

Política Global de Marketing

| | |
|------------------|--|
| Documento | Política Global de Marketing |
| Aprobador | Comité de Riesgos y Compliance ("CRC") |

Confidencialidad - Este documento es confidencial. Por lo tanto, no debe ser distribuido fuera de los empleados de Grupo J. Uriach S.L. sin el consentimiento de su Consejo de Administración.

1. Definiciones

- a) **Uriach:** Integrada por Grupo J. Uriach, S.L. y el resto de las entidades del ámbito penal de control. En adelante, también denominada, indistintamente, "**Uriach**" o la "**Organización**".
- b) **Ámbito penal de control:** incluye el Grupo J. Uriach, S.L. y todas sus filiales.
- c) **Colaboradores:** miembros del Consejo de Administración o de la Dirección, empleados, obreros o eventuales, trabajadores por cuenta ajena en virtud de convenio de colaboración y el resto de las personas físicas bajo subordinación jerárquica de cualquiera de los anteriores.

2. Introducción y objetivos

La presente Política Global de Marketing (la "**Política**") tiene por objeto establecer un marco general que regule la relación de Uriach con cada uno de los diferentes agentes del mercado con los que interactúa.

La misión de Uriach es mejorar la salud, la calidad de vida y el bienestar de las personas de todo el mundo por medio de productos y servicios que mantengan altos niveles de calidad, ética y transparencia en la forma de comercializarlos.

Para Uriach es de gran importancia que todos los grupos de interés actúen siempre en base a criterios sostenibles y éticos, garantizando la transparencia y el mínimo impacto ambiental en cada una de sus actuaciones.

Uriach, por lo tanto, se compromete a:

- i. **Cumplimiento de la ley:** Actuar y competir cumpliendo todas las leyes aplicables en los territorios en los que Uriach opera, promoviendo la libre competencia, y evitando cualquier conducta que pueda constituir un abuso.
- ii. **Marketing ético:** Promover la adecuada comercialización, promoción y publicidad de sus productos, garantizando que dichas actividades, dirigidas tanto a profesionales sanitarios como al público en general, sean lícitas y veraces.
- iii. **Sostenibilidad:** Garantizar un uso racional de los recursos, respetar el medio ambiente y actuar con criterios de sostenibilidad y ética como base fundamental de cada una de sus actuaciones.

Esta Política representa el compromiso de Uriach de cumplir las leyes y los valores éticos defendidos en nuestro Código Ético y otras políticas y protocolos internos que puedan desarrollarse.

3. Ámbito de aplicación

En el ámbito de aplicación de esta Política, podemos distinguir lo siguiente:

- **ALCANCE CORPORATIVO** - Esta Política es de aplicación a todas las empresas pertenecientes a Uriach, así como a las filiales y participadas sobre las que Uriach tenga control efectivo o desempeñe cargos en los órganos de dirección.
- **ÁMBITO DE APLICACIÓN PERSONAL** - Esta Política es aplicable a todos los niveles de la organización, incluidos los órganos de dirección, la alta dirección, los órganos de supervisión, todo el personal y cualquier persona que pueda ser considerada como miembro de Uriach.
- **ALCANCE RELACIONAL** - Esta Política es aplicable en las relaciones con agentes, influencers, embajadores, agencias o cualquier otro tercero involucrado en el marketing y comercialización de cualquiera de los productos de Uriach.
- **ÁMBITO GEOGRÁFICO** - Esta Política es aplicable a las actividades que la empresa desarrolla en cualquier ámbito geográfico, tanto local como internacional.

Esta Política estará disponible en la Intranet de Uriach para todos los Colaboradores. También se comunicará a todos los directores, altos directivos y cualquier persona que represente a Uriach, que deberán comprometerse a cumplirla.

4. Principios

Uriach pretende con esta Política transmitir los principios que deben estar presentes en todas las actividades de Uriach y lanzar un mensaje claro de oposición a la comisión de cualquier acto ilícito o contrario a la ética.

En este sentido, los principales principios de comercialización que regirán la actividad de Uriach son:

- Política de tolerancia cero con respecto a cualquier conducta que pueda constituir una infracción de las normas de defensa de la competencia. En caso de infracción, Uriach adoptará las medidas legales oportunas para hacer frente a la situación.
- Parte de la cultura de Uriach se basa en la innovación y la transformación. Por ello, es de vital importancia proteger la inversión en activos intelectuales e intangibles, que a su vez es un factor determinante para mantener la competitividad de Uriach. En todas las relaciones de Uriach con proveedores y clientes deben regularse adecuadamente las obligaciones sobre protección de activos de propiedad intelectual o secretos comerciales.
- La promoción y publicidad de los productos de Uriach se ajustará a las exigencias de la buena fe y a las buenas prácticas mercantiles, con independencia de su contenido, de los canales de difusión o de la forma en que se adopten.

A título de ejemplo, y en modo alguno exhaustivo, todas las acciones de marketing de Uriach se ajustarán a los siguientes principios:

- Diversidad y lenguaje inclusivo: Todos los materiales y comunicaciones de marketing promoverán la diversidad y la inclusión mediante el uso de un lenguaje que respete y represente diversos orígenes, culturas e identidades.
- Impacto medioambiental: Las iniciativas de marketing deben esforzarse por minimizar su impacto medioambiental. Esto incluye utilizar materiales sostenibles, minimizar la generación de residuos y promover prácticas ecológicas en todo el proceso de comercialización.
- Transparencia: Uriach se compromete a ser transparente en relación con los posibles impactos negativos de sus productos sobre la salud y el medio ambiente. Las campañas de marketing proporcionarán información precisa y clara sobre cualquier riesgo potencial asociado al uso o consumo de los productos, así como sobre el impacto del proceso de fabricación y comercialización de sus productos en el medio ambiente.
- Publicidad ética: Todas las actividades de marketing deberán adherirse a las normas éticas de publicidad, promoviendo una representación honesta y veraz de los productos y servicios de Uriach. Las prácticas publicitarias engañosas están estrictamente prohibidas.
- Protección de datos: Las campañas de marketing deben cumplir la legislación aplicable en materia de protección de datos y respetar la privacidad de los consumidores. La información personal se tratará de forma segura y de acuerdo con la normativa local y regional de protección de datos.
- Responsabilidad social: Las iniciativas de marketing deben alinearse con el compromiso de Uriach con la responsabilidad social, tal y como se establece en nuestro Código Ético. Esto incluye el apoyo a causas sociales, la participación en actividades filantrópicas y la promoción de prácticas empresariales éticas.

- Cumplimiento de leyes y reglamentos: Todas las acciones de comercialización deben cumplir las leyes, reglamentos y normas industriales locales, regionales e internacionales que rigen las prácticas de comercialización.

5. Relación de Uriach con terceros

Antes de trabajar con cualquier agente, influencer, embajador, agencia o cualquier otro tercero involucrado directamente en el marketing y comercialización de cualquiera de los productos de Uriach (en adelante el "**Agente**"), el procedimiento a seguir por cualquier Colaborador será el siguiente:

- Firma de un acuerdo de confidencialidad.
- Presentación de los valores y la historia de Uriach.
- Presentación de la estrategia de marca y de producto, junto con los insights de la marca. Si es necesario, entrega de muestras de productos y material promocional.
- Envío del manual "DO & DON'Ts" (adjunto como Anexo 1) para transmitir e imponer buenas prácticas en todas las actividades de marketing.
- Formalización de un contrato en el que, entre otros, se tratarán los siguientes aspectos: obligaciones, pago, cumplimiento del Código Ético de Uriach, derechos de propiedad intelectual.

6. Canal de Compliance

Uriach pone a disposición de todos sus grupos de interés un canal de comunicación que les permitirá denunciar, con estricta confidencialidad y (si así lo solicitan) de forma anónima, cualquier sospecha de irregularidad e incumplimiento de nuestro Código Ético, de las políticas internas (como la vigente) y de toda la normativa aplicable.

Todos los Colaboradores tienen el deber de cumplir esta Política y deben comunicar a través del Canal de Compliance cualquier incumplimiento de los principios éticos de comercialización establecidos en esta Política y en la normativa que la desarrolla.

Su incumplimiento será motivo de sanción disciplinaria. Ante cualquier conducta ilícita, Uriach aplicará, de forma proporcionada, las medidas disciplinarias que correspondan de acuerdo con la normativa vigente.

Cualquier grupo de interés que desee acceder a nuestro canal de cumplimiento puede hacerlo a través de la sección de Gobierno Corporativo de la página web de Uriach. Al incluir el canal de compliance dentro de nuestra sección de Gobierno Corporativo, pretendemos fomentar la transparencia y animar a los grupos de interés a comunicar cualquier inquietud relacionada con incumplimientos de nuestro Código Ético, políticas internas y toda la normativa aplicable.

7. Revisión, aprobación, comunicación, difusión y actualización de la Política

La Dirección Global de Marketing atenderá las cuestiones planteadas por los Colaboradores de Uriach en relación con el cumplimiento de la Política, así como las sugerencias sobre cómo Uriach puede mejorar la Política. Esta Política será revisada periódicamente para adaptarla a los cambios que en cada momento resulten oportunos.

Esta Política será aprobada por el Chief Marketing Officer y el Comité de Riesgos y Compliance y será comunicada y difundida a todos los niveles jerárquicos de la organización.

El Chief Marketing Officer organizará sesiones de formación sobre esta Política cuando sea necesario.

ANEXO 1

lo que deben y no deben hacer los agentes

1. INTRODUCCIÓN

Este documento pretende servir de guía para todos los empleados de , agentes, influencers, embajadores, agencias o cualquier otro tercero involucrado en el marketing y comercialización de cualquiera de los productos de Uriach ("**Agente**") con el fin de generar buenas prácticas en el proceso de cualquier material publicitario o campaña sobre los productos y/o servicios de Uriach.

En este sentido, como Agente de Uriach, queremos facilitarte un listado detallado, no exhaustivo, de buenas prácticas en la configuración de mensajes, publicaciones y actividades que puedes realizar para adecuar tus contenidos a la legislación vigente en materia de publicidad, así como a los acuerdos comerciales con Uriach.

A continuación, le ofrecemos una lista de lo que debe y no debe hacer, estructurada del siguiente modo:

- Compromisos generales
- Compromisos relacionados con la imagen de Uriach
- Compromiso de transparencia
- Compromiso con la publicidad de alimentos y complementos alimenticios
- Compromiso sobre la publicidad de cosméticos y productos de cuidado personal

Y, sobre todo, en caso de duda, ¡pregúntenos! Le ayudaremos.

2. QUÉ HACER Y QUÉ NO HACER

a. Compromisos generales

- **COMPROMISO** de respetar la legislación vigente en cada país y especialmente los valores, derechos y principios reconocidos en el Convenio Europeo de Derechos Humanos.
- **NO se** sugerirá ninguna forma de discriminación o incitación a la violencia, ni se fomentarán comportamientos ilícitos, ilegales o socialmente reprobables.
- **COMPROMISO** de cumplir y observar la normativa aplicable en materia de publicidad y sectorial.
- **NO se** facilitará información falsa, inexacta, desequilibrada, deshonesta o imparcial.
- **COMPROMISO** de respetar los derechos de imagen, propiedad intelectual e industrial o cualesquiera otros derechos de terceros.
- **NO** copiar ni utilizar contenidos de terceros no autorizados (por ejemplo, marcas comerciales, fotografías, música, ilustraciones, vídeos, etc.).
- **COMPROMISO** de difundir información veraz y respetuosa y de velar en todo momento por la veracidad, exactitud y pertinencia de los contenidos.
NO se publicará, o se omitirá su publicación, información que pueda inducir a error a sus destinatarios o contenidos que puedan menoscabar la reputación de terceros. No se recomienda la publicidad comparativa, aunque no se mencione a la otra parte, ni el uso de expresiones superlativas como "el mejor" o "nº 1".

b. Compromisos relacionados con la imagen de Uriach

- **COMPROMISO** de respetar en todo momento el buen nombre y reputación de Uriach y sus respectivos productos y/o servicios.
- **NO** publicar imágenes, vídeos, posts o comentarios ni realizar declaraciones o acciones públicas que puedan tener un impacto negativo sobre Uriach o sus productos.
- **COMPROMISO** de utilizar las marcas de Uriach sin tergiversarlas.
- **NO** utilizar logotipos o imágenes corporativas obsoletos.
- **COMPROMISO** de respetar la confidencialidad de la información de Uriach a la que puedan tener acceso.
- **NO** divulgar ninguna información confidencial de Uriach.
- **COMPROMISO** de garantizar cierta exclusividad y protagonismo a los productos de Uriach.
- **NO** realizar o evitar las campañas de los competidores directos de Uriach durante el mismo periodo de tiempo.

c. Compromiso de transparencia

- **COMPROMISO** de identificar las acciones promocionales de forma expresa, suficiente y sencilla como publicidad de acuerdo con la normativa y códigos de conducta aplicables. Se recomienda el uso de indicaciones como "publicidad", "en colaboración con" o "patrocinado por".
- **NO** utilice indicaciones genéricas (por ejemplo, "información", "legal" o similares), ni indicaciones o abreviaturas poco claras (como "Colab", o "sp" o "ad").

d. Compromiso con la publicidad de alimentos y complementos alimenticios

- **COMPROMISO** de utilizar declaraciones nutricionales expresamente aprobadas. Por ejemplo, "Fuente de fibra", "Bajo en grasas", "Sin azúcares", "Sin azúcares añadidos", etc.
- **NO** haga afirmaciones no aprobadas que puedan inducir a error al consumidor:
 - o Que el producto previene o trata enfermedades, patologías.
 - o Que mejore el rendimiento deportivo, físico, intelectual o sexual.
 - o Que su salud puede verse afectada si no se consume el producto (explotar el miedo del consumidor).
 - o No debe apoyarse en recomendaciones de médicos ni en avales sanitarios o científicos.

e. Compromiso sobre la publicidad de cosméticos y productos de cuidado personal

- **COMPROMISO** de utilizar declaraciones veraces, honestas e imparciales basadas en datos verificados. Como, por ejemplo
 - o Alivio de la irritación del cuero cabelludo
 - o Hidratación
 - o Acción calmante para pieles sensibles
 - o Efecto iluminador
 - o Repara y nutre la piel
 - o Higiene completa
 - o Anticaída (alopecia)
 - o Antienvjecimiento (antiarrugas)
 - o Celulitis

- Puntos negros y espinillas
 - Dermatológico, Piel atópica
 - Promover la vasodilatación periférica
 - Masaje con indicaciones cosméticas
 - Piel propensa al acné
- **NO** haga declaraciones de propiedades saludables, como sugerir que un producto está destinado a tratar, curar o prevenir cualquier enfermedad o síntoma:
- Acción desinfectante: antiséptica, bactericida, fungicida, protección contra el contagio, impide la proliferación bacteriana, etc.
 - Enfermedades y afecciones de la piel y el cabello: cura o trata el acné, eczema, psoriasis, forúnculos, prurito (excepto anticropa), dermatitis, cicatrices, inflamaciones, quemaduras (excepto para prevenir quemaduras), hemorroides, erupciones del pañal (excepto para prevenir erupciones).
 - Acción sobre la circulación sanguínea: cura, trata o previene las varices, las piernas hinchadas, favorece la circulación general.
 - Acción contra la obesidad: adelgazar.

