

GUIDE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE POUR LES EXAMENS DE PRODUITS

La mission d'ANBL est de gérer de façon responsable une entreprise prospère pour les habitants du Nouveau-Brunswick, en offrant la meilleure sélection aux consommateurs ayant l'âge légal pour boire. Il lui incombe de s'assurer que ces produits répondent aux besoins de ses clients, tout en respectant la stratégie de responsabilité de l'entreprise.

À ce titre, en plus des perspectives commerciales et des mesures du rendement prises en considération pour la mise en liste, les produits sont également examinés du point de vue de la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) dans le cadre du processus de mise en liste.

La RSE se rapporte aux produits en tenant compte des éléments suivants : utilisation responsable des produits, représentation des mineurs, sécurité, utilisation excessive, renseignements trompeurs et sensibilité aux réactions négatives potentielles des groupes publics.

ANBL respecte des normes élevées et peut choisir de ne pas mettre en liste un produit en se basant sur l'examen de la responsabilité sociale de l'entreprise. La société se réserve le droit de retirer un produit de la liste si un problème ou une circonstance importante justifie un examen et une intervention.

CRITÈRES

L'équipe de catégorie examine chaque produit en tenant compte des éléments suivants :

- Représentation des mineurs
 - ▶ Les produits ne contiendront pas d'images représentant des mineurs ou des personnes pouvant raisonnablement être confondues avec des mineurs.
 - ▶ Les produits ne doivent pas attirer de manière flagrante les mineurs.
- Renseignements trompeurs
 - ▶ Le texte ou l'image du produit n'est pas faux, trompeur ou mensonger.

Obtention du statut - Les produits ne doivent pas :

- Suggérer que la consommation d'alcool peut améliorer les qualités personnelles, l'image ou l'estime de soi, ou est un moyen de gagner en contrôle, en admiration ou en réussite sociale ou financière.

- Impliquer une infériorité ou une impopularité pour ne pas prendre part à la consommation d'alcool.
- Dépeindre l'alcool comme une nécessité ou comme un besoin de détente, ou suggérer que l'alcool offre des avantages et des qualités sanitaires, thérapeutiques ou sédatives.
- Produits qui ressemblent à des boissons non alcoolisées
 - ▶ Les produits qui ressemblent à des boissons non alcoolisées courantes doivent comporter un langage ou des images distinctifs pour avertir les clients que ce produit contient de l'alcool.
- Goût et sensibilités
 - ▶ Les produits éviteront les sensibilités politiques, culturelles ou religieuses.
 - ▶ Les produits ne prendront pas la forme d'articles associés à un comportement dangereux (par exemple, des aiguilles hypodermiques, des armes, etc.).
- Sécurité et influence du comportement
 - ▶ Le texte et les images ne présenteront pas les produits et les consommateurs de manière irresponsable.
 - ▶ Les produits ne doivent pas
 - Encourager les consommateurs à boire de l'alcool de manière excessive, irresponsable ou au-dessus de leurs capacités.
 - Suggérer ou présenter des comportements ou des activités à risque, illégaux, violents ou agressifs, y compris le mépris de la sécurité.
 - Faire référence au sentiment ou à l'effet provoqué par la consommation d'alcool ou représenter des personnes sous l'influence de quantités excessives d'alcool.
 - Représenter, encourager ou tolérer les personnes qui utilisent le produit dans des situations où la consommation d'alcool est interdite (par exemple, en conduisant).