Digital Marketing Pact, Pernod Ricard Italia per un consumo responsabile

pernod-087017a7

Si chiama **Digital Marketing Pact** una tra le più significative iniziative implementate da **Pernod Ricard Italia** a sostegno delle strategie globali dell'Organizzazione Mondiale della Sanità per **ridurre il consumo nocivo di alcol**.

In linea con l’impegno preso nel 2012 insieme ai principali operatori del settore durante la Conferenza Icap, Pernod Ricard aderisce attivamente al Digital Marketing Pact, il **codice deontologico** istituito per rafforzare le buone pratiche di marketing e comunicazione online e regolare il commercio elettronico dei prodotti alcolici.

Una mossa di **responsabilità sociale** dettata dalla diffusione dell’uso di tecnologie digitali tra le nuove generazioni, trend al quale Pernod Ricard risponde attivandosi in prima linea per **impedire ai minori l’uso di alcolici e invitare gli adulti a un consumo ragionevole**. In questa direzione il Gruppo è impegnato, in particolare, a bloccare ai minori l’accesso ai siti web aziendali imponendo la dichiarazione della data di nascita dell’utente, a garantire che i contenuti di marketing sui media digitali e sui social network sia sempre etici e responsabili, così come a selezionare accuratamente le immagini utilizzate o a identificare rigorosamente i media rivolti ad un pubblico adulto e maturo per la veicolazione di messaggi pubblicitari.