

Arçelik

**Global Sorumlu
Pazarlama ve
Reklam Politikası**

Global bir şirket olan Arçelik, Global İş Etiği İlkelerinde belirtildiği üzere; tüm reklam ve pazarlama faaliyetlerinin sorumluluk ilkeleri ışığında yönetilmesini esas alır. Arçelik ürün ve hizmetlerine ilişkin faydaları birçok farklı kanalı kullanarak varlık gösterdiği tüm ülkelerde mevcut tüm hukuk kurallarına uygun, dürüst, gerçekçi ve şeffaf olarak tüketicileri ile paylaşır.

Arçelik, belirli kesimlerin sınırsız çıkar beklentileri karşısında diğer çevrelerin haklarının etik dışı biçimde ihlal edilmesinin önüne geçilmesi için gerekli adımları atar. Bu nedenle tüm global operasyonlarında, Global İş Etiği İlkelerine uygun olarak, bütün markaları altında gerçekleştirilen **Pazarlama ve Reklam** çalışmalarında saygınlık, sorumluluk ve şeffaflık esaslarına uymayan hiçbir çalışmanın içerisinde yer almayacağını beyan eder ve bu kapsamdaki ilkelerini bu Politika ile tüm kamuoyu ile paylaşır.

Amaç:

Bu Global Sorumlu Pazarlama ve Reklam Politikası Arçelik'in tüm markaları ile birlikte globalde gerçekleştirdiği pazarlama uygulamaları ve reklamlarının çalışma yöntemlerini ve prensiplerini, dürüstlük, adalet, şeffaflık ve sorumluluk ilkeleri ekseninde tanımlamak ve yasalarla tanımlanmasa bile faaliyet gösterdiği tüm coğrafyalarda global standartlarını uygulamak amacıyla oluşturulmuştur.

Kapsam:

Bu Global Sorumlu Pazarlama ve Reklam Politikası, Arçelik'in tüm iştiraklerini, bütün markalarını, ürün ve hizmetlerini tanıtan tüm pazarlama ve reklam faaliyetleri ile bu faaliyetler için üçüncü taraflarla yapılan iş-birliklerini kapsamaktadır.

Bu kapsama Arçelik ve/veya beraber çalıştığı tüm ajanslarının gerçekleştirdiği çalışmalarda mevcut olan; marka isimleri, paketleme ve etiketleme, tüketici araştırmaları, televizyon, radyo, basılı ve dijital medya yayımları, tüm promosyon çalışmaları, düzenlenen reklam organizasyonları dahildir.

Genel Prensipler:

Sorumlu Pazarlama:

- Arçelik tüm pazarlama ve reklam faaliyetlerinde her zaman Global İş Etiği İlkelerinde belirtilen iş yapış biçimine ve hukuka uygun olarak; dürüst, adil ve şeffaf olmayı taahhüt eder.
- Tüm pazarlama iletişimini tüketicilere, topluma, gezegene, sektöre ve rakiplerine karşı sorumluluk bilinciyle gerçekleştirir.
- Pazarlama ve reklam faaliyetini gerçekleştirdiği ürüne ilişkin olarak ilk koşulu ürün kalitesi ve güvenliğidir. Tasarımından, içerik, ambalaj, satış sonrası, kalite, standartlara uygunluk gibi tüm aşamalarına varıncaya kadar genişletilmiş ürün kalitesinden ve güvenliğinden emin olmadığı ve tüketicilerinin faydasına olmayacak hiçbir ürünün pazarlama ve reklam faaliyetlerini gerçekleştirmez.

- Pazarlama etkinliklerini sadece satış ve tanıtım amacıyla düzenler. Beklenmedik veya yanıltıcı bir algı oluşturmak için kullanmaz.
- Ürün ve hizmetlerinin değerlerini ve faydalarını abartarak yanıltıcı reklam yapmaz. Sahte veya aşırı oynanmış analizler, abartılmış analitik veriler ve referanslar vermez. Tüketicilerin anlayacağı şekilde, açık ve yalın bir dille verileri şeffaf şekilde ortaya koyar. Yanlış, sahte veya yanıltıcı bilgileri kullanmaz.
- Tüm pazarlama ve reklam faaliyetlerinde özgündür. Uyguladığı tüm pazarlama ve reklam faaliyetlerinde yenilikçi ve benzersiz olmayı hedefler.
- Arçelik, Global Veri Gizliliği Politikası kapsamında, yasalara uygun olarak rızası alınmamış hiçbir tüketiciyi e-posta, telefon gibi pazarlama yöntemlerle taciz etmez. Tüketicilerinin verilerini kurallara uygun olarak veri gizliliği, veri yönetimi, verilerin uygun şekilde saklanması, şeffaflık ve veri ile ilgili diğer tüm yasal düzenlemeleri ve iç politikaları esas alarak yönetir. Tüketici verileriyle ilgili tüm politikalarını kolayca erişilebilir alanda paylaşır ve tüketicilerini bilgilendirir.

Çeşitlilik ve Kapsayıcılık

- Arçelik, Global İnsan Hakları Politikası ve Global Ayrımcılığı ve Tacizi Önleme Politikası'na uygun olarak tüm pazarlama ve reklam faaliyetlerinde çeşitliliği ve kapsayıcılığı en önemli ön koşul olarak kabul eder. Din, dil, ırk, cinsiyet, inanç vb. herhangi bir konuda ayrımcılık olarak kabul edilebilecek hiçbir iletişim çalışmasının içerisinde yer almaz ve yapılmasına izin vermez. Kültürel farklılıklara saygı duyar ve nefret söylemi olabilecek her türlü söylemden kaçınır.
- Toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında faaliyet gösterdiği tüm coğrafyalarda eşitlikçi reklam ve pazarlama faaliyetleri gerçekleştirir. Kalıplaşmış eşitlikçi toplumsal rolleri pekiştirecek pazarlama ve reklam faaliyetlerinde bulunmaz.
- Toplumun herhangi bir kesiminin veya bireylerin, mevcut dezavantajlı durumlarını bir pazarlama ve reklam aracı olarak kullanmaz.
- Reklamlarında ve pazarlama faaliyetlerinde, insan hakları, çalışan hakları ve çocuk hakları ile evrensel kurallara saygılı davranır.
- Çocukların fiziksel, zihinsel veya ruhsal gelişimine olumsuz etki edebilecek herhangi bir iletişimde bulunmaktan kaçınır.
- İdeal güzellik, ideal aile vb. tanımları yapmaz. Topluma herhangi bir rol için ideal bir profil algısı yaratmaz.
- Bireysel farklılıklara değer verir ve demografik grupları tasvir etmekten kaçınır.

- Tüm pazarlama ve reklam faaliyetlerinde ve materyallerinde rahatsız edici, hassasiyet yaratabilecek görüntülere ve mesajlara yer vermez.

Adil Rekabet

- Arçelik Global Rekabet Politikası'na uygun olarak adil ve hukuka uygun rekabet koşullarını destekler. Tüm rakiplerine saygı duyar.
- Arçelik ve tüm çalışanları tüm iş yapış şekillerinde adil ve hukuka uygun rekabet uygulamalarına göre davranmak ile yükümlüdürler.
- Olağanüstü koşullarda dahi (pandemi vb.) satışları teşvik etmek için korku verici ve negatif mesajlar yerine her zaman olumlu mesajlar kullanır.
- İnsanlığın ve gezegenin sürdürülebilirliği için geliştirdiği teknolojileri ve ürünleri (solunum cihazı, mikrofiber filtre vb..) rakipleri ile paylaşmaktan kaçınmaz.

Çevresel ve Sosyal Etki

- Etki yıkama (*Impact washing: bir ürünün toplum için gerçek olumlu bir değişimi sağladığına dair kanıtlarla desteklenemeyen, etki odaklı herhangi bir pazarlama iddiası*) ve yeşil yıkama (*green washing: gerçekte var olmayan veya somut verilerle kanıtlanamayan doğaya karşı duyarlılığın ve faydanın, var olduğuna dair toplumsal bir imaj yaratmak amacıyla yapılan yanlış ve yanıltıcı pazarlama aktivitesi*) algısı oluşturabilecek herhangi bir pazarlama aktivitesi yapmaz. Fayda odaklı yanıltıcı iddialarda bulunmaz.
- Gerçeklikten hiçbir zaman kopmaz. Somut ispatları olmayan hiçbir konuyu reklama taşımaz.
- Pazarlama avantajı elde etmek için herhangi bir ürün ve hizmetinin olumlu etkisini abartmaz.
- Reklam ve pazarlama aktivitelerinde çevresel etkisini düşünerek sürdürülebilir çözümler üretir. Enerji ve materyal kullanımından, atık yönetimine tüm süreçte sürdürülebilir çözümler bulur. Doğa dostu, ekolojik ayak izi düşük pazarlama aktivitelerini ve reklamları destekler.

Uygulama ve İzleme

- Bu Politika Arçelik Global İletişim Direktörlüğü tarafından yayımlanmakta olup kurallar tüm Arçelik çalışanları için bağlayıcıdır. Özellikle tüm pazarlama direktörlükleri bu kuralların uygulanmasından birinci derecede sorumludurlar. Bu Politika'nın ihlali iş akdinin feshi dahil çeşitli yaptırımlara sebep olabilir.

Revizyon Tarihi: 07.07.2022