

Marknadsføringspolicy for Sparebanken Sogn og Fjordane



1. BAKGRUNN OG FORMÅL

I Sparebanken Sogn og Fjordane sitt berekraftsarbeid skal banken også gjennom marknadsføringsarbeidet sikre at produkta og tenestene som banken er tilbydar av vert kommunisert og marknadsført på ein måte som støttar oppunder FN sine berekraftsmål, styrkar konkurransekrafta og reduserer banken sin ESG¹ risiko. I dette ligg m.a. å handle ansvarleg i måten vi kommuniserer med dei ulike kundane våre i det daglege gjennom rådgjevar/kundesenter, og/eller i ulike digitale kanalar. Marknadsføringspolicyen skal sikre at banken etterlever dei til ei kvar tid gjeldande lover og reglar m.a. når det gjeld bodskap, merking og dokumentasjon av eigenskapane til produkta og tenestene vi er tilbydar av. Dette gjeld både i eigen regi, men også som vert selt for samarbeidspartane våre. Marknadsføringa skal dessutan vere relevant for dei ulike målgruppene og understøtte banken sitt arbeid med å bygge langsiktige kunderelasjonar i god sparebanktradisjon.

¹ Environmental, Social and Governance

2. RETNINGSLINJER FOR MARKNADSFØRING

- Marknadsføringa til banken skal vere i tråd med god marknadsføringsskikk og alltid følge lover, forskrifter, rettleiarar og bransjestandardar som er relevante i marknadsarbeidet (sjå kap. 3 for eksempel). Med «god marknadsføringsskikk» meiner vi marknadsføring som ikkje krenkar allmenne etikk- og moraloppfatningar, ikkje brukar støtande eller påtrengande verkemiddel, eller er i strid med likeverd mellom kjønn og etniske grupper. Marknadsføringa skal dessutan vere i samsvar med banken sin policy for god forretningsskikk.
- Vi skal alltid bruke føre var-prinsippet i all kommunikasjon ut i marknaden. Vi skal vise høg aktsemd i forhold til etikk og det moralske ansvaret vi har i marknadsføringa av banken sine produkt og tenester. M.a. skal produkt og tenester marknadsførast på en slik måte at kunden vert gjort kjent med både fordeler/moglegheiter og ulemper/avgrensingar. Eigenskapar og vilkår som risiko og total pris på produktet/tenesta skal kome tydeleg fram og vere forståeleg for den kundegruppa produktet eller tenesta er retta mot.
- Kommunikasjonen vår om berekraft skal i innhald og mål vere motiverande, støttande og legge til rette for at kundane våre skal kunne ta berekraftige val.
- Ved marknadsføring av banken sine produkt som har fokus på berekraft skal vi sikre at kommunikasjonen ikkje bidrar til «grønnavsking» for å framstå meir berekraftige enn dei faktisk er. Berekraftbodskapa skal vere faktabasert. I dette ligg at produkta sine eigenskapar må kunne dokumenterast, og at dokumentasjon for påstandane skal vere tilgjengeleg for mottakar av produktmarknadsføringa.
- Vi skal vere særskilt merksame på å ikkje marknadsføre produkt og tenester overfor sårbare grupper, eller som kan forsterke sårbarheita. Å ikkje tilby kredittkort/forbrukslån til kundar med høg, usikra gjeld, eller marknadsføring mot mindreårige, eller unge vaksne, er eksempel på dette.
- Marknadsføringa vår skal vere basert på god kundeinnsikt og analyse, slik at vi treff dei rette kundane på rett måte til rett tid gjennom heile kundereisa. Produkt og tenestene skal marknadsførast i ein eigna kanal som sikrar at vi treff segmentet marknadsføringa er retta mot.
- For å unngå bruk av papirbasert produksjon skal marknadsføringa i hovudsak skje på digitale plattformer. Unntaket er utsending av fysiske gåver til nye kundar og lovpålagt informasjon vi er pålagt å sende fysisk til ikkje digitale kundar.
- All direkte marknadsføring skal vere i tråd med gjeldande regelverk for ulike behandlingsgrunnlag og personvern, m.a. samtykka den enkelte kunde har gitt til elektronisk marknadsføring.
- Vi skal ivareta kundane sitt personvern i tråd med banken si personvernerklæring
- Ved bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse skal dette berre skje i samsvar med gjeldande regelverk, relevante bransjenormer og allmenne standardar for etisk og forsvarleg bruk av kunstig intelligens og avansert dataanalyse.

- Ved bruk av reklameprodukt skal marknads- og kommunikasjonsavdelinga alltid rette seg til banken sin innkjøpspolicy og gjeldande lovverk og retningslinjer når det gjeld produksjon og etisk handel.
- I sponsorarbeidet skal vi ha fokus på at dei vi har langsiktig samarbeid med skal arbeide for gode løysingar for ei berekraftig verksemd. Vi skal dessutan ha særskilt fokus på likestilling mellom kjønn og utanforskap i sponsorarbeidet vårt mot barn og unge.

3. ETTERLEVING AV LOVVERK, FORSKRIFTER OG INTERNE STYRINGSdokUMENT

Retningslinjene skal sikre at alle relevante lover, forskrifter og interne styringsdokument vert etterlevd. Dette omfattar m.a.

- **Marknadsføringslova**
https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-01-09-2/KAPITTEL_3#§18
- **Personopplysningslova**
[Lov om behandling av personopplysninger \(personopplysningsloven\) - Lovdata](#)
- **Personvernforordninga**
[32016r0679.pdf \(lovdata.no\)](#)
- **Finansavtalelova**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1999-06-25-46?q=finansavtaleloven>
- **Ehandelslova**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2003-05-23-35?q=ehandelslova>
- **Åndsverkslova**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-40?q=åndsverkslova>
- **Forskrift om markedsføring av kreditt**
<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-04-05-437>
- **Forskrift om prisopplysning for varer og tjenester (Prisopplysningsforskriften)**
<https://lovdata.no/dokument/SFO/forskrift/1997-11-28-1382>
- **Rutine for samtykke frå kunde til marknadsføring**
- **Rutine for direkte marknadsføring**

4. ORGANISERING

Den enkelte avdeling og fagansvarleg har ansvaret for at gjeldande marknadsføringspolicy vert etterlevd. Marknads- og kommunikasjonsavdelinga ved marknadssjef har ansvaret for at marknadsføringspolicyen er oppdatert i tråd med gjeldande regelverk.

5. OPPFØLGING OG RAPPORTERING

Det er den enkelte avdeling sitt ansvar å sikre at det ikkje oppstår hendingar, der kunden eller banken sine interesser vert negativt ramma. Dersom feil, eller uheldige hendingar oppstår, må det setjast inn tiltak for å sikre at feilen ikkje skjer på nytt. Kundeklagar og andre uønska hendingar knytt til marknadsføring av produkt og tenester vert følgt opp i tråd med banken sine rutinar.

6. ENDRINGSLOGG

Versjon	Dato godkjent	Dokumenteigar	Ansvarleg	Godkjennar	Status
1.0	03.01.2023	Marknads- og kommunikasjons avdelinga	Marknadssjef	Kommunikasjons direktør/KL	Godkjent