

**Retningslinjer for
ansvarlig markedsføring
SpareBank 1 Nord-Norge**

Juni 2021

Retningslinjer for ansvarlig markedsføring for SpareBank 1 Nord-Norge

Vår markedsføring skal være i henhold til god markedsføringsskikk og alltid skal være innenfor de lover, forskrifter, veiledninger og bransjestandarder som er relevante for området.

Våre markedsaktiviteter skal være i samsvar med bankens policy for forretningskikk (SNN koden).

Produkter og tjenester skal markedsføres på en slik måte at kunden gjøres kjent med både fordeler/muligheter og ulemper/begrensninger.

Med «god markedsføringskikk» menes markedsføring som ikke krenker allmenne etikk- og moraloppfatninger, ikke bruker støtende eller påtrengende virkemidler som ellers er diskriminerende.

Vi skal alltid bruke føre var-prinsippet for all kommunikasjon ut i markedet. Vi skal ha høy aktsomhet i forhold til etikk og det moralske ansvaret vi har i vår markedsføring av bankens produkter og tjenester.

Vår markedsføring skal ha spesiell oppmerksomhet mot sårbare grupper og aldri ha som mål å tilby produkter til slike grupper som kan øke sårbarhet, eksempelvis kredittkort/forbrukslån til kunder med høy, usikret gjeld, eller liknende.

Markedsføring spesielt mot barn og ungdom skal unngås.

Alle databaserte kommunikasjonsaktiviteter skal være i tråd med gjeldende regelverk for markedsføring og personvern, samt være i samsvar med de samtykker som den enkelte kunde har gitt.

Det skal internt etableres et rammeverk for dokumentasjon av markedsføringsaktiviteter. Dette rammeverket skal alltid brukes og vurderingene av den enkelte aktivitet skal dokumenteres i eget skjema. Ved vanskelige problemstillinger skal dette avklares med juridisk avdeling.

Vi skal ivareta kundenes personvern i henhold til gjeldende regelverk og lovgivning.

Vår markedsføring skal være basert på god innsikt og analyse slik at vi treffer kunden med mest mulig relevans i vår kommunikasjon.

Ved bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse skal dette foregå i samsvar med gjeldende regelverk, relevante bransjenormer og allmenne standarder for etisk og forsvarlig bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse.

Vår innholdsmarkedsføring skal bygge langsiktige relasjoner, dette gjør vi ved å lage relevant, nyttig og troverdig innhold i ulike faser av kundenes liv.

Ved bruk av reklameprodukter innen markedsføring, sponsor eller arrangement skal avdelingene alltid forholde seg til bankens innkjøpspolicy.

All vår kommunikasjon skal være på digitale plattformer slik at vi unngår å bruke papirbasert produksjon.

Ved markedsføring av bankens bærekraftssatsing skal vi alltid ha fokus på ikke å «grønnevaske» våre tjenester og produkter for å fremstå bedre enn de faktisk er. Både markedsføring og profilering av bærekraftsbudskap skal være faktabasert.

Vår kommunikasjon om bærekraft skal i innhold og mål være motiverende, støttende og legge til rette for at våre kunder skal kunne ta bærekraftige valg i sine liv.

Våre sponsorater skal alltid ha fokus på at de vi sponser skal jobbe med å gjøre ha gode bærekraftige løsninger i sin virksomhet. Dette er et krav for at vi skal sponse. Vi skal også ha spesielt søkelys på utenforskap i vårt arbeid mot barn og unge i vårt sponsorarbeid.

Ansvarlig for bankens markedsføringspolicy er banken markeds sjef.