



จรรยาบรรณในการนำเสนอ สื่ออกบาน

กรกฎาคม 2565



สารบัญ

- I **สารสันจากคณะกรรมการบริหาร**
- II **บทนำ**
- III **จรรยาบรรณ – วัตถุประสงค์และขอบเขต**
 - 1. วัตถุประสงค์
 - 2. ขอบเขต
- IV **หลักการความรับผิดชอบ**
- V **การเผยแพร่สื่อและการปฏิบัติ**
 - 1. ขั้นตอนการเผยแพร่สื่อ
 - 1.1. การเผยแพร่สื่อและคำมั่นสัญญาในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ – ลูกค้า
 - 1.2. การเผยแพร่สื่อและคำมั่นสัญญาในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ – พนักงานเจซีเดอโก
 - 2. ขั้นตอนการขออนุมัติสื่อโฆษณา
 - 2.1. คณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาในระดับท้องถิ่น หรือเทียบเท่า
 - 2.2. การตรวจสอบเนื้อหาตามกฎหมายระเบียบและจริยธรรม



I | สำนัจากคณะกรรมการบริหาร

เจซีเดอโก ผู้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีบทบาทในเมืองต่างๆ ทั่วโลก ในแต่ละวันบริษัทฯ ดำเนินการติดตั้ง และรับผิดชอบด้านการตลาดโดยการนำเสนอผ่านสื่อโฆษณาเกือบหนึ่งล้านรายการในพื้นที่สาธารณะ สื่อโฆษณานอกบ้านถือเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ทำให้เจซีเดอโกจึงต้องมีพันธกิจความรับผิดชอบต่อลักษณะพิเศษต่อคุณภาพของสื่อโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ เริ่มตั้งแต่การออกแบบ การปฏิบัติงาน และการบำรุงรักษา ตลอดจนเนื้อหาโฆษณา ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าเราปฏิบัติตามความคาดหวังของลูกค้า พันธมิตร และสาธารณชน

นับตั้งแต่ ฌอง-โคลด เดอโก ได้ก่อตั้งบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2507 คุณภาพและการบริการ คือหัวใจของธุรกิจของบริษัทฯ จากวิสัยทัศน์ของเขา ธุรกิจของบริษัทฯ ตั้งมั่นอยู่ในจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อ ในฐานะของสื่อโฆษณา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแรงบันดาลใจของเราในการมุ่งมั่นเป็นผู้นำด้านสื่อโฆษณานอกบ้าน อีกทั้งยังเป็นผู้บุกเบิก รับผิดชอบต่อสื่อสาร บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับของทุกท้องถิ่น ที่เรื่อดำเนินธุรกิจ ในขณะเดียวกันเรายังคงเดินทางมุ่งมั่นพัฒนาต่อไป ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับเจตจำนงของผู้ก่อตั้งบริษัทฯ เราจึงขอแนะนำหลักจรรยาบรรณในการนำเสนอสื่อออกบ้านของบริษัทฯ

หลักจรรยาบรรณของบริษัทฯ มีมาตรฐานระดับสากล ซึ่งกำหนดหลักการที่ชัดเจนให้สอดคล้องค่านิยมของบริษัทฯ รวมถึงแนวทางในการสื่อสาร และติดตามผลของแต่ละภูมิภาคตามความเชี่ยวชาญและความรับผิดชอบต่อที่จำเป็นในแต่ละท้องถิ่น



II | บทนำ

ในฐานะบริษัทสื่อออกบ้านอันดับหนึ่งของโลก เจซีเดอโก จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและให้บริการกับพันธมิตรระบบขนส่ง จากรายได้สื่อโฆษณา เราใส่ใจในการออกแบบ ติดตั้ง และบำรุงรักษาเฟอร์นิเจอร์ระดับถนน เพื่อให้สามารถใช้งานได้ประโยชน์ได้และสวยงามสง่าเสริมคุณภาพชีวิตคนเมือง เราเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน สื่อโฆษณานอกบ้านของเราตามสถานที่ต่างๆ นั้นช่วยสนับสนุนการสื่อสารระหว่างพันธมิตร หรือลูกค้าของเรากับสาธารณะชน เราสร้างเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมในทุกสถานที่ที่เราดำเนินงาน

แนวคิดการให้บริการที่มีรายได้สนับสนุนจากการบริหารสื่อโฆษณา ริเริ่มโดย ฌอง-โคลด เดอโก ได้รับการยอมรับว่าเป็นความเป็นเลิศไปทั่วโลก ทุกวันนี้ โมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนที่เขาสร้างขึ้นยังคงดำเนินต่อไป เพื่อส่งมอบสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับคนเมือง โดยที่ประชาชนผู้เสียภาษีในกว่า 80 ประเทศทั่วโลกที่ปราศจากค่าใช้จ่ายใดๆ สื่อออกบ้านของเราเข้าถึงผู้คนในเมืองใหญ่หลายพันเมือง (ประชากรมากกว่า 10,000 คน) มีกว่า 150 แห่ง ในสนามบิน และเครือข่ายระบบขนส่งหลายร้อยแห่ง อาทิเช่น รถไฟใต้ดิน รถประจำทาง รถไฟและรถราง บริษัทฯ ยังคงยึดถือค่านิยมด้านคุณภาพ นวัตกรรม และความใส่ใจ เป็นตัวกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ทั้งในส่วนของเฟอร์นิเจอร์ระดับถนน การขนส่งและป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

เครือข่ายโฆษณาของเรานั้น ในแต่ละวันเข้าถึงผู้คนนับร้อยล้านคนทั่วโลก เราสร้างเวทีสาธารณะที่มีระดับและมีคุณภาพหาใครเปรียบมิได้ เรากุมใจที่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและพันธมิตร ทั้งนี้ส่วนเกิดจากความร่วมมือในการพัฒนาต้นแบบที่สามารถให้บริการทั้งผู้คนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในฐานะบริษัทที่เป็นผู้นำระดับโลกในด้านสื่อออกบ้าน และมีความรับผิดชอบ เจซีเดอโก จะยังคงยึดมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้ออกตั้งของเราเพื่อให้บริการและพัฒนาอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เจซีเดอโก ยึดถือค่านิยมหลักที่เกี่ยวข้องกับพนักงานของเรา ลูกค้าโฆษณา คู่ค้า และซัพพลายเออร์ ถือเป็นกุญแจสู่ชื่อเสียง และการได้รับความไว้วางใจจากพันธมิตร เราปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของหน่วยงานในแต่ละท้องที่ทั่วโลกและจะก้าวต่อไป ตั้งมาตรฐานให้สูงขึ้น เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของวิสัยทัศน์ของเราในบทบาทของสื่อในสังคม ด้วยเหตุนี้ เจซีเดอโก จึงมีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนค่านิยมสากลในระยะยาว เช่น ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนขององค์การสหประชาชาติ รับรองเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2491 อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ได้รับการรับรองเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2532 อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐานของสภายุโรป รับรองเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2493 และกฎบัตรสิทธิขั้นพื้นฐานของสหภาพยุโรป รับรองเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2543

หลักการดังกล่าวรวมไปถึง:

- เสรีภาพในการแสดงออก
- เสรีภาพทางการค้าและอุตสาหกรรม
- การเคารพในศักดิ์ศรีและสิทธิมนุษยชน
- การเคารพความเท่าเทียมทางเพศ
- การปฏิเสธการเหยียดเชื้อชาติ การต่อต้านความไม่นิยมชาวยิว (this one not sure including Arab) และการเลือกปฏิบัติใดๆ หรือทั้งหมดโดยอิงจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มหรือชุมชนวัฒนธรรม เพศ รสนิยมทางเพศและอัตลักษณ์ ปริชาญา และ/หรือศาสนา ความเชื่อ
- ความเคารพต่อผู้ชมที่เป็นเยาวชนและวัยรุ่น
- การปฏิเสธความรุนแรงและการยุยงเสี่ยงให้เกิดการกระทำความผิดทางกฎหมาย หรือการกระทำที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และความปลอดภัย
- การเคารพในศักดิ์ศรี ความซื่อสัตย์ และความจริงใจ

จรรยาบรรณของ เจซีดีเอโก กำหนดมาตรฐานนโยบายในการนำเสนอผ่านสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท ให้สอดคล้องกับค่านิยมและหลักการเหล่านี้

ในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ จริยธรรมและความรับผิดชอบจึงมีความจำเป็นและต้องการมากกว่าที่เคย การเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ธุรกิจต่างๆ กำลังปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต เพื่อมุ่งสู่แนวคิดเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำที่มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคเองก็ให้ความสำคัญกับประสบการณ์การบริการที่เขาได้รับ รวมทั้งการคำนึงถึงความยั่งยืนเป็นหัวใจสำคัญมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมนี้ยังคงดำเนินต่อไป สื่อนอกบ้านจึงมีหน้าที่มากกว่าเดิม ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าการสื่อสารโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการสื่อของเรานั้นมีความรับผิดชอบและมีจริยธรรม

หลักเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน มีความสำคัญมากขึ้นต่อการตัดสินใจเลือกพันธมิตรสื่อของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลประกอบการที่นอกเหนือจากผลประกอบการในแง่ตัวเงิน ของกลุ่มบริษัท เจซีดีเอโก เป็นที่ยอมรับของทั่วโลก (CDP, MSCI, FTSE4Good) และกลุ่มบริษัทอยู่ในสถานะที่เป็นที่ยอมรับเนื่องจากเป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีบทบาท และตระหนักถึงเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ

จากมุมมองในระดับท้องถิ่นและระดับโลก พันมิตรและลูกค้าของเราคาดหวังว่าจะได้รับจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อในการโฆษณาผ่านสื่อนอกบ้านของเรา ซึ่งเป็นมุมมองที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของเราในระยะยาว อีกทั้งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs) เราได้ทำงานร่วมกับพันธมิตรสื่อโฆษณาหลักของเราเป็นเวลานานแล้ว เพื่อสร้างความตระหนักต่อบทบาทที่แบรนด์ของพวกเขาสามารถมีบทบาทในแง่ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เราใช้ความเชี่ยวชาญทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร บทบาทของเราคือการเป็นตัวกลางระหว่างแบรนด์กับหน่วยงานท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นความร่วมมือในการพยายามสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ยั่งยืนให้แก่ภูมิภาคและชุมชน

ด้วยเหตุที่เรามองไปสู่นาคตที่ยั่งยืนมากขึ้น ทีมงานของ เจซีดีเอโก ทั่วโลก จะยังคงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความรับผิดชอบต่อและจริยธรรมของสื่อนอกบ้านให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นช่องทางการสื่อสารทั่วโลกของเราสืบต่อไป



III | จรรยาบรรณ – วัตถุประสงค์ และขอบเขต

1. วัตถุประสงค์

จรรยาบรรณของ เจซีเดอโก กำหนดขอบเขตเนื้อหาที่เราเลือกที่จะยอมรับได้ ลงบนสื่อโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ และนำไปปรับใช้กับ เจซีเดอโก เอสเอ (บริษัทมหาชนจำกัด ในประเทศฝรั่งเศส) และกลุ่มบริษัท

จรรยาบรรณนี้ถูกพัฒนาโดย เจซีเดอโก บนพื้นฐานของหลักเกณฑ์การกำกับดูแลต่างๆ ประกอบด้วย หอการค้าระหว่างประเทศ (ICC) จรรยาบรรณการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด และการปฏิบัติตามแนวทางของสภาระหว่างประเทศเพื่อการกำกับดูแลตนเองด้านการโฆษณา (ICAS) และหน่วยงานระดับภูมิภาคและระดับประเทศ รวมถึงหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลมาตรฐานการโฆษณาของยุโรป (EASA) และหน่วยงานกำกับดูแลการโฆษณาระดับมืออาชีพของฝรั่งเศส (ARPP)

2. ขอบเขต

หลักจรรยาบรรณนี้ใช้กับทุกสื่อโฆษณาและการสื่อสารทั้งหมด ทั้งนี้ให้รวมถึงรูปแบบโปสเตอร์ หรือผ่านจอภาพในระบบดิจิทัล แผ่นป้ายโฆษณา และอื่นๆ ตลอดจนรูปแบบภาพทั้งหมด (PDF และ JPG) เนื้อหาดิจิทัล (รูปแบบ mp4) และเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมอื่นๆ ไม่ว่าจะเพื่อการค้า การส่งเสริมการขาย หรือการกุศลในทุกประเทศที่ซึ่ง เจซีเดอโก ดำเนินธุรกิจ

หลักจรรยาบรรณ ได้กำหนดแนวทางพื้นฐานในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับค่านิยมของบริษัทฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมกฎหมายและข้อบังคับของท้องถิ่นในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ หากกฎหมายหรือข้อบังคับปฏิบัติของท้องถิ่นนั้น เป็นผลให้เครือข่ายของเจซีเดอโก ไม่สามารถปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนี้ได้ ให้เครือข่ายของเจซีเดอโกนั้นๆ จักต้องพยายามนำไปปรับใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นนั้นๆ



IV | หลักเกณฑ์ความรับผิดชอบ

ความรับผิดชอบต่อสังคม

การโฆษณา ต้องเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ต้องไม่ส่งเสริมหรือสนับสนุนการเลือกปฏิบัติไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในแง่ของเชื้อชาติหรือชาติกำเนิด ศาสนา เพศ อายุ ความทุพพลภาพ อัตลักษณ์ทางเพศ และ/หรือรสนิยมทางเพศ

การโฆษณา ต้องไม่ลู่ดทอน หรือเปรียบเทียบความเป็นมนุษย์กับวัตถุ สิ่งของใดๆ การโฆษณาต้องไม่สนับสนุนแนวคิดที่ว่าบุคคลที่ด้อยกว่าเพราะเพศสภาพ แล่งกำเนิด สมาชิกของกลุ่มสังคม รสนิยมทางเพศ และ/หรือเอกลักษณ์ หรือเกณฑ์อื่นใดของการเลือกปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การโฆษณาจะต้องไม่ลดบทบาทและความรับผิดชอบทางสังคมของบุคคลนั้น

การโฆษณา ต้องไม่ส่งเสริมการกีดกันทางความรู้สึกหรือพฤติกรรมทั้งโดยตรงและโดยอ้อม หรือมีพฤติกรรมกีดกัน การเหยียดหยาม หรือการกีดกันทางเพศ

การโฆษณา ต้องไม่หาประโยชน์จากความกลัว เว้นแต่จะมีเหตุอันสมควรเท่านั้น

การโฆษณา ต้องไม่ยุยง หรือสนับสนุนพฤติกรรมที่ผิดกฎหมาย หรือที่ไม่เหมาะสม

การโฆษณา ต้องไม่นำเสนอให้เห็นหรือบรรยายการกระทำ และ/หรือสถานการณ์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัย เว้นแต่จะมีเหตุผลเพื่อการศึกษา หรือเพื่อสังคม

การโฆษณา ต้องอยู่บนพื้นฐานของความจริงและเที่ยงตรง ต้องไม่อนุญาตให้มีข้อความหรือการแสดงภาพใด ๆ ที่อาจจุดประกายความกลัวโดยปราศจากเหตุผล ห้ามการแสวงหาประโยชน์และความเชื่อถือทางไสยศาสตร์ในทุกรูปแบบโดยเด็ดขาด

การโฆษณา ต้องไม่มีการแสดงหรือกระทำการใดๆ ที่รุนแรง ไม่ว่าจะโดยตรงหรือเป็นเพียงการนำเสนอแนะทางอ้อม เว้นแต่จะสมเหตุสมผลในบริบทของการโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น การยุยงให้เกิดความรุนแรงไม่ว่าจะเป็นทางกายหรือทางใจก็ตามล้วนเป็นสิ่งต้องห้ามโดยเด็ดขาด

ความเหมาะสม

การโฆษณา ต้องไม่รวมถึงการนำเสนอด้วยภาพที่ขัดต่อหลักเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดขึ้นหรือที่ใช้กันโดยทั่วไป หรือบรรทัดฐานที่ยอมรับกันในประเทศนั้นและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

ความเชื่อมั่น

การโฆษณา ต้องไม่ละเมิดความไว้วางใจของผู้บริโภค หรือหาประโยชน์จากการขาดประสบการณ์หรือความรู้ของผู้บริโภค

ความซื่อสัตย์และจริงใจ

การโฆษณา ต้องห้ามนำเสนอข้อความ หรือการนำเสนอภาพที่ทำให้เข้าใจผิดได้ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม หรือการใช้เนื้อหาที่คลุมเครือ หรือพูดเกินจริง

สื่อโฆษณาเชิงลบ

การโฆษณา ต้องไม่ทำลายชื่อเสียงขององค์กร อาชีพ บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใด หรือผลิตภัณฑ์ในทางที่ไม่เป็นธรรม

ลิขสิทธิ์ภาพ

การโฆษณา จะต้องไม่เผยแพร่ภาพบุคคลหากไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลนั้นก่อน

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

การโฆษณา ต้องไม่ใช่ชื่อบริษัท หรือโลโก้ของบริษัท หรือองค์กรอื่น และ/หรือแบรนด์อื่นๆ ก่อนได้รับอนุญาต การโฆษณาต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์จากบริษัท หรือองค์กรอื่นใดอย่างไม่เป็นธรรม หรือแสวงหาชื่อเสียง หรือเกียรติยศที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญโฆษณาอื่น

การโฆษณา ต้องไม่ลอกเลียนงานออกแบบหรือแผนงาน ข้อความ สโลแกน การนำเสนอด้วยภาพ หรือดนตรี ฯลฯ ที่ปรากฏในแคมเปญโฆษณาอื่น ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด

เด็กและเยาวชน

การโฆษณา ต้องไม่ใช่ประโยชน์จากความมั่งงาย ความจงรักภักดี ความเปราะบาง หรือการขาดประสบการณ์ของเด็ก และเยาวชน

การโฆษณา ต้องไม่ลดระดับทักษะ และ/หรือ อายุ เพื่อการใช้ผลิตภัณฑ์

การโฆษณา ต้องไม่มีข้อความหรือการนำเสนอด้วยภาพที่อาจมีผลทางด้านจิตใจ ศีลธรรม หรือทำร้ายร่างกายเด็กและเยาวชน

การโฆษณา ต้องไม่นำพาเด็กและเยาวชนไปสู่สถานการณ์ หรือกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงอย่างร้ายแรงต่อสุขภาพ หรือสุขภาพจิต และความปลอดภัย

การโฆษณา ต้องไม่ชี้แนะให้เห็นถึงความได้เปรียบทางร่างกาย สังคม หรือจิตใจที่เหนือกว่าเด็กคนอื่นๆ หากได้เป็นเจ้าของหรือไม่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การโฆษณา ต้องไม่ทำลายอำนาจ ความรับผิดชอบ การตัดสินใจ หรือรสนิยมของผู้ปกครอง

การโฆษณา ต้องเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ทั้งในด้านนิยามทางสังคมและวัฒนธรรมในประเทศนั้น

ความประพฤติต่อสิ่งแวดล้อม

การโฆษณา ต้องไม่สนับสนุนหรือส่งเสริมการกระทำและการปฏิบัติที่ผิดกฎหมาย และ/หรือ เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาที่ยั่งยืน

การโฆษณา ที่ใช้แนวคิดทั่วไปของการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืน ให้เป็นไปตามหลักการดังต่อไปนี้; ความจริงใจและความซื่อสัตย์ ความเที่ยงธรรม และความน่าเชื่อถือ

1. ความจริงใจและความซื่อสัตย์: การโฆษณาต้องไม่หลอกลวงประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะที่แท้จริงของกิจกรรมของผู้โฆษณา และ/หรือ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ
2. ความเที่ยงธรรม: การโฆษณาต้องสะท้อนถึงลักษณะตามสัดส่วนของข้อความ และลักษณะที่แท้จริงของการริเริ่มของผู้โฆษณาเมื่อมีกลางถึงการส่งเสริม การพัฒนาที่ยั่งยืน
3. ความน่าเชื่อถือ: การโฆษณาต้องไม่สื่อถึงลักษณะจำเพาะของการริเริ่มของผู้โฆษณาเมื่อเปรียบเทียบกับผู้โฆษณารายอื่นที่มีอยู่ก่อนแล้ว

การโฆษณาต้องไม่ปรากฏว่าสนับสนุนสภาพการทำงานที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและสังคม



V | การเผยแพร่สื่อและการปฏิบัติ

1. ขั้นตอนการเผยแพร่สื่อ

1.1. การเผยแพร่สื่อ และคำมั่นสัญญาในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ – ลูกค้า

เจซีเดอโก มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมค่านิยมเหล่านี้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ซึ่งรวมถึงเครือข่ายบริษัทที่ เจซีเดอโก เป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่หรือเป็นกิจการร่วมค้า ลูกคาโฆษณา พันธมิตร และบริษัทโฆษณา

หลักจรรยาบรรณ ถูกอ้างอิงอยู่ในข้อกำหนดและเงื่อนไขการขายทั่วไป และ/หรือ เงื่อนไขการบริการของบริษัทในเครือกลุ่มบริษัท เจซีเดอโก มุ่งมั่นที่จะให้ผู้ลงโฆษณาปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเต็มความสามารถ

เอกสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานของกลุ่ม เจซีเดอโก (หลักจรรยาบรรณ, กฎบัตรระหว่างประเทศ, ค่านิยมทางสังคมขั้นพื้นฐาน จรรยาบรรณของซีพีพลายเออร์) สามารถเข้าถึงเนื้อหาและดาวน์โหลดหลักจรรยาบรรณนี้ ได้บนเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัท

1.2. การเผยแพร่สื่อ และคำมั่นสัญญาในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ – พนักงานเจซีเดอโก

พนักงานของ เจซีเดอโก ทุกคนจะต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนี้ (ซึ่งมีเนื้อหาอยู่ในระบบเครือข่ายของบริษัทฯ) ทีมการตลาด การขาย รัฐกิจสัมพันธ์ และสมาชิกหน่วยงานท้องถิ่นที่รับผิดชอบด้านกาโฆษณา จะต้องรับทราบและให้ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนี้

2. ขั้นตอนการขออนุมัติสื่อโฆษณา

เพื่อให้การพิจารณาโฆษณาที่บริษัทฯ ได้รับมาจากบริษัทเอเจนซี่ และผู้โฆษณา เป็นไปตามขั้นตอนกระบวนการที่ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยเสมอ ในการขออนุมัติสื่อโฆษณา ให้ใช้ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

เครือข่ายท้องถิ่นของกลุ่มบริษัท เจซีเดอโก ที่ดูแลรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณสื่อโฆษณาภายในกลุ่มบริษัท จะต้องยึดถือแนวทางจากการประเมินขอเท็จจริง การตัดสินใจในระดับท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญ แต่ยังคงให้สอดคล้องและให้เป็นไปตามหลักการและขั้นตอนที่เข้าร่วมกันของกลุ่มตั้งที่ระบุไว้ในหลักจรรยาบรรณที่อ้างอิง และการใช้ร่วมกันของกลุ่มนี้ไว้อย่างชัดเจน

2.1. คณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาในระดับท้องถิ่น หรือเทียบเท่า

เพื่อให้เป็นไปตามหลักจรรยาบรรณนี้ ให้แต่ละประเทศแต่งตั้งคณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาในท้องถิ่น

คณะกรรมการฯ ประกอบด้วย บุคคลจากทั่วทั้งธุรกิจ รวมทั้ง (หากเป็นไปได้): กิจการสาธารณะ ฝ่ายกฎหมาย ฝ่ายขาย การตลาด ฝ่ายการพัฒนาที่ยั่งยืน และการสื่อสาร

คณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาในท้องถิ่นแต่ละแห่ง จะต้องจัดลำดับความสำคัญของวิธีการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมที่สุด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

คณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาในท้องถิ่นแต่ละแห่ง จะต้องมีการจัดเก็บเอกสาร เพื่อลงบันทึกแคมเปญที่ถูกปฏิเสธ ได้รับการยอมรับ หรือยอมรับโดยมีการแก้ไข โดยให้ระบุรายละเอียด และรายงานตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ต่อคณะกรรมการฯ อย่างสม่ำเสมอ

2.2. การตรวจสอบเนื้อหาตามกฎระเบียบและจริยธรรม

คณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาในท้องถิ่น จะต้องระบุและตระหนักถึงข้อจำกัดหรือความละเอียดอ่อนใดๆ ทางด้านการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ บุหรี่ การพนัน อาหาร ผลิตภัณฑ์ที่หวงห้ามสำหรับเด็ก การโฆษณาทางการเมือง และภาพลักษณ์ของบุคคล

ก่อนที่จะยอมรับสัญญาการโฆษณา หรือการสื่อสารกับผู้ลงโฆษณา หรือพันธมิตรโฆษณา ครีเอทีฟจะต้องทบทวนก่อนสิ่งพิมพ์งานหรือเผยแพร่เนื้อหา และต้องประเมินเนื้อหา เพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหานั้นเป็นไปตามกฎระเบียบของท้องถิ่นและหลักการที่ระบุไว้ในหลักจรรยาบรรณนี้

ในการขออนุมัติโฆษณาสำหรับแคมเปญที่อยู่ในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ที่ละเอียดอ่อน คณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาต้องกำหนดระยะเวลาในการรับแผนงานสื่อในขั้นตอนสุดท้าย และ/หรือขอเสนอแคมเปญ เพื่อให้มีระยะเวลาเพียงพอสำหรับการตรวจสอบสื่อโฆษณาให้เป็นไปตามข้อกำหนด หรือขอเสนอแนะความคิดเห็น คณะกรรมการต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าเนื้อหาที่เป็นปัญหา (เช่น ภาพ ข้อเสนอ หรือคำอธิบายตามบริบท ฯลฯ) นั้นถูกส่งมาโดยฝ่ายขายในท้องถิ่น และได้นำส่งสมาชิกคณะกรรมการการแสดงผลโฆษณาทุกคน เพื่อการประเมินอย่างสมเหตุสมผล

- ซึ่งจะส่งผลให้ได้หนึ่งในผลลัพธ์ดังต่อไปนี้:

- ได้รับการอนุมัติ

- ได้รับการอนุมัติตามเงื่อนไข การตัดสินใจในการนำเสนอผ่านสื่อ หรือเผยแพร่สื่อ ที่ยังอยู่ในขั้นตอนการตรวจทานนั้น ให้เป็นดุลยพินิจของฝ่ายขายในท้องถิ่น

- ไม่ได้รับการอนุมัติ ในกรณีนี้ การตัดสินใจในการที่จะไม่แสดงผลผ่านสื่อ หรือจะไม่เผยแพร่สื่อโฆษณาได้นั้น ให้เป็นดุลยพินิจของทีมผู้บริหารในท้องถิ่นนั้นเท่านั้น





จรรยาบรรณในการนำเสนอสื่อออนไลน์
กรกฎาคม 2565

