

Pr

Nestlé Tüketici İletişim İlkeleri



Hazırlayan/yayınlayan departman
Pazarlama ve Tüketici İletişimi, Halkla İlişkiler

Pr

İlgili Grup İlkeleri / Politikaları, Standartları veya Rehber Kuralları
Nestlé Kurumsal İş İlkeleri
Nestlé Tüketici Veri Toplama Rehber Kuralları
Nestlé Çocuklara Yönelik Pazarlama İletişimi Politikası

Yerini aldığı belge:
2007'de yayınlanan Nestlé Tüketici İletişimi İlkeleri

Bilgi Havuzu
Tüm Nestlé İlkeleri ve Politikaları, Standartları ve Rehber Kuralları'na Merkezî çevrimiçi bilgi havuzundan ulaşılabilir:
<http://intranet.nestle.com/nestledocs>

Onaylayan
Nestlé İcra Kurulu
Paul Bulcke, CEO

Yayınlanma tarihi
Şubat 2011

Telif hakları ve gizlilik
Bu belge içeriği, gerekli uygun yetkilendirme olmaksızın çoğaltılamaz, üçüncü taraflara dağıtılamaz veya ifşa edilemez. Tüm hakları Nestec Ltd, Vevey, İsviçre'ye aittir.
© 2011, Nestec Ltd.

Tasarım
Nestec Ltd, Kurumsal Kimlik ve Tasarım, Vevey, İsviçre

Basım
Altavia Swiss, İsviçre

Kağıt
Bu rapor Orman Yönetim Konseyi (FSC) tarafından belgeli, iyi yönetilen ormanlar ve diğer kontrollü kaynaklardan üretilmiş BVS kağıdına basılmıştır.



Nestlé Tüketici İletişim İlkeleri

Nestlé olarak amacımız tüketicilerimize bol çeşitlilikte, lezzetli ve sağlıklı yiyecek ve içecek seçenekleri sunarak uzun vadede sürdürülebilir değer yaratmaktır.

Ürünlerimizi pazarlama şeklimiz de aynı ölçüde önemlidir. Reklam gibi tüketici iletişiminin, tüketicilerin bilinçli seçim yapmalarına yardımcı olduğuna inanırken, tüketicilerimizin markalarımıza ve şirketimize olan güvenini kazanmak ve korumak için bu uygulamanın çeşitli ilkelerle uyumlu olması gerektiğini de düşünüyoruz.

Tüketici iletişimi iki yönlüdür. Sosyal ağlar ve mobil iletişim gibi internet ve dijital medyanın gün geçtikçe artan önemi tüketicilerimizle karşılıklı ilişki biçimimizi de değiştirdi. Buna ek olarak çocukluk çağında görülen obezite ve çevreye olan olumsuz etkilerin azaltılması gibi sosyal sorunlara verdiğimiz taahhüt konusunda tüketicilerimizin beklentileri de hiç olmadığı kadar yüksek.

Bu bağlamda Nestlé olarak hem markalarımız hem de kurumsal düzeyde tüketici iletişimimizin yönetimini sorumlu şekilde ve dikkatle gerçekleştirmeliyiz. Nestlé Tüketici İletişim İlkeleri tüm pazarlama ve tüketici iletişimde temel alınması gereken en yüksek standart olarak tanımlanmıştır.



Paul Bulcke
CEO

Tüm tüketicilerle iletişim

- Yazılı metin, ses ve görüntü dahil olmak üzere tüm araçlar lezzet, boyut ve içerik konusunda ürünü doğru tanıtmalıdır.
- Sağlığa faydalı olma iddiaları sağlam bilimsel temele dayanmalıdır, geçerli mevzuat ve düzenlemelerle uyumlu ve tüketiciler tarafından kolayca anlaşılır olmalıdır.
- Besin içerik bilgileri, besin zenginleştirme ve beslenme beyanları da dahil olmak üzere ürünün besin içeriğini doğru şekilde yansıtmalı ve geçerli mevzuat ve düzenlemelerle uyumlu olmalıdır. Ambalaj üzerinde yer alan belirli beyanlar yerel mevzuatı yansıtmalıdır.
- Gıda reklamları hedef kitle ve sosyal bağlama uygun porsiyon miktarları ile ortalama porsiyon miktarları dahil olmak üzere (aşırı değil ancak makul), gıda tüketiminde ölçülü davranışı dile getirmelidir.
- Mümkün ve uygun olan her durumda gıda reklamları hareketsiz bir yaşam tarzı yerine daha aktif bir yaşam tarzını tasvir etmelidir.
- Bir öğünün sadece bir kısmını oluşturan ürünlerin bu özelliği net bir şekilde tanımlanmalıdır.
- Atıştırmalık yiyecek veya içecekler besleyicilik yönünden bir öğünün yerine geçebilecek şekilde tasarlanmamış ise, tersi anlaşılacak şekilde tasvir edilmemelidir. Atıştırmalıklar ve çikolatalı gofretler, bir öğünün yerini alabilecekleri ileri sürülmeyecek şekilde tanıtılmalıdır.
- Çevresel etki ve sosyal fayda beyanları sağlam bilimsel temele dayanmalıdır, geçerli mevzuat ve düzenlemelerle uyumlu, tüketiciler tarafından kolayca anlaşılır olmalıdır.
- Tüketici iletişiminin içeriği her ülkenin yasaları ve düzenlemeleri ve gönüllü olarak uyulan kural ve standartları ile uyumlu şekilde lezzet ve sosyal sorumluluğu yansıtmalıdır. Standartlar ülkeden ülkeye farklılık gösterse de kaba, kötü veya saldırgan davranış sergilememeli ve sarsıcı veya rencide edici amaçlı olmamalıdır.
- Reklam içeriği ayrımcı veya dinsel, etnik, siyasi, kültürel veya sosyal grupları rahatsız edici tutumları tarif etmemelidir.
- Reklamlar kötü izlenim bırakan medya olaylarından faydalanmaktan kaçınmalıdır.
- Reklam başkalarının başına gelen kötü olaylardan asla yararlanmamalıdır.
- Tüketici iletişimi ürünlerin güvenli bir şekilde tüketilmesini göstermeli ve tehlikeli faaliyetlerde bulunan kişileri tasvir etmemelidir.
- Reklam, rakiplerin adını doğrudan vermemeli, rakip ürünleri yanlış tasvir etmemeli veya aşağılamamalıdır.
- Daha fazla izleyici, dinleyici veya okuyucu çekme stratejisi ile şiddet, cinsellik veya başkalarına karşı saldırgan davranışlardan yararlanmaya çalışan televizyon ve radyo programları veya dergiler ve web sitelerine sponsor olmak veya reklam vermek Nestlé ilkelerine aykırıdır.
- Tüketici verileri toplarken Nestlé geçerli mahremiyet mevzuatı ve düzenlemelerine uyar ve özel bir düzenlemenin henüz uygulamada olmadığı yerlerde Nestlé standartlarını uygular. "Nestlé Veri Toplama Yönergeleri" çocuklardan veri toplanması konusuna özel yol gösterici bilgi içerir.

Tüketici olarak çocuklar

Tüm tüketiciler için geçerli olan yukarıdaki ilkelere ek olarak Nestlé özellikle çocuklara yönelik iletişim için aşağıdaki ilkeleri oluşturmuştur. "Çocuk" ile 12 yaşın altındaki çocuklar kastedilmiştir ancak tanımlar ülkeden ülkeye değişebilir.

Nestlé bu ilkeleri uygulamak konusunda her zaman özenli olmuş ve her ülkede bu ilkelerin gereği gibi yorumlanması için mantık ve sağduyudan yararlanmıştır.

- Hiçbir reklam veya pazarlama etkinliği 6 yaşın altındaki çocuklara yönelik olamaz.
- 6-12 yaş arasındaki çocuklar için reklamlar, çocukların sağlıklı, dengeli bir beslenme şekline ulaşmalarına yardımcı besin profiline sahip ürünlerle kısıtlanmalı ve buna şeker, tuz ve yağ gibi bileşenlerin net sınırları da dahil olmalıdır.
- Yukarıdaki kriterlere uyan ürünlerin okullarda ve etkinliklerde numune dağıtımı veya promosyon faaliyetleri, ancak okul idaresi ve etkinliği düzenleyen taraflardan önceden alınacak izinle yürütülecektir. Geçerli mevzuat veya düzenlemelerle uyumlu olmalıdır ve eğitici beslenme mesajları içermelidir.
- Çocuklara yönelik reklamları yapılan gıda ürünleri, reklamda gösterilen belirli yaş aralığına uygun olmalıdır.
- Reklam, ürünün kullanımından elde edilecek olası faydalar konusunda yanıltıcı olmamalıdır. Akranlar arası statü veya popülerlik, fiziksel gelişim, güç veya yeterlilik bu tür olası faydalara dahildir. Fakat örnekler bunlarla sınırlı değildir.

- İletişimimiz ebeveynlerin otoritelerini sarsmamalıdır. Reklamlarımızda gösterilen çocuklar ebeveynlerini veya başkalarını ürünlerimizi satın almaya zorlar olarak görülmemelidir.
- Çocuklara yönelik reklamlar, örneğin "şimdi" ve "sadece" gibi kelimeler kullanılarak, bir aciliyet duygusu yaratmamalı ve ayrıcalıklı olma veya fiyat düşürme anlamına gelmemelidir.
- Reklamlar şiddet veya cinsellik imaları dahil olmak üzere çocukları sarsma veya kaygı yaratma amaçlı davranışları tasvir veya teşvik etmemelidir.
- Küçük ve daha büyük çocuklar için animasyon dahil olmak üzere fantastik içerikler uygundur. Ancak hayal ile gerçeği ayırt etmede zorluk yaratmamalıdır.
- Öncelikli olarak çocuklara yönelik program içeriğinden geliştirilen veya program içeriği ile ilişkili olan ürünlerin reklamı bu program sırasında veya bu programa bitişik olarak yapılmamalıdır.
- Program karakterleri, gerçek veya animasyon olsun, ürünlerin, özelliklerin veya hizmetlerin satılması için kullanılmamalıdır. Öncelikli olarak çocuklara yönelik olan ve ilgili karakterin yer aldığı programda veya bu programın hemen ardından reklamı yapılmamalıdır. Aynı şekilde basılı bir yayının içeriği ile ilişkili bir karakter veya kişilik, aynı basılı yayında ürün, özellik veya hizmetlerin satışı için kullanılmamalıdır.

Tüketiciler, beslenme biçimi ve fiziksel aktivite

Nestlé kişisel sorumluluk ve seçme hakkının temel insan hakları olduğuna inanır. Fakat insanların daha dengeli bir beslenme alışkanlığına sahip olmalarını sağlamak için, yedikleri ve içtiklerini nasıl kontrol altına alabilecekleri konusunda farkındalık inşasına yardım etme sorumluluğumuz da bulunmaktadır.

Nestlé dengeli beslenme ve yeterli fiziksel aktivitenin, sağlığı korumanın ayrılmaz parçaları olduğuna inanır.

Nestlé çok çeşitli ürünler geliştirir, üretir ve pazarlar. Bu ürünler birçok tüketici ihtiyacını karşılar: besin içeriği, çeşit, keyif ve kullanım kolaylığı gibi. Tüketicilerin dengeli, sağlıklı bir beslenme alışkanlığına ve genel refaha ulaşmasında, her yiyecek ve içeceğin oynadığı bir rol vardır.

Nestlé tüketicilere ürünlerinin besin değeri ve sağlık faydalarına dair kullanışlı, anlaşılır ve ilgili bilgi sağlayacaktır. Düzenli egzersiz, dengeli beslenme ve yiyecek tüketiminde ölçülülük dahil olmak üzere beslenme eğitimi için fırsatlar yaratacağız veya oluşan fırsatlardan faydalanacağız.

Nestlé reklamlarında çok zayıf veya obez kişileri rol modeli olarak kullanmayacaktır.

Nestlé, insanları ve özellikle büyümekte olan çocukları, beslenmenin olumlu bir rol oynadığı, sağlıklı, enerjik uğraşlar ve yaşam tarzını yansıtan etkinlikleri teşvik edecek ve tercihen bu etkinliklere sponsor olacaktır.

