

Política de Marketing y Comunicación Responsable

Nuestro planteamiento sobre el marketing responsable

F.I.L.A. Group es una de las principales empresas mundiales dedicadas a investigar, diseñar, fabricar y comercializar herramientas para la expresión creativa. La empresa diseña, fabrica y empaqueta herramientas y soportes para dibujar, colorear, pintar y moldear, dirigidas a niños, jóvenes y adultos. Nuestra gama de productos incluye más de 25 marcas conocidas y miles de productos que se venden en todos los continentes.

Estamos comprometidos con un comportamiento responsable hacia todas nuestras partes interesadas en la actividad empresarial, combinando el respeto a las personas, el medio ambiente y las comunidades, por lo que la sostenibilidad está integrada en nuestro Propósito, Visión, Misión, Valores establecidos en nuestro Código Ético, y en nuestras operaciones diarias.

Esta política, junto con nuestro Código Ético y el Modelo de Gobernanza Corporativa, debe ser adoptada por todas las empresas del Grupo y formar parte del Modelo de Organización, Gestión y Control del Grupo, de acuerdo con los principios y objetivos del Modelo de Organización, Gestión y Control según el Decreto Legislativo Italiano 231/2001.

Estamos comprometidos con el marketing responsable. Esto significa comprender y respetar las necesidades de nuestros consumidores y esforzarnos por ganarnos su confianza en todo lo que hacemos. Como parte de nuestro propósito de inspirar y enriquecer la vida de todos a través del pensamiento creativo y artístico, nos proponemos garantizar que nuestro marketing y nuestra publicidad sean socialmente responsables, estén en consonancia con nuestros valores y no exploten las vulnerabilidades de ningún individuo o grupo.

Nuestra política de marketing responsable describe la forma en que ponemos en práctica nuestro compromiso, sirviendo como una declaración de compromiso de la dirección y los altos ejecutivos de F.I.L.A. Group, una directriz para nuestros equipos de marketing y comunicación y una promesa a nuestros empleados, socios comerciales, proveedores y todas las demás personas con las que interactuamos.

Esta política abarca las comunicaciones de marketing, incluidas, entre otras, la televisión, la radio, la publicidad exterior, los medios digitales, incluidos las páginas web propias y de terceros, las redes sociales, los patrocinios y el marketing directo, así como todas las demás formas de comunicación, incluidos los envases.

Esta política se aplica a la comunicación de marketing en todo su contenido y forma, incluidos testimonios y declaraciones, y material de audio o visual procedente de otras fuentes. El hecho que el contenido o la forma de una comunicación de marketing pueda provenir total o parcialmente de otras fuentes no justifica la inobservancia de las normas de la Política.

Esta política se refiere a las actividades de comunicación dirigidas a todos los clientes y consumidores, con disposiciones adicionales para las comunicaciones dirigidas a los niños.

Nos comprometemos a mantener los estándares éticos más elevados posibles y a respetar todas las leyes aplicables en todos los países en los que desarrollamos nuestra actividad. Creemos firmemente tener la responsabilidad de operar de acuerdo con las normas de los países en los que estamos presentes, distinguiéndonos como una empresa capaz de exportar los valores que impregnan nuestras acciones, promoviéndolos en las comunidades en las que operamos.

Ámbito de aplicación de esta política

Esta política se aplica a F.I.L.A. S.p.A., sus filiales, las entidades en las que posee una participación mayoritaria y las instalaciones que gestiona. Nos comprometemos a colaborar con nuestros socios comerciales y a animarles a respetar los principios de esta política y a adoptar políticas similares en sus empresas. A nivel local, cada empresa deberá adoptar normas y procedimientos más estrictos, según sea necesario y de conformidad con las leyes y reglamentos locales.

Al llevar a cabo sus actividades de gestión, coordinación y supervisión, F.I.L.A. S.p.A. respeta la autonomía de gestión de cada filial dentro de su grupo, gestionando y controlando el negocio en su conjunto, según los intereses legítimos de los accionistas mayoritarios y minoritarios, teniendo en cuenta los requisitos de confidencialidad y las leyes locales aplicables.

Creemos firmemente tener la responsabilidad de operar en conformidad con las normas de los países donde estamos presentes, distinguiéndonos como una empresa capaz de exportar los valores que impregnan nuestras acciones, promoviéndolos en las comunidades donde operamos.

El objetivo de esta política es guiar a los directores, funcionarios, empleados, agentes, consultores, intermediarios, empresas conjuntas controladas y otros representantes de terceros de F.I.L.A. para garantizar el cumplimiento de la normativa aplicable y de nuestros valores y políticas.

F.I.L.A. Group se compromete a mejorar continuamente sus políticas y sus programas, facilitando la adopción a nivel local de todos los procedimientos, normas e instrucciones necesarios para que los principios establecidos en esta política sean aplicables y supervisados, con el fin de lograr un impacto. Al adoptar esta política, confiamos en contribuir a una mejor condición de las generaciones actuales y futuras, proporcionando herramientas para una mejor calidad de vida.

Principios generales

Nuestra política de marketing y comunicación responsables se basa en los siguientes pilares:

Comunicación ética, veraz y responsable:

- **Identificación:** la comunicación comercial debe distinguirse claramente como tal, cualquiera que sea su forma y el medio utilizado. El verdadero propósito comercial de las comunicaciones comerciales debe ser transparente y no tergiversar su verdadero propósito comercial
- **Afirmaciones honestas:** Siempre comunicamos sobre nuestros productos y sus características de forma honesta y precisa
- **Transparencia:** Utilizamos comunicaciones de marketing claras evitando cualquier declaración, afirmación o tratamiento auditivo o visual que, directamente o por implicación, omisión, ambigüedad o exageración, pueda inducir a error al consumidor, en particular, pero no exclusivamente, sobre: características y prestaciones del producto, valor del producto, cumplimiento de normas y reglamentos, derechos de autor y derechos de propiedad industrial. Nuestros productos están etiquetados de forma clara y completa, más allá de los requisitos legales cuando proceda, y siempre muestran información precisa relacionada con nuestros productos y su uso previsto. Las imágenes de los productos en los envases reflejan el producto con la mayor exactitud posible. Dejamos clara la frontera entre contenido y promoción comercial e identificamos siempre el contenido comercial como tal.
- **Respetar la inclusión:** Las comunicaciones de marketing deben respetar la dignidad humana y no deben incitar ni permitir ninguna forma de discriminación, incluida la basada en el origen étnico o nacional, la religión, el sexo, la edad, la discapacidad o la orientación sexual. Evitamos temas políticamente delicados en nuestro marketing, como la falta de protección del medio ambiente, el racismo, la exclusión social, etc.
- **Autenticidad:** Nuestras comunicaciones de marketing utilizan personas reales en la mayor medida posible.

Comunicación a los niños:

Se pone especial cuidado en los mensajes dirigidos a niños, destinados a menores de hasta 12 años y a adolescentes o que puedan ser recibidos por ellos. Estos mensajes no deben contener nada que pueda dañarles psíquica, moral o físicamente y tampoco deben abusar de su natural credulidad o falta de experiencia, ni de su sentido de la lealtad.

- **Comunicación justa:** Proporcionamos comunicaciones de marketing que no contienen información o terminología engañosa. Las comunicaciones comerciales dirigidas a los niños deben distinguirse claramente como tales.
- **Respetar la autoridad paterna:** No nos aprovechamos de la imaginación o inexperiencia de los niños ni socavamos la autoridad de sus padres a través de mensajes publicitarios.

Declaraciones medioambientales:

- La comunicación comercial que declare o evoque beneficios de carácter medioambiental o ecológico debe basarse en datos veraces, pertinentes y científicamente comprobables. Dicha comunicación debe permitir comprender claramente a qué aspecto del producto o actividad anunciados se refieren los beneficios alegados.

- La comunicación comercial debe enmarcarse de tal manera que no abuse de la preocupación de los consumidores por el medio ambiente ni explote su posible falta de conocimientos medioambientales y no debe contener ninguna declaración o tratamiento visual que pueda inducir a error a los consumidores de cualquier manera sobre los aspectos o ventajas medioambientales de los productos o sobre las acciones que está llevando a cabo el comercializador en favor del medio ambiente.

Etiquetado transparente:

- Etiquetado transparente: Cumplimos la legislación sobre etiquetado de productos en todos los mercados en los que operamos y, cuando el empaquetado de los productos lo permite, aumentamos el tamaño y el contenido de nuestras etiquetas para facilitar el acceso de los consumidores a la información fundamental.

Privacidad de los datos del consumidor:

- Respetamos las normas y políticas de privacidad de datos de F.I.L.A. Group, que cubren todos los aspectos relacionados con la recopilación y el uso de la información de nuestros consumidores. Garantizamos que actuaremos con transparencia, protegeremos y aseguraremos los datos, respetaremos los derechos de nuestros consumidores y verificaremos el cumplimiento de todos los requisitos legales. Para mayor información, consulte la Política de Privacidad de Datos de F.I.L.A. Group.

La alta gerencia de F.I.L.A. juega un papel estratégico en la plena implementación de esta política, asegurando la implicación de todo el personal y de aquellos que colaboran con F.I.L.A. y la coherencia de su comportamiento con los valores plasmados en dicha política.

Esta política se comunica dentro de la organización y se pone a disposición de todas las partes interesadas en la página web www.filagroup.it.

F.I.L.A. anima a cualquier persona que tenga conocimiento de hechos o comportamientos contrarios al código ético de la empresa, a las políticas y a las normas internas, leyes o reglamentos, a realizar una denuncia con la máxima confidencialidad. F.I.L.A., garantizando la confidencialidad de la identidad del denunciante, ofrece los siguientes canales para presentar una denuncia:

- E-mail: whistleblowing.fila@gmail.com
- Enviar a 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).

Octubre de 2021

CEO de F.I.L.A. Group – Massimo Candela