

POLITICA DI MARKETING RESPONSABILE

Kaaral S.r.l. – Società Benefit

DOCUMENT CONTROL

Voce	Dettaglio
Documento	Politica di Marketing Responsabile
Società	Kaaral S.r.l. – Società Benefit
Versione	1.0
Data di approvazione	11.06.2026
Owner del documento	Nicola Vitulli
Approvato da	Nicola Vitulli – CEO
Ambito di applicazione	Marketing, Comunicazione, Social Media, Advertising, Packaging, Influencer Marketing, Comunicazione Corporate
Revisione	Annuale o in caso di aggiornamenti normativi/materiali

1. Premessa

Kaaral S.r.l. – Società Benefit (“Kaaral” o la “Società”) riconosce la comunicazione commerciale quale elemento centrale della propria responsabilità aziendale e del proprio sistema di governance ESG.

In qualità di Società Benefit, Kaaral integra obiettivi di beneficio comune nelle proprie attività e si impegna a sviluppare pratiche di marketing fondate sui principi di trasparenza, correttezza, verificabilità, inclusione e tutela del consumatore.

La presente Politica di Marketing Responsabile (“Politica”) definisce i principi, i criteri operativi e le responsabilità applicabili a tutte le attività di comunicazione e marketing della Società, in conformità con:

- i requisiti previsti dagli standard di certificazione di B Lab;
- la normativa europea e nazionale applicabile in materia di tutela del consumatore e pratiche commerciali;
- la Direttiva Europea Empowering Consumers for the Green Transition (“ECGT”);
- i principi applicabili in materia di comunicazione ambientale e prevenzione del greenwashing;
- il Codice Etico aziendale e le ulteriori policy interne applicabili.

La presente Politica si applica a:

- dipendenti;
- collaboratori;
- consulenti;
- agenzie esterne;
- partner commerciali;
- distributori;
- influencer;
- creator;
- soggetti terzi coinvolti, a qualsiasi titolo, nella comunicazione del marchio Kaaral.

2. Principi Generali

Kaaral si impegna a garantire che tutte le attività di marketing, advertising e comunicazione commerciale siano:

- veritiere;
- chiare e comprensibili;
- verificabili;
- non ingannevoli;
- rispettose della dignità della persona;
- coerenti con i valori aziendali e con gli impegni ESG della Società.

La Società vieta qualsiasi comunicazione suscettibile di:

- indurre in errore il consumatore;
- enfatizzare impropriamente caratteristiche ambientali o sociali dei prodotti;
- omettere informazioni rilevanti;
- promuovere stereotipi discriminatori;
- compromettere la fiducia dei consumatori o degli stakeholder.

Tutte le attività di comunicazione devono essere sviluppate secondo principi di responsabilità, proporzionalità e trasparenza.

3. Governance dei Claim Marketing e Ambientali

3.1 Principi generali

Ogni claim commerciale, ambientale, sociale, tecnico o prestazionale utilizzato dalla Società deve essere preventivamente verificato e supportato da adeguate evidenze documentali.

Certified



Corporation

Kaaral srl - Società Benefit

San Salvo (CH) Italy

C.da Piane Sant'Angelo / Zona Ind.le

Ph. +39 0873 343127 / Fax +39 0873 548151

info@kaaral.com / www.kaaral.com



Kaaral si impegna a utilizzare esclusivamente claim:

- accurati;
- specifici;
- dimostrabili;
- coerenti con le caratteristiche reali del prodotto o del servizio comunicato.

Non sono consentiti claim vaghi, generici o suscettibili di creare aspettative non supportate da evidenze oggettive.

3.2 Processo interno di approvazione dei claim

La Società adotta un processo interno di validazione preventiva dei claim applicabile a:

- materiali marketing;
- packaging;
- siti web;
- social media;
- campagne ADV;
- contenuti influencer;
- materiali trade e B2B;
- comunicazioni corporate.

Il processo prevede le seguenti fasi:

a) Elaborazione del claim

Il reparto Marketing predispone il claim e individua:

- finalità della comunicazione;
- contesto di utilizzo;
- evidenze disponibili a supporto.

b) Verifica tecnica e normativa

Le funzioni competenti, incluse Qualità, R&D e/o Compliance, verificano:

- correttezza tecnica;
- conformità normativa;
- disponibilità di prove documentali;
- coerenza con certificazioni o test esistenti;
- assenza di profili ingannevoli o fuorvianti.

c) Approvazione finale

La pubblicazione del claim è subordinata all'approvazione della funzione autorizzata individuata dalla Società.

d) Conservazione documentale

Kaaral mantiene un archivio interno contenente la documentazione di supporto ai claim, inclusi:

- test di laboratorio;
- schede tecniche;
- report scientifici;
- certificazioni;
- evidenze di efficacia;
- valutazioni normative.

La documentazione viene conservata secondo le procedure interne applicabili ed è resa disponibile in caso di audit, verifiche o richieste delle autorità competenti.

4. Principi Anti-Greenwashing

4.1 Comunicazione ambientale

Kaaral si impegna a garantire che ogni comunicazione ambientale sia:

- chiara;
- specifica;
- verificabile;
- basata su evidenze oggettive.

La Società non utilizza claim ambientali generici privi di adeguata contestualizzazione o dimostrazione.

In particolare, non possono essere utilizzate espressioni quali:

- “green”;
- “eco”;
- “ecologico”;
- “naturale”;
- “sostenibile”;
- “clean beauty”;
- “environmentally friendly”;
- “planet safe”;

qualora tali affermazioni non siano accompagnate da informazioni specifiche, verificabili e documentate.

Ogni claim ambientale deve indicare con chiarezza:

- l’ambito di riferimento;
- il beneficio specifico dichiarato;
- la metodologia eventualmente utilizzata;
- le evidenze disponibili a supporto.

Certified



Corporation

Kaaral srl - Società Benefit

San Salvo (CH) Italy

C.da Piane Sant'Angelo / Zona Ind.le

Ph. +39 0873 343127 / Fax +39 0873 548151

info@kaaral.com / www.kaaral.com



4.2 Certificazioni, loghi e simboli ambientali

L'utilizzo di certificazioni, marchi, loghi o simboli ambientali è consentito esclusivamente qualora:

- la certificazione sia reale, valida e verificabile;
- sia stata rilasciata da enti indipendenti o autorizzati;
- il relativo utilizzo sia conforme alle condizioni applicabili.

È vietato:

- utilizzare simboli o diciture suscettibili di indurre il consumatore a ritenere esistente una certificazione inesistente;
- enfatizzare aspetti marginali della sostenibilità del prodotto in modo fuorviante;
- omettere informazioni rilevanti ai fini della corretta comprensione del claim.

5. Trasparenza su Ingredienti, Sicurezza e Performance

5.1 Principi di trasparenza

Kaaral promuove una comunicazione trasparente relativa agli ingredienti, alla sicurezza e alle performance dei prodotti cosmetici.

Le comunicazioni commerciali devono essere coerenti con:

- la normativa cosmetica applicabile;
- le evidenze scientifiche disponibili;
- le caratteristiche effettive del prodotto.

La Società vieta l'utilizzo di claim assoluti o scientificamente impropri, inclusi:

- "100% safe";
- "chemical free";
- "senza sostanze chimiche";
- "privo di qualsiasi rischio".

5.2 Distinzione delle evidenze

Ogni comunicazione relativa alle performance dei prodotti deve distinguere chiaramente tra:

- dati scientifici;
- test strumentali;
- test consumatore;
- percezioni soggettive;
- messaggi promozionali o marketing.

Qualora vengano comunicati risultati quantitativi o percentuali di efficacia, Kaaral garantisce la disponibilità della relativa documentazione tecnica e metodologica.

Certified



Corporation

Kaaral srl - Società Benefit

San Salvo (CH) Italy

C.da Piane Sant'Angelo / Zona Ind.le

Ph. +39 0873 343127 / Fax +39 0873 548151

info@kaaral.com / www.kaaral.com



6. Influencer Marketing e Creator Collaboration

6.1 Trasparenza pubblicitaria

Tutti gli influencer, ambassador, creator e partner coinvolti nella promozione dei prodotti o del marchio Kaaral sono tenuti a rispettare la normativa applicabile in materia di trasparenza pubblicitaria.

I contenuti sponsorizzati o oggetto di collaborazione commerciale devono essere chiaramente identificabili attraverso diciture idonee, incluse:

- “ADV”;
- “Pubblicità”;
- “Collaborazione retribuita”;
- “Partnership commerciale”;
- “Gifted”.

6.2 Principi etici e comportamentali

Kaaral richiede che i soggetti coinvolti nella comunicazione del marchio rispettino principi di:

- inclusività;
- correttezza;
- rispetto della persona;
- non discriminazione;
- responsabilità sociale.

Non sono consentiti contenuti che:

- promuovano body shaming;
- diffondano messaggi discriminatori;
- rafforzino stereotipi offensivi;
- denigrino caratteristiche fisiche naturali;
- promuovano standard estetici dannosi o non realistici.

6.3 Diversità e rappresentazione

La Società promuove una rappresentazione inclusiva e rispettosa delle diversità individuali, incluse:

- differenti texture e tipologie di capelli;
- differenti etnie;
- diverse fasce d'età;
- pluralità di identità ed espressioni di genere;
- differenti caratteristiche fisiche e culturali.

7. Inclusività della Comunicazione

Kaaral si impegna a sviluppare attività di comunicazione coerenti con i principi di equità, inclusione e rappresentazione responsabile.

Certified



Corporation

Kaaral srl - Società Benefit

San Salvo (CH) Italy

C.da Piane Sant'Angelo / Zona Ind.le

Ph. +39 0873 343127 / Fax +39 0873 548151

info@kaaral.com / www.kaaral.com



Le attività di marketing devono favorire:

- rappresentazione equilibrata delle persone;
- valorizzazione delle diversità;
- rispetto delle differenze culturali, etniche e sociali;
- comunicazione non stereotipata;
- linguaggio rispettoso e inclusivo.

La presente Politica si coordina con le ulteriori policy aziendali applicabili in materia di diversità, equità e inclusione ("JEDI/DE&I").

8. Reclami e Segnalazioni

Kaaral promuove sistemi trasparenti per la gestione di reclami e segnalazioni relativi alle attività di comunicazione commerciale.

Consumatori, clienti, collaboratori e stakeholder possono segnalare:

- claim potenzialmente ingannevoli;
- comunicazioni non conformi alla presente Politica;
- contenuti discriminatori o non inclusivi;
- problematiche relative alla trasparenza delle informazioni.

Le segnalazioni vengono gestite secondo le procedure interne applicabili.

Email di riferimento: ethics@kaaral.com

9. Formazione e Monitoraggio

Kaaral si impegna a promuovere attività periodiche di sensibilizzazione e formazione sui temi:

- marketing responsabile;
- anti-greenwashing;
- compliance normativa;
- comunicazione etica;
- inclusività e diversità;
- trasparenza pubblicitaria.

La Società monitora periodicamente la conformità delle attività di comunicazione rispetto ai principi definiti nella presente Politica.

10. Pubblicazione e Trasparenza

La presente Politica è pubblicata attraverso i canali ufficiali della Società ed è resa disponibile agli stakeholder rilevanti.

Kaaral si impegna inoltre a garantire trasparenza relativamente:

- agli impegni anti-greenwashing;
- ai principi di marketing responsabile;
- ai sistemi di gestione dei reclami;
- agli standard adottati in materia di comunicazione etica.

11. Revisione della Politica

La presente Politica è soggetta a revisione annuale al fine di garantire il continuo allineamento della stessa:

- all'evoluzione normativa;
- ai requisiti degli standard B Lab;
- alle best practice di settore;
- agli obiettivi ESG e di governance della Società.

Ogni aggiornamento della Politica è approvato secondo i processi interni di governance applicabili.

Certified



Corporation

Kaaral srl - Società Benefit

San Salvo (CH) Italy

C.da Piane Sant'Angelo / Zona Ind.le

Ph. +39 0873 343127 / Fax +39 0873 548151

info@kaaral.com / www.kaaral.com

