualnych konkursów,
- zapewnienia właściwych informacji pracownikom, w tym pracownikom stacji paliw AVIA, tak by do minimum ograniczyć ryzyko wprowadzenia klienta w błąd, eliminowania i piętnowania nieetycznych zachowań sprzedawców wobec klientów (np. *misselling*),
- rzetelnego i bezzwłocznego rozpatrywania skarg i reklamacji, a także podejmowania w oparciu o nie działań naprawczych,
- korzystania z usług domów mediowych, których renoma gwarantuje nie tylko rzetelną, ale też etyczną komunikację, z wykluczeniem mediów i platform prezentujących etycznie nieakceptowalne treści i rażąco naruszających zasady etyk,
- ochrony konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem regulacji dotyczących sprzedaży konsumenckiej i ochrony danych osobowych,
- prowadzenia komunikacji zgodnie z obowiązującymi przepisami oraz kodeksem etyki reklamy i *public relations*
- prowadzenia rzetelnej komunikacji w mediach tradycyjnych oraz w mediach społecznościowych z zachowaniem transparentności i z poszanowaniem zaangażowania odbiorców w procesy biznesowe firmy,
- komunikowania tylko prawdziwych, ścisłych i nie wprowadzających w błąd informacji na temat Grupy,
- w miarę możliwości, prowadzenia analizy otoczenia pod kątem zgodności z polityką i interesem Grupy – w szczególności ustalenia czy kontekst lub miejsce publikacji przekazu marketingowego nie będzie mieć negatywnego wpływu na wizerunek Grupy,

- nienaruszania przekazem marketingowym dóbr osobistych osób fizycznych lub dóbr niematerialnych osób prawnych oraz chronionych prawem utworów i znaków towarowych,
- niewykorzystywania wizerunku osób trzecich oraz innych podmiotów bez ich uprzedniej zgody,
- nieprzywoływania danych pochodzących od innego niż Grupa UNIMOT podmiotu, w szczególności sondaży, rankingów, ratingów i badań statystycznych, bez podania źródła tych danych.

Polityka Komunikacji Marketingowej wspiera następujący cel zawarty w Strategii ESG: zarządzanie Grupą UNIMOT na rzecz zrównoważonego rozwoju (cel V), a także bezpośrednio zadanie, przez które cel strategiczny jest realizowany (11 wymieniony w Strategii ESG).

Niniejsza Polityka Komunikacji Marketingowej Grupy UNIMOT została przyjęta przez Zarząd UNIMOT S.A. i obowiązuje w spółce UNIMOT S.A. oraz wszystkich pozostałych spółkach z Grupy UNIMOT. Polityka jest ogólnodostępna, a Grupa dokłada wszelkich starań w celu zaznajomienia z nią odpowiednich interesariuszy.

Zarząd UNIMOT S.A. deklaruje wspieranie działań wynikających z niniejszej Polityki oraz zapewnienie odpowiednich zasobów i środków do realizacji określonych w niej celów i działań.