

## Politica di Marketing e Comunicazione responsabile

### Il nostro approccio al marketing responsabile

Il Gruppo F.I.L.A. è tra i principali operatori a livello mondiale specializzato nella ricerca, nel design, nella produzione e nella vendita di strumenti di espressione creativa. Il Gruppo progetta, produce e confeziona strumenti e supporti per disegnare, colorare, pitturare e modellare, per i bambini, i giovani e gli adulti. A oggi conta su un'offerta di oltre 25 brand iconici e migliaia di prodotti disponibili in tutti i continenti.

Teniamo sempre un comportamento responsabile nei confronti di tutti i nostri stakeholder nella gestione della società, combinando il rispetto delle persone, dell'ambiente naturale e delle comunità, e la sostenibilità fa quindi parte delle nostre Finalità, Visione, Missione e Valori delineati nel nostro Codice etico e nelle operazioni quotidiane.

Questa politica, insieme al nostro Codice Etico e al Modello di Corporate Governance, deve essere adottata da tutte le consociate e fa parte del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo del Gruppo, in conformità ai principi e agli obiettivi del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001.

Per noi, il marketing deve essere sempre responsabile. Questo significa capire e rispettare le esigenze dei nostri consumatori e cercare di guadagnare la loro fiducia attraverso tutto ciò che facciamo. Per ispirare e arricchire la vita di tutti attraverso il pensiero creativo e artistico, vogliamo che il nostro marketing e la nostra pubblicità siano socialmente responsabili, in linea con i nostri valori, e che non sfruttino le vulnerabilità di alcun individuo o gruppo.

La Politica di Marketing Responsabile del Gruppo descrive il modo in cui mettiamo in pratica questo nostro impegno e riveste il ruolo di dichiarazione programmatica da parte del management e dei dirigenti senior del Gruppo F.I.L.A., di linea guida per i nostri team di marketing e comunicazione e di promessa ai nostri dipendenti, partner commerciali, fornitori e tutte le altre persone con cui interagiamo.

Questa politica riguarda le comunicazioni di marketing, tra cui, in via esemplificativa, comunicazioni radio-televisive, esterne e digitali, compresi i siti web di proprietà e di terzi, i social media, le sponsorizzazioni e il marketing diretto e tutte le altre forme di comunicazione, compreso il packaging.

Questa politica riguarda inoltre ogni contenuto e forma di comunicazione di marketing, compresi i testimonial e le dichiarazioni, e il materiale audio o visivo proveniente da altre fonti. Il fatto che il contenuto o la forma di una comunicazione di marketing possa provenire interamente o in parte da altre fonti non giustifica il mancato rispetto delle regole della Politica.

Questa politica si riferisce alle attività di comunicazione rivolte a tutti i clienti e consumatori, con disposizioni aggiuntive per le comunicazioni dirette ai bambini.

Ci impegniamo a mantenere i più alti standard etici possibili e a rispettare tutte le leggi applicabili in tutti i paesi in cui operiamo commercialmente. Crediamo fermamente di avere la responsabilità di operare nel rispetto delle norme dei paesi in cui siamo presenti, distinguendoci come un'impresa capace di esportare i Valori che permeano le nostre azioni, promuovendoli nelle comunità in cui operiamo.

### Ambito di questa politica

Questa politica si applica a F.I.L.A. S.p.A., alle sue controllate, alle entità in cui detiene una partecipazione di maggioranza e alle strutture che gestisce. Ci impegniamo a lavorare con i nostri partner commerciali e a incoraggiarli a sostenere i principi di questa politica e ad adottare politiche simili all'interno delle loro attività.

A livello locale, ogni azienda deve adottare regole e procedure più rigorose, come necessario e in conformità con le leggi e i regolamenti locali. Nello svolgimento delle attività di gestione, coordinamento e supervisione, F.I.L.A. S.p.A. rispetta l'autonomia gestionale di ciascuna affiliata del proprio Gruppo, gestendo e controllando il business complessivo, secondo gli interessi legittimi degli azionisti di maggioranza e di minoranza, tenendo conto delle esigenze di riservatezza e delle leggi locali applicabili.

Crediamo fermamente di avere la responsabilità di operare nel rispetto delle norme dei paesi in cui siamo presenti, distinguendoci come un'impresa capace di esportare i Valori che permeano le nostre azioni, promuovendoli nelle comunità in cui operiamo. La finalità di questa politica è offrire una guida agli amministratori, ai funzionari, ai dipendenti, agli agenti, ai consulenti, agli intermediari, alle joint venture controllate e ad altri rappresentanti di terze parti di F.I.L.A. per garantire il rispetto della normativa applicabile e dei nostri valori e politiche.

Il Gruppo F.I.L.A. si impegna a un miglioramento continuo delle sue politiche e dei suoi programmi, facilitando l'adozione a livello locale di tutte le procedure, regole e istruzioni necessarie affinché i principi stabiliti in questa Politica siano applicabili e monitorati, al fine di ottenere un impatto positivo. Adottando questa politica, riteniamo di contribuire a una migliore condizione delle generazioni presenti e future, fornendo strumenti per una migliore qualità di vita.

## Principi generali

La nostra politica di marketing e comunicazione responsabile è basata sui seguenti "pilastri":

### Comunicazione etica, veritiera e responsabile

- **Identificazione:** la comunicazione di marketing deve essere chiaramente distinguibile come tale, indipendentemente dalla forma e i media utilizzati. Il vero scopo commerciale delle comunicazioni di marketing deve essere sempre trasparente e non deve essere travisato
- **Affermazioni oneste:** descriviamo i nostri prodotti e comunichiamo le loro caratteristiche sempre in modo onesto e accurato
- **Trasparenza:** utilizziamo comunicazioni di marketing chiare, evitando qualsiasi dichiarazione, affermazione o trattamento audio o visivo che, direttamente o per implicazione, omissione, ambiguità o esagerazione, possa indurre in errore il consumatore, in particolare, ma senza alcuna limitazione, per quanto riguarda: caratteristiche e funzionalità del prodotto, valore del prodotto, conformità a norme e regolamenti, copyright e diritti di proprietà industriale. I nostri prodotti sono etichettati in modo chiaro ed esauriente, al di là dei requisiti legali, se pertinenti, e riportano sempre informazioni accurate relative ai nostri prodotti e al loro uso previsto. Le immagini del prodotto sulla confezione riflettono il prodotto nel modo più accurato possibile. Il confine tra contenuto e promozione commerciale è sempre chiaro e identifichiamo sempre il contenuto commerciale come tale.
- **Rispettare l'inclusione:** le comunicazioni di marketing devono rispettare la dignità umana e non devono incitare o consentire alcuna forma di discriminazione, comprese le discriminazioni basate sull'origine etnica o nazionale, la religione, il sesso, l'età, la disabilità o l'orientamento sessuale. Nel nostro marketing, evitiamo argomenti politicamente sensibili come la mancata protezione dell'ambiente, il razzismo, l'esclusione sociale, ecc.
- **Autenticità:** per quanto possibile, le nostre comunicazioni di marketing utilizzano sempre persone vere

### Comunicazione ai bambini

Prestiamo particolare attenzione ai messaggi indirizzati ai bambini, intesi come minori fino a 12 anni, e agli adolescenti, o ai messaggi che possono essere ricevuti dai bambini. Questi messaggi non devono presentare contenuti che possano danneggiarli psicologicamente, moralmente o fisicamente, e non devono abusare della loro naturale credulità o mancanza di esperienza, o del loro senso di lealtà.

- **Comunicazione equa:** le nostre comunicazioni di marketing non contengono informazioni o terminologia fuorvianti. Le comunicazioni di marketing dirette ai bambini devono essere chiaramente distinguibili come tali dagli stessi bambini
- **Rispetto dell'autorità dei genitori:** non approfittiamo dell'immaginazione o dell'inesperienza dei bambini né minuiamo l'autorità dei loro genitori attraverso messaggi di marketing

### Rivendicazioni ambientali

- La comunicazione commerciale che dichiara o suggerisce benefici di natura ambientale o ecologica deve essere basata su dati veritieri, pertinenti e scientificamente verificabili. Questa comunicazione deve permettere di capire chiaramente a quale aspetto del prodotto o dell'attività pubblicizzata si riferiscono i benefici dichiarati
- La comunicazione di marketing deve essere strutturata in modo da non abusare delle preoccupazioni dei consumatori relativamente all'ambiente o sfruttare la loro possibile mancanza di conoscenze ambientali e non deve contenere alcuna dichiarazione o trattamento visivo che possa indurre in errore i consumatori sugli aspetti ambientali o sui vantaggi dei prodotti, o sulle azioni intraprese dal commerciante a favore dell'ambiente

### Etichettatura trasparente

- **Etichettatura trasparente:** rispettiamo le leggi sull'etichettatura dei prodotti in tutti i mercati in cui operiamo, e ove l'imballaggio dei prodotti lo permetta, utilizziamo etichette più grandi, per una maggiore facilità di accesso alle informazioni critiche per i consumatori

### Privacy dei dati dei consumatori

- Ci conformiamo alle regole e alle politiche sulla privacy del Gruppo F.I.L.A. che coprono tutti gli aspetti relativi alla raccolta e all'uso delle informazioni dei nostri consumatori. Ci assicuriamo di agire in modo trasparente, proteggendo i dati, e rispetteremo i diritti dei nostri consumatori e verificheremo la conformità con tutti i requisiti legali. Per ulteriori informazioni, si prega di consultare la Politica sulla privacy dei dati del Gruppo F.I.L.A.

La dirigenza senior di F.I.L.A. svolge un ruolo strategico nella piena attuazione di questa Politica assicurando il coinvolgimento di tutto il personale e di coloro che collaborano con F.I.L.A. e la coerenza dei loro comportamenti con i valori incarnati da questa Politica.

Questa Politica viene comunicata all'interno dell'organizzazione e viene resa disponibile online per tutte le parti interessate sul sito web [www.filagroup.it](http://www.filagroup.it).

F.I.L.A. incoraggia chiunque venga a conoscenza di fatti o comportamenti contrari al Codice Etico, alle politiche e alle norme interne, alle leggi o ai regolamenti della Società, a fare una segnalazione nella massima riservatezza. Assicurando la riservatezza dell'identità dell'informatore, F.I.L.A. offre i seguenti canali per inoltrare la segnalazione:

- E-mail: [whistleblowing.fila@gmail.com](mailto:whistleblowing.fila@gmail.com)
- Inviare un'e-mail a [odv@fila.it](mailto:odv@fila.it): Organismo di Vigilanza, F.I.L.A. Fabbrica Italiana Lapis ed Affini S.p.A. Via XXV Aprile, 5 20016 Pero (MI).

Ottobre 2021

CEO DEL GRUPPO – MASSIMO CANDELA