

# POLICY DEL GRUPPO SAMMONTANA

## Politica di Marketing Etico



Edizione 2025 - 2026

## 1. Obiettivo e Ambito di Applicazione

Come Azienda Alimentare che opera nel mercato del gusto il Gruppo Sammontana conosce da sempre le sue responsabilità di impresa e la forza dei suoi brand nell'influenzare le scelte dei consumatori, che pongono nelle marche del Gruppo Sammontana la propria fiducia da quasi ottant'anni.

Per questo si impegna non solo a creare prodotti alimentari di alta qualità pensati per offrire a ciascuno un'esperienza di piacere, ma anche ad incoraggiare le persone, attraverso la comunicazione, a compiere scelte sempre più informate e consapevoli.

Questa politica è ispirata ai valori etici e ai principi di comportamento definiti nel Codice Etico del Gruppo Sammontana, in particolare all'impegno di fornire sempre informazioni complete e trasparenti, comprensibili ed accurate, rispettose della dignità delle persone e a tutela dell'infanzia.

## 2. Impegno Aziendale

**La presente politica di Marketing Etico descrive 8 impegni del Gruppo Sammontana:**

- Ci impegniamo a fare in modo che tutti i materiali di comunicazione, che siano scritti, audio o visivi, rappresentino in modo coerente le caratteristiche del prodotto in termini di gusto, dimensioni, informazioni nutrizionali;
- Ci impegniamo a creare comunicazioni che non siano in nessun modo fuorvianti per i consumatori e a non rappresentare prodotti alimentari non destinati alla sostituzione dei pasti, in quanto tali;
- Ci impegniamo a ricusare messaggi volgari, contraddittori, incerti o ambigui, discriminatori;
- Ci impegniamo a sostenere con dati scientifici tutte le informazioni nutrizionali dei prodotti commercializzati;
- Ci impegniamo a presentare i prodotti nella dimensione reale e in un contesto appropriato, senza mai incoraggiare un consumo eccessivo del prodotto;

- Ci impegniamo a non compromettere il concetto di dieta sana ed equilibrata o l'importanza di uno stile di vita sano e attivo;
- Ci impegniamo a non attribuire validità statistica ai test effettuati con i consumatori sulle loro preferenze se non supportata da evidenze scientifiche.
- Ci impegniamo a rappresentare in modo accurato e trasparente ogni beneficio ambientale dei nostri prodotti o processi, evitando qualsiasi forma di greenwashing.

### **La comunicazione responsabile nei confronti dei bambini**

Per quanto riguarda le sue linee prodotto dedicate ai bambini, il Gruppo Sammontana si impegna a:

- Riconoscere il ruolo fondamentale dei genitori, o di altre figure di riferimento, nel guidare le scelte alimentari e lo stile di vita dei loro bambini;
- Utilizzare tecniche di marketing responsabili, non creando senso di urgenza nell'acquisto del bambino;
- Rappresentare gli alimenti in modo equo, indicando in modo accurato contenuto nutrizionale dei prodotti e i loro benefici;
- Usare testimonial o personaggi di fantasia e cartoni animati in modo responsabile.

Il Gruppo Sammontana si impegna, infine, ad adottare un approccio responsabile nei confronti delle scuole e dei luoghi in cui i bambini vivono la loro vita sociale.

### **3. Regolamenti e codici di condotta cui il Gruppo Sammontana fa riferimento nel processo operativo:**

- Codice ICC (Advertising and Marketing Communications Code 2018)
- Codice del consumo (Decreto legislativo 06/09/2005 n° 206 - Decreto legislativo 02/08/2007 n° 145)

- La tutela dei minorenni nel mondo della comunicazione (Autorità Garante per l'infanzia e l'adolescenza, 21 dicembre 2017)
- Regolamento per la Comunicazione Commerciale relativa ai prodotti alimentari e alle bevande, a tutela dei bambini e della loro corretta alimentazione (Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria con il contributo del gruppo di lavoro UPA, 9 febbraio 2021)
- Regolamento Digital Chart di IAP (Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria)
- Direttiva (UE) 2024/825 (D.Lgs. 20 febbraio 2026, n. 30)

## 4. Ruoli e Responsabilità

L'attuazione della presente Policy è responsabilità congiunta di tutta l'organizzazione, secondo le seguenti modalità:

<i>Marketing &amp; Comunicazione</i>	Garantisce comunicazioni vere, non fuorvianti e conformi alle norme, l'uso corretto dei claim con adeguate evidenze, la coerenza tra messaggi e prestazioni reali del prodotto, il rispetto degli standard etici da parte di fornitori e partner e la gestione delle eventuali segnalazioni relative al marketing.
<i>Sostenibilità</i>	Verifica le informazioni ambientali e sociali nelle comunicazioni, garantendone la coerenza con il Bilancio di Sostenibilità e con i dati ufficiali, prevenendo forme di greenwashing o analoghe distorsioni e supportando la definizione di linee guida etiche per i claim ESG.
<i>Affari legali/Ufficio Regolatorio</i>	Assicura la conformità normativa delle comunicazioni e dei claims, verificandone l'aderenza a leggi, regolamenti e codici di autodisciplina applicabili.
<i>CdA</i>	Il Consiglio di Amministrazione approva questa Policy e ne supervisiona l'attuazione almeno annualmente

## Mancata Diligenza

In caso di mancato rispetto della presente policy, la valutazione e la gestione di eventuali violazioni sono di responsabilità dell'Area Legale.

Eventuali violazioni della presente Policy potranno essere segnalate tramite l'apposito canale dedicato, disponibile al seguente link:

<https://www.sammontanaitalia.com/it/area-legal/segnalazioni-whistleblowing.html>

Empoli, 03/11/2025