

Sponsringpolicy för Axfood

Axfoods värderingar

Axfoods affärsidé är att utveckla och driva framgångsrika matkoncept. Kunderbjudandena ska vara tydliga och attraktiva. Axfood vill också uppfattas som bäst i branschen när det gäller miljö och socialt ansvar. Inom Axfoods olika bolag finns också värderingar som utvecklats inom respektive bolag. Hemköp har satsat på en hälsoprofil och inom Willys vänder man sig särskilt till barnfamiljer. Axfoods sponsring bör bygga på Axfoods grundläggande värderingar.

Sponsring för dotterbolagen beslutas av respektive bolags VD efter samråd med Axfoods kommunikationsdirektör. För Axfood AB beslutar Axfoods VD.

Sponsringssatsningarna ska årligen redovisas för Axfoods företagsledning.

Vad innebär sponsring för Axfood?

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder som syftar till att vara till nytta för två eller flera parter. Axfoods sponsring ska vara en del av företagets marknadskommunikation, bidra till varumärkesbyggandet och vila på Axfoods grundläggande värderingar.

Inriktning

Axfoods sponsring ska:

- bygga på långsiktiga relationer med seriösa, stabila organisationer.
- inriktas mot områdena miljö, hälsa, barn och livsmedel.
- vara till nytta för alla deltagande parter.
- alltid bygga på skriftliga avtal.
- bygga på öppenhet.

Begränsningar

Sponsringssamarbeten ska inte

- gynna ändamål som är etiskt tveksamma pga bristande hänsyn till t ex miljö, sociala aspekter eller djurskydd
- gynna ändamål som i övrigt strider mot Axfoods värderingar.
- stödja partipolitiska eller religiösa organisationer.
- stödja enskilda individer.