



Notre position

Marketing responsable

MTN s'engage à maintenir la confiance et l'intégrité de sa marque. Toutes nos communications avec le public, y compris nos efforts de marketing, incarnent le respect et un sens des responsabilités. Nos clients sont au centre de tout ce que nous faisons et nous nous efforçons d'établir avec eux des relations solides et mutuellement bénéfiques.

Notre réputation et notre bonne volonté sont des atouts essentiels qui contribuent à la viabilité à long terme de MTN.

MTN a construit sa marque en mettant l'accent sur la responsabilité sociale, la transparence et la création de valeur pour toutes les parties prenantes. MTN comprend la nécessité de non seulement d'affirmer sa conviction - que chacun mérite les avantages d'une vie moderne et connectée - mais aussi d'être prête à être évaluée en fonction de cette conviction et de démontrer en permanence que nos activités sont conformes à notre mission que nos activités sont conformes à notre mission.

Objectif

- Souligner l'engagement de MTN en faveur d'efforts de marketing précis, non offensifs, appropriés, cohérents et inclusifs.
- Mettre en place des processus suffisamment solides pour éviter toute atteinte à la réputation.
- Veiller à ce que les efforts de marketing de MTN soient, dans la mesure du possible, représentatifs et inclusifs, conformes à nos valeurs de diversité et d'inclusion, et exempts de toute forme de discrimination et de stéréotypes préjudiciables.
- Définir les exigences en matière de contenu marketing pour l'ensemble de MTN.

L'approche de MTN

MTN est guidée par les normes suivantes, définies à l'échelle mondiale :

- la loi sud-africaine sur les sociétés (South African Companies Act) ou la loi équivalente qui couvre le marché concerné dans nos zones géographiques d'activité respectives
- le code King IV et le rapport sur la gouvernance d'entreprise, qui garantissent l'inclusion de toutes les parties prenantes.

Parties prenantes

- les exigences de la Bourse de Johannesburg en matière de cotation, qui définissent la matérialité des questions
- Le Conseil de régulation de la publicité (ARB) en Afrique du Sud ou l'organisme compétent dans les marchés géographiques.
- Code of Advertising Practice (Afrique du Sud) ou code pertinent sur le marché
- Code international de la publicité et de la communication marketing
- Exigences et approbations des organismes de publicité compétents



Nous nous efforçons de veiller à ce que nos activités de marketing soient responsables, inoffensives, précises, cohérentes et appropriées sur tous nos marchés géographiques. Notre approche du marketing responsable couvre toutes les formes de publicité et de matériel marketing, y compris les supports écrits, numériques, les médias sociaux, les supports audios, les supports verbaux, les supports électroniques et toutes les plateformes médiatiques. Toutes les activités de marketing se veulent légales, décentes, honnêtes, véridiques et préparées dans un esprit de respect et de responsabilité à l'égard des consommateurs de MTN et de nos parties prenantes. Nos activités de marketing sont clairement identifiées comme telles. Dans nos activités de marketing, nous évitons les aspects techniques langue et fournir toutes les informations nécessaires pour que les consommateurs comprennent les termes et conditions de nos produits et services.

Notre marketing est conçu de manière à ne pas inciter ou tolérer toute forme de violence ou de discrimination fondée sur la race, l'ethnie, la couleur, l'âge, la langue, la religion, le genre, le sexe, l'orientation sexuelle, la culture, l'appartenance politique ou autre, le handicap, la juridiction, la culture, l'appartenance politique ou autre, le handicap, le statut juridique ou international du pays ou du territoire d'origine, comme indiqué dans la politique de MTN en matière de droits de l'homme numériques.

Nous nous engageons à créer un contenu marketing qui ne renforce pas les stéréotypes et nous nous engageons à dépeindre les personnes comme des acteurs autonomes dotés d'une personnalité progressive et multidimensionnelle, et à nous abstenir de les réduire à l'état d'objet.

L'interaction avec les consommateurs est un élément central des efforts de marketing de MTN. Engager à partager leurs expériences, leurs histoires et leur contenu sous diverses formes et sur différentes plateformes de médias sociaux est géré avec transparence, authenticité et respect des droits à la vie privée.

Principes clés du marketing responsable de MTN Sociétal, comportemental et environnemental

- MTN applique une politique de tolérance zéro à l'égard du racisme, de la discrimination et des sous quelque forme que ce soit. Tout le marketing ne doit pas donner l'impression de tolérer ou d'inciter à la violence, au racisme, à la xénophobie, à l'illégalité ou à la discrimination, racisme, la xénophobie, les comportements illégaux ou antisociaux.
- Nous n'autorisons pas les contenus marketing susceptibles d'influencer les enfants ou d'exploiter leur confiance naturelle, leur naïveté ou leur manque de confiance naturelle, leur naïveté, leur manque d'expérience ou leur sens de la loyauté.
- Notre contenu marketing n'inclut pas de messages ou d'images promouvant la consommation d'alcool, le tabagisme, l'usage de drogues illégales, les troubles de l'alimentation ou le terrorisme, conformément à la législation locale et/ou internationale.
- Nous n'autorisons pas la diffusion de matériel de marketing dont le contenu pourrait raisonnablement être considéré comme encourageant ou tolérant la cruauté ou un comportement irresponsable à l'égard des animaux.



- Nous sommes conscients des implications environnementales des activités de marketing telles que le développement de nouveaux produits, les plans d'activation marketing, l'emballage et le conditionnement respect des droits à la vie privée.

Médias, utilisation d'images / de personnes

- MTN s'efforcera d'éviter de diffuser des campagnes publicitaires pendant des programmes ou sur des chaînes qui ne correspondent pas à ses valeurs.

- MTN s'efforcera d'éviter d'utiliser des plateformes qui ne sont pas des éditeurs vérifiés ou des sociétés légalement enregistrées. MTN évitera également de vendre tout média mobile MTN à des tiers que nous jugeons non conformes aux valeurs de notre entreprise.

- Nous gérons activement toutes les utilisations et les droits de la personnalité des talents créatifs utilisés dans les activités et le matériel. Nous veillons à ce qu'aucun matériel ne soit utilisé sans approbation/autorisation/licence ou lorsque les autorisations ont expiré et n'ont pas été ou ne peuvent pas être renouvelées.

- Nous veillons à ce que les images utilisées dans les communications commerciales ne soient pas modifiées de manière à rendre la publicité trompeuse.

Publicité sur les produits et services

- Nous décrivons nos produits/services de manière véridique, précise et transparente, avec des informations factuelles appropriées.

- Nous fournissons suffisamment d'informations pour que les consommateurs et les clients puissent comprendre comment utiliser nos produits et services.

- Nous veillons à ce que le marketing s'appuie sur des preuves suffisantes pour étayer toute allégation.

- Nous respectons les personnes qui choisissent de ne pas acheter nos produits et services et veillons à ce que les consommateurs disposent de suffisamment d'informations sur nos produits et services pour faire des choix éclairés.

- Nous nous conformons à nos obligations en matière de licence et aux réglementations en vigueur, et nous entreprenons toutes les formations requises en la matière.

- Nous utilisons les données techniques, la terminologie et le vocabulaire scientifiques de manière responsable.

- Nous veillons à ce que le public soit pleinement conscient de la nature de tout engagement qu'il pourrait prendre en répondant à l'appel d'offres à la suite d'une réponse à la publicité.

- Nous ne décrivons pas les produits comme étant "gratuits" s'il y a un coût à la charge du consommateur, à l'exception des frais de livraison ou d'envoi à l'exception des frais de livraison ou d'affranchissement.

3 - parties, données personnelles et marketing ciblé

- Les employés, les contractants, les consultants et les agences qui participent aux activités de marketing de MTN doivent à tout moment se conformer à la politique de marketing responsable de MTN, ainsi qu'aux lois applicables en matière de marketing et/ou de publicité.

Rôles et responsabilités

Notre conseil d'administration, par l'intermédiaire du comité social, éthique et développement durable du groupe, supervise les actions et les performances du groupe en matière de marketing responsable.



Le comité de direction du groupe

Le comité de gestion du groupe est soutenu par le Global Brand Council, qui surveille les performances du groupe en matière de marketing responsable.

Le directeur du marketing du groupe est responsable, conformément à la politique de marketing responsable du groupe MTN.

- Nous veillons à ce que les consommateurs comprennent et exercent leurs droits de réglementer les activités de marketing des tiers par le biais de mécanismes tels que l'option de retrait des listes de marketing direct, rectifier les données personnelles, exiger que leurs données personnelles ne soient pas mises à la disposition de certains tiers ou qu'elles soient supprimées, signer le formulaire de demande d'accès à la base de données, l'inscription à des services de préférence directe, selon le cas de préférences directes, le cas échéant.
- Nous autorisons des tiers à cibler nos clients dans le cadre d'activités de marketing uniquement lorsque les clients consentent à recevoir de telles activités de marketing dans le cadre des paramètres de l'étendue des services convenus.
- Nous veillons à ce que notre contenu publicitaire ciblé soit clairement étiqueté pour indiquer qu'il provient directement de MTN.
- Nous divulguons les types, les processus et les technologies que MTN utilise pour réaliser sa publicité ciblée lorsque cela est possible.
- Nous veillons à ce que les personnes soient informées de l'objectif de la collecte de données à caractère personnel et à ce que l'utilisation des données personnelles est conforme à nos politiques et à toutes les réglementations applicables en matière de confidentialité et de protection des données.

Champ d'application

Tous les employés de MTN, les contractants et les parties prenantes telles que nos affiliés, nos partenaires, nos consultants et nos prestataires de services sont tenus de respecter les mêmes normes que celles énoncées dans le présent document.

Tous les fournisseurs et partenaires doivent adhérer au code de conduite des fournisseurs de MTN pour pouvoir faire des affaires avec MTN. Les revendications, les marques, les marques déposées, le matériel de marketing et les parrainages relèvent de la responsabilité du service juridique et réglementaire du groupe et/ou du service marketing du groupe.

Responsabilité et transparence

Nous nous engageons à faire preuve de transparence et de divulgation en ce qui concerne le marketing responsable chez MTN.

Communication et formation

La politique de marketing responsable du groupe est communiquée à tous les employés des entités opérationnelles, des filiales et des partenaires de MTN, la politique est traduite dans les langues locales si nécessaire.

Une formation détaillée est dispensée aux différents secteurs fonctionnels, commerciaux et opérationnels, ainsi qu'aux différents niveaux de direction, en fonction de leur degré d'implication dans le marketing responsable.