

Principe relatif à la publicité et à la représentation de produit

Énoncé de principe :

La réputation de société responsable dont bénéficie 3M provient notamment de ses produits et services et de la manière dont elle les représente. À l'occasion des activités de vente, de publicité, de conditionnement et de promotion, les employés de 3M ainsi que les tiers auxquels s'applique le présent Principe doivent représenter les produits et services de 3M en faisant preuve de sincérité, d'honnêteté, de précision et de professionnalisme. La direction de chacun des services commerciaux de 3M est responsable de la mise en place d'une procédure permettant de contrôler la publicité et les arguments de vente destinés à dynamiser la commercialisation de ces produits et services.

Objectif :

La confiance est le fondement des relations commerciales de 3M avec ses clients, ses partenaires commerciaux et ses utilisateurs finaux. L'équipe de 3M doit communiquer de manière honnête et précise au sujet des produits et services de 3M. Le présent Principe s'applique à tous les employés de 3M du monde entier, et peut également s'appliquer aux tiers qui agissent pour le compte de 3M. Pour plus d'informations sur les circonstances dans lesquelles un tiers est susceptible d'être concerné par les Principes du Code de conduite, consultez le contenu du Principe de conformité.

Directives supplémentaires :

- Appliquez ce Principe aux arguments de vente explicites et implicites utilisés dans le domaine de la publicité, qui comprend la documentation produit, les étiquettes, l'emballage, le texte publicitaire, les déclarations environnementales, les sondages et certifications auprès de la clientèle, le matériel publicitaire, les notices techniques, les fiches produit, les notices d'utilisation et d'entretien, les bandes vidéo, les sites Internet, les réseaux sociaux, etc.
- Représentez toujours les produits et services de 3M de manière fidèle, juste, précise et professionnelle, notamment dans les messages électroniques, les conversations, les contrats, les documents de vente, la publicité, l'emballage, les promotions, et dans toute autre forme de communication.
- N'exprimez que des arguments sur les produits qui ont été prouvés de manière appropriée par des tests faisant appel à des principes statistiques et scientifiques ou qui ont été validés par l'intermédiaire du processus d'approbation des affirmations du service commercial de 3M.
- N'exagérez pas votre argumentaire concernant les performances d'un produit.
- N'exprimez aucun argument n'ayant fait l'objet d'aucune validation et n'ayant pas été prouvé de manière appropriée.
- Respectez les procédures définies par le service commercial en matière d'examen et de validation de la publicité. Ces procédures nécessitent souvent l'accord écrit des services suivants : marketing, laboratoire, service technique, clinique, qualité, responsabilité produits, réglementation et toxicologie, affaires juridiques.
- Évitez les actions publicitaires et les arguments de vente non conformes aux valeurs de 3M.
- N'ayez pas recours à des actions ou à des pratiques trompeuses, ni à d'autres méthodes déloyales.
- N'exprimez aucune affirmation mensongère ou trompeuse au sujet des produits et services de 3M.
- N'effectuez aucune comparaison mensongère ou trompeuse au sujet des produits et services de 3M ou de ses concurrents.
- Ne critiquez pas et ne discréditez pas un concurrent, ses produits ou ses services de manière injustifiée.
- Ne dénigrez pas la qualité ou l'efficacité d'un produit ou d'un service.
- Ne faites pas passer les produits et services d'une société donnée pour ceux d'une autre, par exemple en imitant l'emballage ou les marques de commerce d'un concurrent.

Sanctions :

La violation de la loi et du Code de conduite de 3M entraînera des sanctions disciplinaires pouvant aller jusqu'au licenciement.