

# Politique de Marketing et de Communication Responsable



**Fratelli Carli S.p.A. société Benefit** adopte une stratégie de marketing et de communication axée sur la transparence, l'équité et le respect des individus. Cette approche est en accord avec ses principes fondamentaux, les statuts de la société Benefit ainsi que sa politique d'égalité et de l'inclusion entre les genres.

L'entreprise s'engage à garantir que toutes les activités de communication (institutionnelles, promotionnelles et informatives, y compris le site web, les médias sociaux, les bulletins d'information, les campagnes publicitaires et le matériel éditorial) reflètent de manière cohérente l'identité de l'entreprise, en promouvant la qualité, la culture méditerranéenne et l'engagement en faveur du développement durable.

Plus précisément, Fratelli Carli s'engage à :

**1. Assurer la clarté, la véracité et la transparence**

Tous les contenus sont basés sur des informations précises, vérifiables et facilement compréhensibles. L'entreprise évite toute forme de communication ambiguë, trompeuse ou offensante à l'égard des personnes, des groupes ou des concurrents.

**2. Cultiver des relations authentiques et inclusives**

Les activités de marketing et de relations publiques visent à établir des relations fondées sur la confiance, l'écoute et la participation. La communication promeut un style sobre, respectueux et proche des gens, en valorisant la culture du bien-être, la durabilité des produits et le lien avec le territoire.

**3. Garantir le respect, la diversité et la représentation inclusive**

L'entreprise adopte un langage et une image qui respectent les différences de genre, d'âge, de culture et de condition personnelle, en évitant les stéréotypes et la discrimination. Fratelli Carli promeut une communication accessible, équitable et inspirée par les valeurs d'inclusion conformément à la norme UNI/PdR 125:2022.

**4. Gérer les relations extérieures avec intégrité**

La participation à des événements, la collaboration avec des entités et des organisations et les relations avec les médias et les parties prenantes institutionnelles sont basées sur des critères de cohérence des valeurs, de responsabilité et d'équité.

**5. Promouvoir les compétences et l'amélioration continue**

L'entreprise garantit la formation continue et la mise à jour des personnes impliquées dans la communication et le marketing, en veillant à la cohérence avec les principes de l'entreprise et les exigences réglementaires.

Cette politique est un élément clé du système de gestion de l'entreprise. Elle fait l'objet de contrôles, d'audits et de révisions régulières pour assurer son efficacité et son alignement avec les buts stratégiques de l'entreprise.

Elle est approuvée par le conseil d'administration, communiquée à tous les membres de l'organisation et mise à disposition pour consultation interne et externe.

Le PDG  
Carlo Carli