

Çocuklara Pazarlama Politikası

Politika Beyanı.

Mondelēz International’da doğrudan 12 yaş altı çocuklara pazarlama yapılmasına inanılmamaktadır. Bütün aileye yönelik pazarlamamız, atıştırmalık kararlarını bilinçli yapabilmeleri için bilgi ve ürün seçenekleri sunduğumuz ebeveynlere (yetişkinler, ebeveynler, veliler), ve 12 yaş ve üstü kişilere yöneliktir.

Genelde:

- Reklamlarımız, alım kararlarını veren ebeveynlere (yetişkinler, ebeveynler, veliler), ve 12 yaş ve üstü kişilere yönelik yapılmaktadır.
- Promosyon bağlantılarımız, spesifik beslenme kriterlerine uymayan ürünler için, lisanslı karakterlerle ve PG ve üstü derecelendirilmiş filmlerle sınırlıdır; ve sadece 12 yaş ve üstü çocuklara çekici gelen hediyeler/oyuncaklar sunulmaktadır.
- İlkokullarda ve ortaokullarda bütün reklamlar ve ticari mesajlaşma veya okul içi pazarlamalar yasaklanmıştır
- 6 yaş altı çocuklara (okul öncesi çocuklar) çekici gelen promosyonlar, lisanslı karakterler, ve hediyeler dahil olmak üzere bütün pazarlama faaliyetleri ve teknikleri yasaklanmıştır.

Politikayı net yapmak için gayret sarf edilmişse de, ortaya çıkabilecek her soruya yanıt veremez. Toplumun güvenini korumak için bu politikaya uymamız, ve çocuklara pazarlamaya dair topluma verdiğimiz taahhüt ile tutarsız görünebilecek hiçbir davranışta bulunmamamız kritiktir. Bu politikada ana hatları çizilen zorunluluklar, ülkelerdeki bütün yasal zorunluluklara ve bölgesel ve ülke pazarlama taahhütleri gibi özerk taahhütlere ilavedir.

Bu politikaya kimin uyması ve uyması gereklidir:

Pazarlama mesajları ve materyalleri yaratmaktan, onaylamaktan ve/veya yerleştirmekten sorumlu kişiler, bu politikayı anlamaktan ve uymaktan birinci derecede sorumludur. Ayrıca adımıza hareket eden ajansların da bu politikayı anlamalarını ve uymalarını sağlamalıdır. Bu, Pazarlama, Pazarlama Hizmetleri, Tüketiciyi anlama, Tüketici Promosyonları, Medya & Tüketici ile Bağlantı, ve Medya Planlama fonksiyonlarındaki kişileri kapsar.

Bu politikayı uygulama sorumluluğu yukarıda listelenen fonksiyonlardadır. Ancak, net olmayan konular veya sorular olması halinde, çocuklara pazarlama konularıyla ilgili itibar riskleriyle ilgili olarak rehberlik ve tavsiye için lütfen yerel Kurumsal & Hükümetle ilişkiler ve Hukuka danışın.

Nitelikleri Taşıyan Ürünler için Beslenme Kriterleri:

Nitelikli Ürünler (aşağıda tanımlanmıştır) için beslenme kriterlerine, reklam için geçerli olmasa da, ambalaj üstü promosyonlar ve hediyeler ve 3. parti lisanslı karakter kullanımı ve film bağlantıları için yine de uyulmalıdır. “Nitelikli Ürün”, Mantıklı Çözüm standartlarımız kapsamında beslenme kriterlerine ya da AB ve ABD Taahhüdü beslenme kriterleri gibi sektör çapında bir programın bir parçası olarak Mondelēz International tarafından benimsenen başka bir beslenme standardına uyan üründür. Her ülke veya bölgedeki iş birimi, daha sıkı olan standarda uymalıdır. Bir marka hem Nitelikli hem de Nitelikli-olmayan Ürünler içerdiğinde, markanın (ciro bazında) en az %80’i Nitelikli Ürünler olmalıdır. Ürününüzün Nitelikli Ürün olup olmadığını belirlemek için yerel beslenme veya SARA temsilcinizle görüşün.

Politika Kapsamı ve Detayları.

12 Yaş altı Çocuklara Reklam Yoktur:

Mondelēz International, ürünün beslenme profiline bakılmaksızın - aslen 12 yaş altı çocuklara yönelik medyada ürünlerinin reklamını yapmaz. Bu, bütün medya için geçerlidir. Yaratıcı reklamlar, yaratıcı eserlerde kullanılan animasyonların görünüm/hissi de dahil olmak üzere tonu, mesajı ve görünüm/hissi aslen yetişkinlere veya 12 yaş ve üstü çocuklara yönelik tasarlanmalıdır.

Spesifik medya ve kapsanan araçlar için rehber aşağıda yer almaktadır:

- Televizyon: Aslen 12 yaş altı çocuklara yönelik olan program bloklarında reklam

verilmemektedir. Spesifik olarak:

- toplam izleyici kitlenin %35'inden fazlasının 12 yaş altı çocuklar olmasının beklendiği program bloklarında;
- “çocuk medyası” olarak pazarlanan kanallar (ör. Disney, Cartoon Network, Nickelodeon); veya
- çocuk izleyici kitlesinin büyüklüğüne bakılmaksızın, geleneksel olarak “çocukların izleme zamanı” (medya sağlayıcıları tarafından belirlenen) içerisindeki program bloklarında

televizyon süresi satın alınmayacaktır.

Program izleyici verilerinin bulunmadığı durumlarda, 12 yaş altı çocuk kitlesini hedef alması muhtemel programlardan (ör. *Süngerbob Kare Pantolon*) kaçınmak için muhakemeye başvurulmaktadır.

- Dergiler, Basılı materyal ve Radyo: Aslen 12 yaş altı çocukları hedef alan yayınlarda veya radyo bloklarında reklam verilmeyecektir. Aslen 12 yaş altı çocukları hedef alan yayınlara örnek için Medya Grubu ile görüşün.
- İnternet ve Online/Dijital Medya (MDLZ kurumsal ve marka web sitelerini, üçüncü şahıs web sitelerini ve online marka uygulamalarını kapsar):
 - Marka web siteleri, yetişkinlere veya 12 yaş ve üstü çocuklara çekici gelecek şekilde tasarlanmalıdır. Materyal eğitsel amaçlarla tasarlanmış olsa dahi, 12 yaş altı çocukları hedefleyen marka web siteleri oluşturulmayacak, ve indirilebilecek markalı materyaller dahil olmak üzere markalı web sitesi içeriği geliştirilmeyecektir. 12 yaş altı çocukların Mondelēz International marka web sitelerine kaydolmasına izin verilmeyecektir.
 - Markalı web sitelerimizde, içerikler, oyunlar, sesli ve görsel indirme ve e-posta/arkadaşına-söyle özellikler için yaş filtresi eklenecektir. Yaş filtresi, mahremiyeti korumak için ABD Çocukların Mahremiyetini Koruma Kanunu (COPPA), veya ABD dışındaki yerel dengine uyacak, ve 12 yaş altı çocukların siteye girmesini veya materyal indirmesini engellemek için bütün makul tedbirleri aldığımızdan emin olunacaktır. Bütün Mondelēz International web siteleri yerel mahremiyet kanunlarına uymalıdır.
 - markalı reklamlı-oyunlar dahil olmak üzere online oyunlar, 12 yaş ve üstü çocuklara çekici gelecek şekilde olmalıdır. Oyun bir ebeveyn ile birlikte indirilecek ve/veya oynanacak olsa dahi, 12 yaş altı çocuklar için markalı oyunlar yaratılmayacaktır. Oynama süresinin ortalama 15 dakika veya daha az süre ile sınırlı olması önerilmektedir. İnteraktif online ve reklamlı-oyunların bir parçası olarak ürünlerimizin tüketilmesi tasvir edilmeyecektir.
 - Toplam ziyaretçilerin %35'inden fazlasının 12 yaş altı çocuklar olduğu üçüncü parti web sitelerine veya dijital sitelere reklam verilmeyecek markalı reklamlı-oyunlar veya indirmeler yerleştirilmeyecektir. Doğru verinin bulunmadığı durumlarda, bir üçüncü parti sitesinin 12 yaş altı çocuklara yönelik olup olmadığını belirlemek için iş birimi, net tanımlanmış hedef kitleyi, geçmiş, içerik, partnerler ve pazarlama planları gibi bilgilere dayalı olarak web sitesi sahiplerinden öğrenmelidir.
- Akıllı Telefonlar/Tabletler/Mobil Medya, dijital uygulamalar ve mobil oyunlar: 12 yaş altı çocuklara yönelik akıllı telefon/mobil medya pazarlaması yapılmayacaktır. Bu, tablet ve akıllı telefon uygulamaları ve oyunlar geliştirme ve yaymayı kapsar. Oyunun bir ebeveyn/yetişkin ile birlikte indirilmesi ve oynanması amaçlansa dahi, 12 yaş altı çocuklara yönelik markalı uygulama oyunları yaratılmayacaktır. Oynama süresinin ortalama 15 dakika veya daha kısa süre ile sınırlı tutulması önerilir. Bütün uygulamalar, tonu, mesajı, görünümü /hissi ve zorluk derecesi ile 12 yaş ve üstü çocuklara yönelik olmalı ve ona göre tasarlanmalıdır.

- Sosyal Medya, Ağızdan Ağıza (WOM) ve Viral Reklam: Kampanya materyallerinin bir ebeveyn veya yetişkin ile birlikte indirilmesi ve izlenmesi amaçlansa dahi, 12 yaş altı çocukları hedefleyen ağızdan ağıza /viral pazarlama veya sosyal medya kampanyaları yapılmayacaktır. 12 yaş altı çocuklar, bir ebeveyn veya yetişkin ile birlikte izlenmesi amaçlansa dahi, 12 yaş altı çocukların katılımını yasaklayan sitelerle (ör. Facebook, Pinterest, YouTube) etkileşime girmeye yönlendirilmeyecek ve teşvik edilmeyecektir. Bu, kendi markalarımızın Facebook ve YouTube sitelerini de kapsar.
- Ürün Yerleştirme: Mondelēz International, herhangi bir medyada 12 yaş altı çocuklara yönelik içerik veya programlarda ürün yerleştirme için ödeme yapmamakta ve aktif olarak buna çalışmamaktadır.
- Sinemada, Film Akışı Hizmetleri ve DVDs/Blu-ray Disk Reklamları: Sadece aslen 12 yaş üstü çocuklara yönelik ve derecelendirmesi PG ve üstü (veya ülke veya bölgedeki dengi) olan filmler ve programlar için sinema, DVDs/Blu-ray disk, ve video akış hizmetlerinde (ör. Hulu, Netflix) reklam satın alınacaktır.
- Video ve Bilgisayar Oyunları (Xbox ve PlayStation gibi oyun sistemleri dahil): Sadece, etiketinde yaş-derecelendirmesi ya da Entertainment Software Rating Board ([ESRB](#)) derecelendirme notu, oyunun 12 yaş ve üstü çocuklar için uygun olduğunu (ör., 13-19 yaş arası için T, Yetişkin için M) belirten video veya bilgisayar oyunlarında (doğrudan oyun konsollarına indirilebilenler dahil) reklam satın alınacaktır.

Paket üstündeki İletişim, Promosyonlar ve İkramiyeler:

- Paketlerdeki, satış noktalarındaki ve hediyeli promosyon iletişimleri, alım kararını veren ebeveyn/yetişkinine yönelik olmalıdır.
- 6 yaş altı çocuklara (okul öncesi çocuklar) çekici gelen, paket üstünden mesajlaşma ve promosyon faaliyetlerine (ör., oyun, basit bulmacalar/labirentler ve boyama kitapları), (markalı hediyeler dahil) izin verilmemektedir.
- Sadece Nitelikli Ürünlerin, 6-11 yaş arası çocukları hedefleyen markalı hediyeleri ve paket üstünden mesajlaşma ve promosyon faaliyetleri (ör. oyunlar, oyuncaklar, ve hediyeler bedava) olmasına izin verilmektedir.
- Nitelikli Olmayan Ürünlerin sadece 12 yaş ve üstü çocukları hedef alan markalı hediyeleri ve paket üstünden mesajlaşma ve promosyon faaliyetleri (ör., oyunlar, oyuncaklar ve bedava hediyeler) olmasına izin verilmektedir. **NOT:** Geçmişten beri spesifik olarak bir “tatil” için yaratılmış ve satılmış olan, “mevsimsel” kabul edilen ve raf ömrü sınırlı olan (ör. 6 haftadan az) Nitelikli Olmayan Ürünler (ör. *Lacta* çikolatalı Paskalya yumurtaları) bu zorunluluktan muaftır. “Tatil”/“mevsimlik” ürün olarak geliştirilen ve pazarlanan yeni ürünler için muafiyet almak için yerel Pazarlama, Hukuk, ve Kurumsal İlişkiler temsilcilerinize danışın.
- Çekilişler ve yarışmalar gibi promosyonlar yetişkinlere yönelik olmalıdır. Bütün promosyonlar, seçilen iletişim medyası için (ör., televizyon, internet, paket-üstü, dükkanda) geçerli olan spesifik yasal yönergelere ve mahremiyet kanunlarına tabidir.

Üçüncü Parti Lisanslı Karakterler ve Film Bağlantısı Kullanılması:

“Lisanslı karakterler” çocuklara çekici gelen bir film, TV programı, çizgi roman, oyuncak, vb.deki animasyonlu veya canlı kurgusal karakterleri, veya karakterin doğduğu özelliğin karakter-dışı diğer temsilini ifade eder.

Üçüncü parti lisanslı karakter ve/veya film bağlantısı olan paket-üstü promosyonlar için spesifik yönerge:

- Aslen okul öncesi çocuklara (6 yaş altı çocuklar) çekici gelen, *Bob the Builder*, *Dora the Explorer*, *Thomas the Tank Engine*, *Tinkerbell/Disney Fairies* gibi lisanslı karakterler veya filmlerle bağlantı kullanılmayacaktır.
- Nitelikli Ürünlerde (beslenme kriterlerini karşılayan ürünler): Aslen 6 yaş üstü çocuklara

çekici gelen (G ve daha üstü derecelendirme notuna sahip) şöhretler, lisanslı karakterler/özellikler ve filmler kullanılabilir. Nitelikli ürünler ayrıca uzun vadeli promosyon (ör., 16 haftadan fazla) için lisanslı karakter kullanabilir ve kalıcı SKU'lar için de kullanılabilir. Ancak, 12 yaş altı çocuklara yönelik medyada bu ürünlerin reklamı yapılamaz.

- Nitelikli Olmayan Ürünler için ((beslenme kriterlerini karşılamayan ürünler), promosyon bağlantıları, derecelendirme notu PG ve üstü olan (MPAA notlarına göre) lisanslı karakterler/özellikler ve filmler ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca, Nitelikli Olmayan Ürünler sadece geçici promosyon amaçları (yani, 16 hafta veya daha kısa) için lisanslı mallar kullanabilir.

Ek olarak, Nitelikli Olmayan Üründe yer alan eğer lisanslı karakter veya film malının, çocuklar arasında çekiciliği fazlaysa, derecelendirme notu PG olsa dahi, ör. *Kung Fu Panda*:

Eğer lisanslı karakterler veya mallar bir çocuk kitabından, film serisinden, televizyon programından veya diğer medyadan türetilmişse (ör. *Kung Fu Panda Legends of Awesomeness*), veya eğer lisanslı karakter veya lisanslı malın (veya diğer lisans alanlarının) sahibi doğrudan 12 yaş altı çocuklara promosyon yapıyorsa, Markalar promosyonu yapmak için yerel Pazarlama, Hukuk ve Kurumsal İlişkiler temsilcilerinden onay almalıdır.

yaratıcı eserlerde lisanslı karakterlerin kullanımına ve herhangi bir yaştan çocuğun kullanılmasına izin verilmektedir, fakat mesajı ve tonu net şekilde yetişkinlere yönelik olmalı ve animasyon sınırlı kullanılmalıdır.

Lisanslı mal ile paket-üstü promosyon, örneğin çekilişler, yetişkinlere yönelik olmalıdır. Ancak ödüller bütün aileye çekici gelecek şekilde olabilir.

NOT: Film ürünlerinin sahipleri ile müzakerelerin bir parçası olarak, ticari grup ve pazarlama ekibi, geçmiş ve pazarlama planlarına dayalı olarak net tanımlanmış bir hedef kitlesi ve amaçlanan kitleyi stüdyolardan almalıdır. Pazarlama planları, diğer bağlantı partnerlerini, lisanslı mal, promosyonlar ve stüdyonun TV, basın, radyo ve internetteki (kendi sitesi dahil) reklam planını içermelidir.

MDLZ Ticari Markalarının ve Marka Sermayesi Karakterlerin Kullanılması ve Lisanslanması:

- Mondelēz International, ticari markalarının, logolarının veya diğer marka işaretlerinin hiçbirini, aslen okul öncesi çocuklara (6 yaş altı çocuklar) yönelik unsurlarda kullanılmak üzere lisanslamamaktadır.
- Ticari markalarımızın, logolarımızın, marka karakterlerinin veya diğer marka işaretlerinin herhangi birini lisanslamak için sözleşmeler sadece 12 yaş ve üstü çocukları hedef alan unsurlar için kullanılabilir. Ayrıca, sözleşmeler lisans alanın Mondelēz International'ın lisanslı ürünlerini on televizyon veya diğer ortamlarda reklam ve pazarlamasını bu politikaya uygun şekilde yapmasını zorunlu kılan bir madde içermelidir.
- Ticari markalarımızı kullanan Yiyecek Servisi / Evden Uzakta müşterilerine ilişkin olarak, onların bu politikaya uymaları beklenmektedir. Ayrıca ticari markalarımızın herhangi birini aslen 12 yaş altı çocuklara yönelik reklamlara (TV, basılı yayınlar, radyo ve internet) dahil etmekten kaçınmaları zorunlu tutulmaktadır.
- Mondelēz International'ın halen sahip olduğu marka sermayesi karakterlerinin (ör. *Barni*, *Freddo the Frog*, *Prince*) bu politikaya uygun olarak 12 yaş ve üstü çocuklara yönelik ürünlerde ve reklamlarda kullanılmasına devam edilebilir. Mondelēz International'ın halen sahip olduğu, 6 yaş altı çocuklara çekici gelen karakterlerin (ör., *Barni* veya *Teddy*) kullanılmasına da devam edilebilir. Ancak, 6 yaş altı çocuklara çekici gelmesi muhtemel yeni karakterler geliştirilmeyecektir. 12 yaş altı çocuklara çekici gelebilecek yeni karakterler geliştirilmesi konusunda rehberlik için yerel Hukuk ve Kurumsal İlişkiler temsilcilerine danışınız.

Etkinlik Pazarlaması ve Dükkan İçi İletişim (Örnekleme dahil):

- Okul öncesi çocukları (6 yaş altı çocuklar) hedef alan ve onlara çekici gelen dükkan-ıçi iletişim

materyalleri kullanılmamakta ve yaratılmamaktadır.

- Okul öncesi çocuklara odaklı etkinliklere sponsor olunmamakta, etkinlik pazarlama faaliyetlerine iştirak edilmemektedir. Bu, bütün etkinlik pazarlama, “perakende-eğlence” fikirleri ve diğer dükkan-ıçi unsurlar için geçerlidir. Örneğin, “Dora the Explorer Live!” canlı eğlence etkinliğine sponsor olunamaz ve markalarımız bununla ilişkilendirilemez. Ayrıca bir etkinlikte (perakende etkinlikleri dahil) okul öncesi çocukları hedef alan markalı okul öncesi boyama kitapları veya diğer faaliyet kitapları dağıtılamaz.
- Bütün aileye yönelik etkinliklere (ör. eğlence fuarları, festivaller, hayvanat bahçesi etkinlikleri, vb.) sponsor olunmasına ve iştirak edilmesine izin verilmektedir.
- Bütün etkinliklerde ürünlerimizin numunelerinin dağıtılmasına izin verilmektedir. Numuneler sadece gıda güvenliği numune yönergelerine uygun olarak dağıtılmalıdır. Numuneler 14 yaş altı çocuklara (ABD’de, 18 yaş altı çocuklara numune verilemez) doğrudan verilemez ve sadece ebeveynlerine veya velilerine verilebilir.

Piyasa Araştırması ve Ürün Geliştirme

- Mondelēz International ürünleri hakkında pazarlama araştırması (ör., odak grupları) Okul Öncesi Çocuklar arasında yapılamaz.
- Bir ürün için 6 yaş ve üstü çocuklar arasında pazarlama araştırması yapılması için çocuğun velisinin bilgisi ve rızası gereklidir. Tüketici araştırmaları için tadım testleri de çocuğun velisinin önceden izniyle bütün yaşlardan çocuklarla yapılabilir.
- Bu politika, aslen 12 yaş altı çocuklarca tüketilen yiyecek ve içecek ürünlerinin geliştirilmesini yasaklamaz. Bundan ziyade, o ürünlerin çocuklara yönelik olarak nasıl reklamının yapılabileceğini ve pazarlanabileceğini belirler.

Okul-İçi Pazarlama Yoktur

- Mondelēz International, okullarda (üniversite düzeyinden önce), okul saatlerinde veya okulun okul saatleri dışında desteklediği faaliyetler sırasında ürünlerinin reklam veya promosyonunu yapmamaktadır. Bu, basılı ve yayın reklam, içerik, poster, kitap kapağı, ürün numunesi ve diğer ticari mesajlaşma şekillerini kapsar. Ayrıca (üniversite düzeyinden önce) okul saatlerinde veya okulun okul saatleri dışında desteklediği faaliyetler sırasında pazarlama iletişimi, ürün numunesi veya pazarlama araştırması yapılmamaktadır.

Tanımlar:

- Okul-ıçi faaliyetler: okul saatlerinde ve okul mülklerinde gerçekleşen faaliyetler; veya okul temeli dışında gerçekleşen okul-destekli faaliyetler.
- Okul saatleri: okul gününün resmi saatleri, ve çocukların okula, ve okul öncesi veya sonrası okul-destekli faaliyetlere, etkinliklere, kulüplere ve sporlara gidiş dönüşünde geçen zaman.

Yasak Okul-İçi Pazarlama Faaliyetlerine Örnekler:

- okul ders kitaplarında, sınır materyallerinde veya öğretme modüllerinde, veya okul bülteni panolarında Mondelēz International ürünlerine referans yapılması.
- okul mülklerinde okul saatlerinde veya okul temeli dışında gerçekleşen okul-destekli faaliyetler sırasında şirket-odaklı Mondelēz International ürünleri dağıtılması.
- okul mülklerinde okul saatlerinde veya okul temeli dışında gerçekleşen okul-destekli faaliyetler sırasında kuponlar verilmesi.
- okul mülklerine Marka veya kurumsal adının verilmesi (örneğin okul duvarlarının bir marka veya kurumsal isim veya logo ile yeniden dekore edilmesi, basketbol sahasında yeni potaya kurumsal veya marka adının verilmesi veya bir odaya, sahaya veya diğer bir okul alanına kurumsal veya marka adının verilmesi).

- okullarda veya okul etkinliklerinde öğrencilere markalı sırt çantaları, giysiler veya diğer promosyon unsurları dağıtılması; veya öğrencilere dağıtılmak üzere okullara ve öğretmenlere verilmesi.
- Okula yerleştirilen markalı otomatlar; veya markalarımızın bir okula yerleştirilen bir otomatın ön/yan tarafında görünmesi için ticari mesajlar.
- Nihai olarak öğrencilere yönelik olacak promosyon /ticaret destek programlarına, okul içinde ürünlerimizin satışını artıracak bir gereç olarak izin verilmektedir

Hayır Amaçlı Okul Programları: Okul programlarının kurumsal hayır amaçlı olarak fonlanmasına, bu destek herhangi bir pazarlama veya markalı mesajlaşma¹ içermediği ve katılımımız hayır amaçlı nitelikte kaldığı ve satış amacı taşımadığı sürece izin verilmeye devam edilecektir.

Kurumsal adımız veya logomuz, fonlamayı Mondelēz International'ın sağladığını belirten bir beyan ile veya öyle bir beyan olmadan kullanılabilir. Bu programlarla bağlantılı olarak hiçbir marka adına, logoya veya mesaja izin verilmemektedir. Bir okul projesine veya tesisine Mondelēz International (bir markanın değil) sponsor olduğunu belirten bilgi amaçlı, makul boyutta plaket veya tabelaya izin verilecektir. Hayır amaçlı bütün talepleri, yerel üst yönetimden bir üyeye danışarak Kurumsal İlişkiler ele alacak ve yönetecektir; ve yerel Hukuk Departmanı temsilcisine de danışabilir.

Mondelēz International adının kullanımına, kurumsal ayrılık sebepleriyle izin verilmeyen ülkelerde, Cadbury kurumsal adının kullanılıp kullanılmayacağı konusunda yerel Kurumsal İlişkiler ve Hukuk Departmanı temsilcinize danışın.

Okul-İçi Otomatlar /Kantinler: Mondelēz International, ürünlerini satıcılara ve toptancılara satmakta olup, onlarda bu ürünleri okullardaki dükkanlarda, kantinlere veya otomatlarda satabilir. International, ürünler okulun beslenme yönergelerine uyduğu ve ilgili pazarda varsa imzalamış olduğumuz diğer okul beslenme taahhütleri (Birleşik Devletlerde Daha Sağlıklı bir Nesil İttifakı gibi) kapsamındaki beslenme yönergelerine uyduğu sürece, ücretsiz okul öğle yemeği programları için ürünler temin edebilir. bu ürünler okuldaki dükkanlarda, kantinlerde veya otomatlarda bulunabilse de, okul-içinde bunların promosyon veya reklamı yapılmayacaktır.

Mondelēz International'a ziyaretler: Okul gruplarının (bir öğretmenin nezareti altında) fabrikalarımıza veya ziyaretçi merkezlerimize yerinde ziyaret yapmalarına izin verilecektir. Her öğrenci katılmak ve fabrikada üretilenleri tatmak için önceden ebeveyn veya velisinden yazılı izin almalıdır. Geziden önce diyet kısıtlamaları koyma sorumluluğu okula aittir. Tur sırasında verilen numuneler toplamda, ürünün ambalajında belirtilen porsiyon büyüklüklerine uygun olmalıdır.

Kariyer veya Tema Günleri ve Okul Toplantıları: Çalışanlarımız işgücü piyasası eğitimin bir parçası olarak işleri/kariyerleri görüşmek üzere temalı/etkinlik günlerine katılabilir, fakat çalışanlarımızın etkinliği ticari mesajlar vermek için kullanmasına izin verilmemektedir. Çalışanlarımız ayrıca sağlıklı yaşam, toplum partnerliği, ve sürdürülebilirlik gibi, işle ilgili konularda okul toplantılarına katılabilir. Ancak, çalışanlar etkinliği ticari mesajlar veya ürün promosyonu yapmak veya dağıtmak için kullanamaz.

School Dışı Gruplarca Okul Sonrası Faaliyetler: Bazı ülkelerde, okullarla ilişkili olmayan gruplarca okul saatlerinden sonra boş zaman veya toplumsal faaliyetler için okul mülkleri kullanılabilir. Bu gruplar okullarla ilişkili olmadığından ve okullar tarafından desteklenmediğinden ve resmi okul saatlerinden sonra gerçekleştirildiğinden, okul dışı inisiyatifin bir parçası olarak bu programları destekleme ve sorumlu şekilde ürünlerimizin pazarlamasını yapma hakkımız saklıdır. Okul dışı grupların okul mülklerindeki okul-sonrası faaliyetleriyle bağlantılı olarak pazarlama, yerel Kurumsal İlişkiler ve Hukuk Departmanı temsilcisi tarafından onaylanmalıdır.

Promosyon Malzemeleri: Çocukların okul-içinde giyebileceği veya kullanabileceği ve okul ortamı dışındaki faaliyetler aracılığıyla (ör., promosyonlar, okul dışı etkinliklerde dağıtım) edinilen promosyon malzemeleri kabul edilebilir.

¹ Bu politikanın istisnası, Hindistan'da Bournvita Bilgi Yarışmasıdır. Bournvita'nın bu yarışmanın sponsoru olarak 40 yıllık bir geçmişi vardır; akademik mükemmelliği teşvik ve takdir eden, iyi bilinen bir okullar-arası programdır. Yarışmayı iptal etmektense, okul-içi marka kullanımını minimize etmek için spesifik yönergeler oluşturulmuştur. Bilgi Yarışması Hindistan dışına yayılmayacak, ve gelecekteki benzer programlar için de istisna tanınmayacaktır.

Ders Materyalleri: Eğer bir okul spesifik olarak bizim uzmanlık alanımıza giren bir materyali (ör., emtia veya beslenme) temin etmemizi isterse, ticari olmayan materyal olarak kaldığı ve marka mesajı içermediği sürece bunu yapabiliriz.

Saha Gezileri: Mondelēz International, hayır amaçlı bir program olarak bir okulun saha gezisine, sponsorluğun, desteğimizin örneğin kurumsal logo olarak (but not a marka name veya marka logo) belirtilmesi ile sınırlı olacağı şekilde, ve saha gezisinin amacı ticari olmadığı sürece sponsor olabilir. Örneğin, Mondelēz International bir okulun eğitsel amaçlarla bir müze gezisine sponsor olabilir, fakat ticari amaçlarla bir süpermarkete geziye sponsor olamaz.

Sınıf Partileri: Bu politikadaki hiçbir husus, çalışanların kendi ailelerindeki çocukların sınıf partilerine ürünlerimizi getirmelerine, ürünler Mondelēz International tarafından bağışlanmadığı (yani, ödemeyi çalışanın veya sınıfın yaptığı) ve çalışanın ürünleri pazarlama mesajları iletmek için kullanmadığı sürece, engel değildir.

Bağış Toplamak için Mondelēz International Ürünlerinin Satılması: Bazı okullarda çocukların şekerleme, kurabiye, kurabiye hamuru ve hediye kataloglar gibi katalog ve ürün satışı yoluyla bağış toplamasına izin verilmektedir. Mondelēz International çocukların bağış toplaması için ürün temin etmemektedir. Okullarda bağış toplamaya ancak tamamen yetişkinlerce gerçekleştirilecek şekilde tasarlandığında ve aşağıdaki şartlar altında izin verilecektir:

- Bütün materyaller net şekilde yetişkinlere (ebeveynler/veliler ve öğretmenler) yönelik olmalıdır;
- Program, satış yapanların çocuklar değil yetişkinler olacağı şekilde tasarlanmalıdır;
- Bütün satış teşvikleri, çocukların değil okulun yararına olmalıdır (ör., çocuklar satış yapmak için herhangi bir prim veya ödül almamalıdır); ve
- Programın bir parçası olarak okulun aldığı bütün ikramlar markasız olmalıdır.

Kurumsal Vatandaşlık Faaliyeti: Düzgün şekilde yürütülen bir “Kurumsal Vatandaşlık Faaliyeti” çocuklara pazarlama sayılmamaktadır.

Sürekli kurumsal vatandaşlık faaliyetlerinin bir parçası olarak, Mondelēz International toplum menfaatine olan programları desteklemek için hayır amaçlı destek verebilir. Belli eğitsel ve diğer ticari-olmayan programlara sponsor olunması Okul Öncesi Çocuklar yararına olabilir. Program aslen Okul Öncesi Çocuklara yönelik olduğunda veya program aslen Okul Öncesi Çocuklara çekici gelen karakterler içerdiğinde, o sponsorluk, desteğimizin, örneğin kurumsal logomuzla belirtilmesi ile sınırlı olacaktır, ve aktif olarak markalar pazarlanmayacaktır.

Hayır amaçlı bütün talepleri Kurumsal İlişkiler, yerel üst yönetimin bir üyesine danışarak ele alacak ve yönetecektir. Yerine göre, talepler Kurumsal İlişkiler tarafından yerel Hukuk Departmanı temsilcisine yönlendirilecektir.

Ek Pazarlama Yönergeleri: Aşağıdaki genel yönergeler bütün iletişimler (reklam, ambalaj, perakende satış noktası tabelası, sponsorluk, vb.) için geçerlidir:

- Yaratıcı eserlerde herhangi bir yaştan çocuklar kullanılabilir. Ancak, günlük yaşam bağlamında (ör., bisiklet veya otomobil sürerken) güvenli davranışlara model olunmaktadır.
- Ürünlerimiz, sosyal kabul görme için kritik olduğu şeklinde tasvir edilmeyecektir.
- Çocuklardan ebeveynlerini/velilerini veya diğer yetişkinleri, kendileri için reklamı yapılan ürünleri almaya ikna etmeleri istenmeyecektir.
- Ürünlerimizi almak için aciliyet hissi yaratır şekilde “hemen” ve “sadece” gibi kelimeler kullanılmayacaktır.
- Mesajımızın 12 yaş altı çocuklara değil hedef kitleye (12 yaş ve üstü) yönelik olduğundan emin olunmalıdır. Birlikte izleme, bilerek 12 yaş altı çocuklara ulaşmanın bir yolu olarak bu politikanın

etrafından dolaşmak için kullanılmamalıdır.

- Ne kadar espriyle veya oyun amaçlı olsa da, besleyici gıdalar kötülenmemeli ve alay edilmemelidir.
- Sağlıklı bir yaşam tarzı sürdürmekten bahsetsek de, olumsuz “aşırı kilolu” ifadelerini ve diyeteye girmesi gerektiği şeklinde görüntü ve önerileri kullanmaktan kaçınılmalıdır.
- Reklamlar, durağan davranış yerine fiziksel aktiviteyi teşvik etmeli, fakat ürünümüzün olağanüstü fiziksel beceriler sunduğunu ima edebilecek “zirvede” fiziksel aktiviteler vurgulanmamalıdır.
- Yaratıcı eserlerde uygun porsiyon veya servis büyüklükleri ve ürünlerimizin uygun şekilde tüketimi tasvir edilmelidir.
- İletişimler,
<https://www.mondelezinternational.com/-/media/mondelezcorporate/uploads/downloads/m-dlzmarketingstandards.pdf?la=en> adresinde bulunan Mondelēz International Pazarlama Standartlarına uygun olmalıdır.