

SAMMONTANA S.P.A. SOCIETA' BENEFIT - LE NOSTRE PRATICHE DI MARKETING RESPONSABILE

Come Azienda alimentare che opera nel mercato del gusto Sammontana S.p.A. Società Benefit (di seguito "Sammontana") conosce da sempre le sue responsabilità di impresa e la forza dei suoi brand nell'influencare le scelte dei consumatori, che pongono nelle marche 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.

Questo Codice è ispirato ai valori etici e ai principi di comportamento definiti nel Codice Etico di 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.

I 7 impegni di 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.

La comunicazione responsabile nei confronti dei bambini

Per quanto riguarda le sue linee prodotto dedicate ai bambini, 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.

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.

Regolamenti e codici di condotta cui Sammontana fa riferimento:

- 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)