

Kaaral S.r.l. — Società Benefit
POLITICA DI MARKETING RESPONSABILE

San Salvo (CH), Agosto 2026

Document Control

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;

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



- 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. 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.

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.

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. 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



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



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

