



MARS petcare

Welfare politika Mars Petcare při sponzoringu, partnerství a poskytování darů

Konečná verze (Květen 2014)

Welfare politika Mars Petcare při sponzoringu, partnerství a poskytování darů

Cíl politiky

Mars Petcare se na celém světě angažuje v aktivitách věnovaných psům, kočkám, koním a ostatním zvířatům. Každoročně sponzorujeme stovky akcí týkajících se zvířat, jsme partnery četných organizací v marketingových kampaních a darujeme značné objemy krmiva, věnujeme finanční dary a čas. Všechny snahy vynakládáme s jedinou vizí přičinít se o "lepší život pro zvířata". Je naší povinností podporovat tuto vizi ve všem co děláme.

Welfare politika při sponzoringu, partnerství a poskytování darů má za úkol pomáhat všem představitelům značek Mars Petcare dělat lepší rozhodnutí. Vzhledem k četnost vztahů, do kterých naše značky vstupují každý rok, představuje jednotná politika rámec, který zajišťuje, aby naše aktivity sponzorů, partnerů a dárců podporovaly naši značku a chránili její dobré jméno. Je třeba zhodnotit každý perspektivní vztah z hlediska vhodnosti podle určitých parametrů. Politika nemá za cíl upravovat vědeckou spolupráci.

Vhodnou mírou péle ochráníme podíl naší značky a založíme naše podnikání způsobem, který bude odpovídat našim principům. Vždy mějte na paměti následující zastřešující otázku: **Přinese tento vztah pozitivní asociaci s naší značkou a pomůže vytvářet lepší svět pro zvířata?**

Povinné standardy

Politika opravňuje každou značku a její lokální zastoupení vynášet konečné rozhodnutí při vytváření vztahů. Všichni partneři, kteří mají dočinění se značkou Mars Petcare kdekoli ve světě, však musí splňovat neobchodní kritéria. Berte na vědomí, že termín "partner" nebo "organizace" používaný v tomto dokumentu odkazuje na všechny druhy vztahů, do kterých vstupujeme s třetí stranou - ziskovou nebo neziskovou organizací při sponzoringu, partnerství nebo dárcovství jakéhokoliv druhu.

Před vstupem do vztahu s třetí stranou, vyžadujeme, aby si každá značka do nejvyšší možné míry zhodnotila či perspektivní partner:

- Splňuje standardy zdraví a pohody zvířat, které jsou paralelní se standardy, které představují naše značky. Znamená to respektování mezinárodně uznávaných pěti základních svobod zvířat pro zdraví a pohodu, jmenovitě:

svobody žízní, hladu s přístupem k pitné vodě a právo na vhodnou výživu na zachování zdraví a života;

svobody od nepohodlného prostředí vytvořením vhodného prostředí s přístřeškem a pohodlným místem k odpočinku;

svobody od bolesti, zranění a nemocí prevencí nebo rychlou diagnostikou a léčbou;

svobody realizovat přirozené chování poskytnutím dostatečného prostoru, zařízení a společnosti zvířat stejného druhu;

svobody od strachu a stresu zabezpečením podmínek a zacházení, které nezpůsobuje mentální utrpení.

- Podporuje vizi, misi anebo hodnoty, které odrážejí naše vlastní hodnoty. Každý partner je povinen hájit politiku a realizovat praktiky, které jsou v souladu s hlavní vizí Mars Petcare "vytvořit lepší svět pro zvířata". Vysvětlení politiky anebo cílů bývají veřejně dostupné. V opačném případě je naší povinností klást otázky, kterými potvrdíme jejich soulad s politikou Mars Petcare. I když uznáváme kulturní rozdíly ve světě, existuje zřejmý rozdíl mezi respektováním místních zvyků a skutečnou podporou ve formě obchodního vztahu.
- Dodržuje zákony státu a právní nařízení týkající se zejména zvířat a jejich zdraví a pohody

Za žádných okolností nejsou povoleny vztahy spojené se sponzorovanými výstavami, předváděním nebo aktivitami, které:

- Úmyslně způsobují zlo, bolest a stres zvířatům.
- Podporují výživu nebo aktivity, které záměrně poškozují zvířata.
- Jsou prováděny v prostředí nevhodném pro zdraví a pohodu zvířat.

Pokud máte pochybnosti o vhodnosti sponzoringu, partnerství nebo dárcovství požádejte o pomoc vedení místního zastoupení korporace. Odpovědná osoba bude schopná usměrnit vás při zhodnocení zda je vztah v souladu s povinnými standardy a pomůže vám vynést správné rozhodnutí. I při provedení všech opatření nelze zcela vyloučit rizika plynoucí ze vztahů s třetími stranami. Proto doporučujeme, aby měla každá značka základní akční plán jak postupovat v případě problémů s dobrou pověstí, které mohou ze vztahu vyplynout. Mohou jím být předem schváleny "pohotovostní" prohlášení týkající se pravděpodobných scénářů, strukturovaný přístup komunikace v rámci organizace a firemních veřejných záležitostí.