

Retningslinjer for ansvarlig markedsføring

Oluf Lorentzen AS

Hos Oluf Lorentzen ønsker vi å kommunisere på en tydelig, ærlig og ansvarlig måte i all vår markedsføring. Vi følger gjeldende lover og regler for merking, reklame og informasjon til forbrukere, og vi legger vekt på å bygge tillit gjennom åpenhet. Våre retningslinjer er i tråd med [Markedsføringsloven](#).

Våre prinsipper

- Vi er åpne og ærlige i vår kommunikasjon.
- Vi følger alltid gjeldende lover og retningslinjer.
- Vi unngår å villedde forbrukeren med påstander eller presentasjon.
- Vi setter tydelig merking og forbrukerens rett til korrekt informasjon i sentrum.

Miljøpåstander

Vi bruker kun miljø- og bærekraftpåstander som kan dokumenteres, og unngår vage eller misvisende uttrykk. Påstander som «miljøvennlig», «grønn», «økologisk» eller «bærekraftig» brukes bare dersom vi kan underbygge dem med fakta eller tredjepartssertifiseringer. På den måten sikrer vi at forbrukeren får korrekt og pålitelig informasjon.

I EU og Norge regnes begrepene **økologisk**, **organic** og **bio** som synonyme.

- **Økologisk** brukes i Norge og Skandinavia.
- **Organic** brukes i engelskspråklige land.
- **Bio** brukes i bl.a. Italia, Frankrike og Tyskland.

Produktene må være sertifisert av et godkjent kontrollorgan (f.eks. EU Organic, Debio, KRAV, Ecocert). Merking med "BIO", "ORGANIC" eller "ØKOLOGISK" uten sertifisering regnes som villedende markedsføring og er ulovlig i Norge.

Ernærings- og helsepåstander

Vi følger Mattilsynets regler for bruk av ernærings- og helsepåstander i merking og markedsføring:

- Kun påstander som er godkjent i henhold til EUs register kan benyttes.
- Påstander må være presise, vitenskapelig dokumenterte og ikke villedde forbrukeren.
- Vi sørger for at informasjonen alltid er i samsvar med gjeldende krav til merking.

For mer informasjon om kravene, viser vi til Mattilsynets nettsider:

- [Krav til merking](#)
- [Ernærings- og helsepåstander](#)

Prisopplysninger

Vi gir alltid tydelige og korrekte prisopplysninger. Det betyr at all kommunikasjon skal vise riktig pris, inkludert eventuell merverdiavgift og andre tilleggskostnader. Kampanjer og rabatter skal være klart merket, slik at kunden enkelt kan forstå hva tilbudet innebærer.

Reklame i sosiale medier

All reklame i sosiale medier skal merkes på en tydelig måte. Når vi samarbeider med influensere, skal det alltid fremgå at innholdet er reklame gjennom bruk av merking som «annonse» eller tilsvarende. Dette gjelder uavhengig av kanal og format, og skal bidra til at forbrukerne lett forstår når innhold er kommersielt.

Alkoholreklame

Vi forholder oss strengt til de norske reglene for alkoholreklame, som innebærer at:

- Det er forbudt å markedsføre alkoholholdige drikker over 2,5 % alkohol i Norge.
- Det er ikke tillatt å bruke indirekte markedsføring, for eksempel gjennom merkevarer, logoer eller aktiviteter som kan knyttes til alkohol.
- Informasjon som gis om alkoholprodukter skal være nøkterne, faktabaserte og begrenset til det som er tillatt.

Markedsføring rettet mot barn

Vi følger forskriften om forbud mot markedsføring av visse næringsmidler særlig rettet mot barn. Dette innebærer at enkelte produkter, som sjokolade, søtsaker og lignende, ikke kan deles ut som smaksprøver på stand eller messer dersom aktiviteten anses rettet mot barn. Reglene gjelder også i ekstern markedsføring og sosiale medier, hvor vi er nøye med å unngå innhold som kan appellere direkte til barn. For full oversikt viser vi til forskriften på lovdata.no.