

Zásady pro komunikaci Nestlé se spotřebiteli



Zásady pro komunikaci Nestlé se spotřebiteli

Nestlé se snaží vytvářet dlouhodobě udržitelnou hodnotu tak, že nabízí spotřebitelům na vybranou širokou škálu chutnějších a zdravějších potravin a nápojů.

Stejně důležité je to, jakým způsobem naše výrobky uvádíme na trh. Věříme, že komunikace se spotřebiteli, jako je například reklama, jim pomáhá uplatnit jejich právo na informovanou volbu. Zároveň věříme, že uplatňování této komunikace v praxi musí dodržovat určité zásady, abychom získali a udrželi si důvěru spotřebitelů v naše značky a v naši společnost.

Komunikace se spotřebiteli je dvousměrná záležitost. Rostoucí význam internetu a digitálních médií, jako jsou sociální sítě a mobilní komunikace, jednou provždy změnila způsob, jakým komunikujeme se spotřebiteli a jakým spotřebitelé komunikují s námi. Navíc, očekávání spotřebitelů ohledně našich závazků směrem k řešení sociálních témat, jako je boj proti dětské obezitě či snížení dopadu na životní prostředí, jsou vyšší než kdykoli v minulosti.

V tomto kontextu musí Nestlé prokázat odpovědné a pečlivé řízení naší spotřebitelské komunikace, jak na úrovni značek, tak na úrovni korporátní. Zásady pro komunikaci Nestlé se spotřebiteli byly vypracovány jako nejvyšší standard, na němž musí být založen veškerý marketing a spotřebitelská komunikace.

Paul Bulcke
generální ředitel Nestlé S.A.

Komunikace se všemi spotřebiteli

- Všechna vyjádření, včetně textových, zvukových a obrazových, musejí přesně reprezentovat výrobek, včetně jeho chuti, velikosti a obsahu.
- Tvzení o zdravotní prospěšnosti musejí být podpořena příslušnými vědeckými výzkumy, odpovídat příslušné legislativě a směrnícím a být pro spotřebitele snadno srozumitelná.
- Informace o obsahu živin, včetně tvrzení o fortifikaci a nutričních tvrzení, musejí být podány takovým způsobem, aby přesně odrážely nutriční složení výrobku a odpovídaly příslušné legislativě a směrnícím. Specifická tvrzení uvedená na obalu musejí být v souladu s místní legislativou.
- Reklama na potraviny by měla zobrazovat umírněnost ve spotřebě, včetně rozumných velikostí porcí (tedy nikoli přehnaných), kde velikost porcí musí být přizpůsobena cílovým spotřebitelům a společenskému kontextu.
- Kdykoli je to možné a vhodné, měly by reklamy na potraviny a nápoje propagovat aktivní, nikoli sedavý způsob života.
- Výrobky, které tvoří pouze součást jídla, musejí být jako takové jasně uvedeny.
- Pokud nebyla daná potravina nebo nápoj vyrobena jako náhrada jídla, neměla by tak být prezentována. Potraviny určené jako zákusek (snack) a cukrovinky/tyčinky nesmí být propagovány způsobem, který by naznačoval, že jsou náhradou jídla.

- Tvzení ohledně dopadu na životní prostředí či ohledně přínosu k řešení sociálních témat musí opřena o vědecký základ, musí být v souladu s odpovídajícími zákony a předpisy a musí být snadno pochopitelná pro spotřebitele.
- Obsah komunikace se spotřebiteli musí vykazovat dobrý vkus a společenskou odpovědnost, v souladu se zákony a nařízeními platnými v dané zemi a dobrovolně přijatými kodexy a standardy. Ačkoli se standardy jednotlivých zemí liší, komunikace nesmí obsahovat vulgárnost, propagovat nevhodné nebo urážlivé chování a nikdy nesmí být jejím záměrem šokovat nebo urážet.
- Obsah reklam nesmí obsahovat postoje, které jsou diskriminující nebo urážejí náboženské, etnické, politické, kulturní a společenské skupiny.
- Reklama by se měla vyvarovat využití mediálních událostí, které by mohly být založeny na špatném vkusu.
- Reklama nikdy nesmí využívat neštěstí jiných.
- Komunikace se spotřebiteli musí ukazovat spotřebu výrobků bezpečným způsobem a nezobrazovat osoby vykonávající nebezpečné činnosti.
- Reklama by neměla konkurenci přímo jmenovat, podávat zkreslené informace o výrobcích konkurence ani je očerňovat.
- Je proti zásadám Nestlé sponzorovat nebo umístit reklamu do televizních a rozhlasových programů nebo do časopisů a na webové stránky, jejichž strategie pro přilákání obecnstva a čtenářů spočívá ve využívání násilí nebo sexu, případně se vyznačuje podporou chování urážlivého vůči ostatním.
- Při sběru údajů od spotřebitelů dodržuje společnost Nestlé příslušnou legislativu a nařízení, vztahující se k zachování soukromí, a aplikuje normy společnosti Nestlé tam, kde specifická legislativa nebyla zatím zavedena. „Pravidla Nestlé pro shromažďování údajů“ rovněž obsahují konkrétní pravidla pro shromažďování údajů od dětí.

Děti jako spotřebitelé

Kromě již zmíněných zásad platných pro všechny spotřebitele vyvinula společnost Nestlé následující zásady komunikace, které jsou určeny přímo pro děti. Výrazem „děti“ se všeobecně myslí děti mladší 12 let, ale definice se v každé zemi liší. Společnost Nestlé musí za všech okolností tyto zásady přísně dodržovat a uplatňovat zdravý rozum a soudnost při jejich aplikaci v podmínkách jednotlivých zemí

- Reklamní nebo marketingová aktivita nesmí být zaměřena na děti mladší 6 let.
- Reklama na děti ve věku 6-12 let bude omezena na výrobky s nutričním profilem, který jim napomáhá dosáhnout zdravého a vyváženého jídelníčku, včetně jasných limitů na složky jako cukr, sůl a tuk.
- Poskytování vzorků a propagační akce výrobků, splňujících výše uvedená kritéria, na školách a akcích, proběhnou pouze po předcházejícím souhlasu a svolení vedení školy a organizátorů akce. Musí být přitom dodržována příslušná legislativa i směrnice a měly by být doprovázeny vzdělávacími výživovými sděleními.

- Reklama na potravinářské výrobky cílená na děti musí být vhodná pro danou věkovou skupinu zobrazenou v reklamě.
- Reklama nesmí být zavádějící pokud jde o možný přínos plynoucí z užití výrobku. Takovýto přínos může zahrnovat – mimo jiné – status nebo popularitu mezi vrstevníky, fyzický růst, sílu nebo dovednost.
- Naše komunikace nesmí podkopávat autoritu rodičů. Děti zobrazené v naší komunikaci nesmí naléhat na rodiče nebo jiné osoby, aby jim koupily naše výrobky.
- Reklama směřovaná na děti nesmí vytvořit dojem naléhavosti; vyjadřovat výlučnost nebo snížení ceny slovy, jako jsou například „nyní“ a „pouze“.
- Reklama nesmí zobrazovat nebo podporovat chování, které má v úmyslu šokovat nebo vyvolat úzkost u dětí, včetně násilí nebo sexuálních narážek.
- Fantazie, včetně animací, je vhodná pro mladší i starší děti. Neměla by však způsobit obtíže v rozeznávání mezi reálným a imaginárním světem.
- Produkty vyrobené na základě obsahu pořadu určeného především pro děti nebo s ním spojené nesmí být propagovány v průběhu takového pořadu nebo v bezprostředně přilehlé době.
- Osobnosti a postavy z pořadů, ať už živé nebo animované, nesmí být využity k prodeji výrobků nebo služeb v pořadech určených především pro děti, kde vystupuje stejná osobnost, nebo postava, anebo v časově bezprostředně přilehlých programech. Obdobně platí, že postava, nebo osobnost související s redakčním obsahem tištěné publikace se nesmí využít k prodeji výrobků, bonusů a služeb ve stejné publikaci.

Spotřebitelé, výživa a fyzická aktivita

Nestlé věří, že odpovědnost jednotlivce a svoboda volby patří mezi základní lidská práva. Neseme však odpovědnost za to, abychom napomohli vytvořit povědomí, jak mohou lidé lépe kontrolovat, co jedí a pijí tak, aby se mohli těšit z vyvážené stravy.

Nestlé se domnívá, že správná výživa a vhodná fyzická aktivita jsou nenahraditelné pro udržení dobrého zdraví.

Nestlé vyvíjí, vyrábí a uvádí na trh širokou škálu potravin a nápojů. Tyto výrobky uspokojují mnoho potřeb spotřebitelů svou nutriční hodnotou, pestrostí, chutí a dostupností. Každá potravina i nápoj hraje úlohu při dosažení zdravého, vyváženého jídelníčku a celkové pohody našich spotřebitelů.

Nestlé poskytuje spotřebitelům užitečné, srozumitelné a relevantní informace o nutričních a zdravotních přínosech svých výrobků. Vytvoříme nebo využijeme příležitosti pro nutriční vzdělávání – včetně úlohy pravidelného cvičení, vyvážené stravy a umírněnosti v konzumaci potravin.

Nestlé ve své komunikaci nepoužije jako vzory pro ostatní ani extrémně štíhlé, ani obézní osoby.

Nestlé bude podporovat a pokud možno i sponzorovat akce, v nichž jsou lidé - a obzvláště děti – zapojeni do zdravého a energického životního stylu, při čemž sehrává výživa pozitivní úlohu.