

Ethical marketing policy



Premessa

Sommario

3 Premesse

4 Eticità

Chiarezza
Integrità
Impegno sociale e ambientale
Lealtà

6 Inclusione

Inclusione della diversità nella comunicazione
Inclusione della diversità nel nostro team di atleti
Rispetto multiculturale nella comunicazione
Digital marketing etico ed aggiornato

10 Atleti e comunità

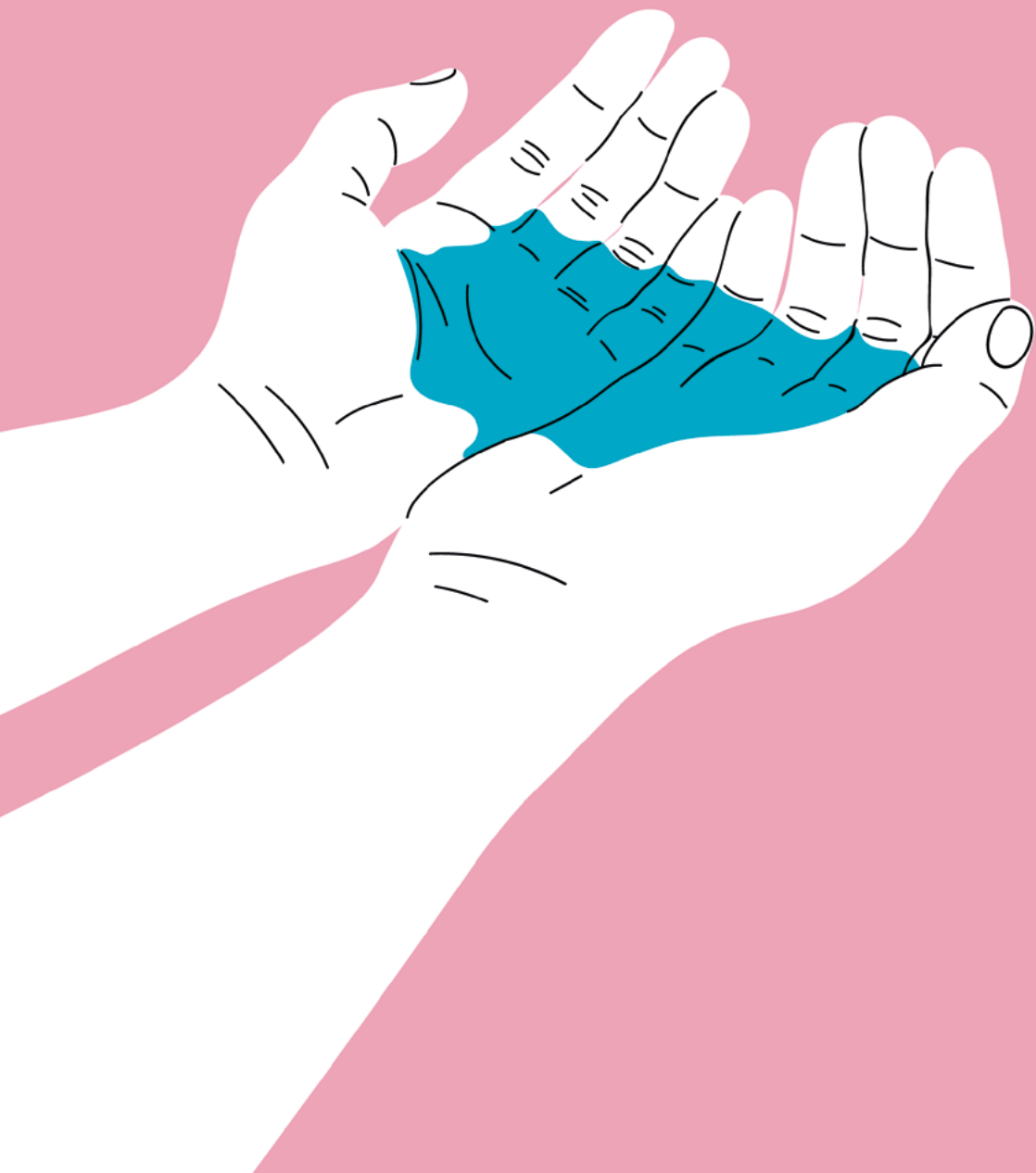
Ascolto delle persone
Promozione di uno stile di vita sano
Promozione di uno stile di vita responsabile attraverso i nostri atleti
Contratti con doppia finalità

Il nostro approccio al marketing etico

Questo documento integra
il nostro → **Codice Etico**
e il nostro → **Green Manifesto**,
definendo gli standard
che applichiamo ad ogni nostra
iniziativa di marketing.

Capiamo la **responsabilità**
che il nostro ruolo di
comunicatori ci impone
e seguiamo con scrupolo
una serie di principi per assicurare
che il nostro **messaggio**
sia accurato, trasparente
e rispettoso verso
il nostro pubblico.

Eticità



Chiarezza

Quando si tratta di comunicazione corporate, scegliamo la **massima trasparenza** nel comunicare al nostro pubblico le operazioni della nostra azienda e l'impatto dei nostri prodotti sulla sostenibilità e l'ambiente.

Integrità

L'integrità rappresenta il fondamento dell'etica nel marketing. Ci dedichiamo a fornire comunicazioni che siano basate su **informazioni accurate e realistiche** riguardo alle prestazioni e all'effetto dei nostri prodotti, **senza ricorrere a tattiche ingannevoli o fuorvianti**.

Lealtà

Nel marketing, esistono alcune leve che possono avere un effetto fortemente persuasivo.

Noi abbiamo assunto un impegno intransigente verso la sincerità in questo campo.

I nostri principi includono:

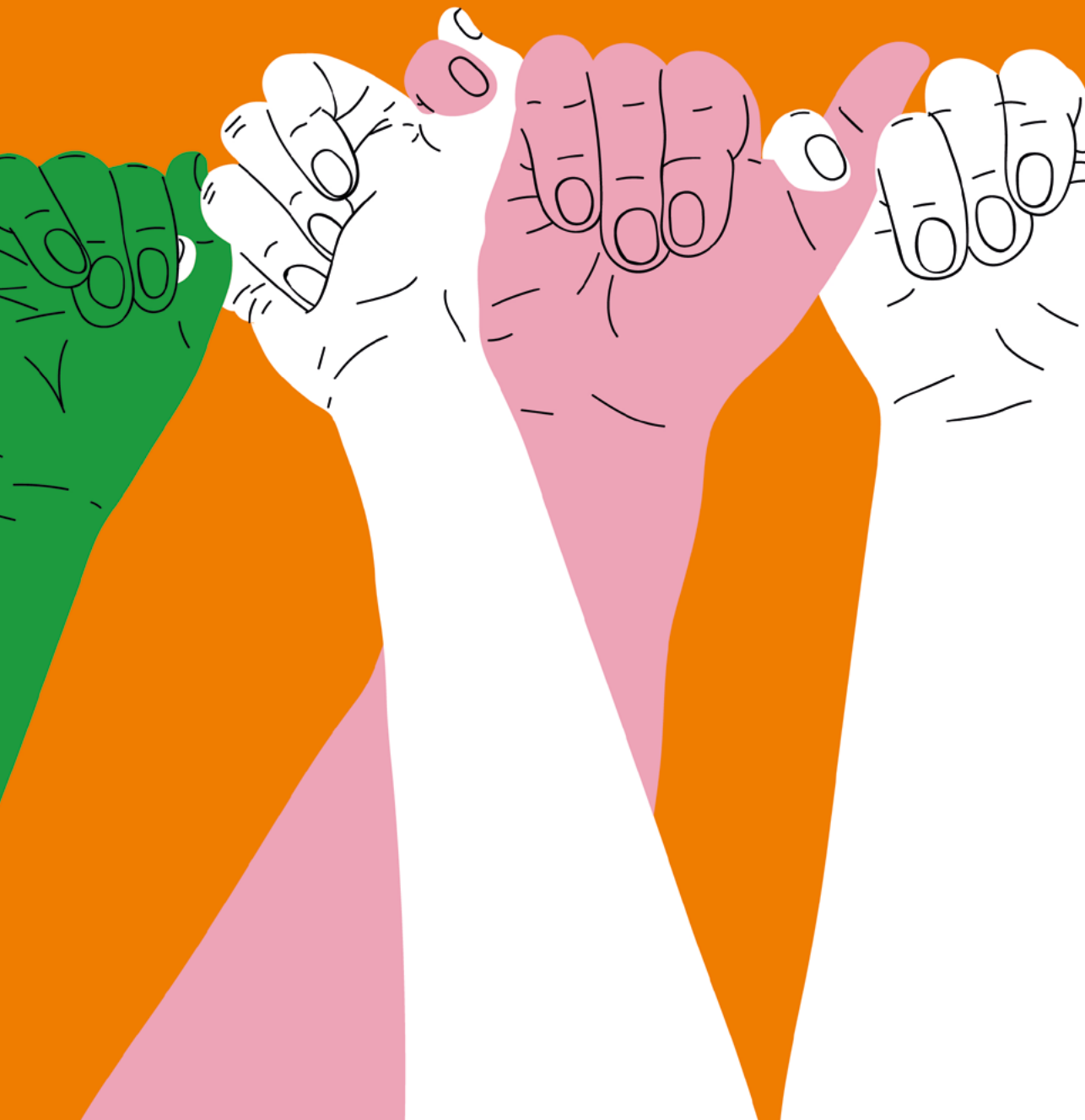
- Evitare categoricamente l'uso di strategie di marketing ingannevoli.
- Evitare qualsiasi esagerazione dei valori e dei benefici dei nostri prodotti.
- Non ricorrere a recensioni false o esagerate e non occultare eventuali opinioni negative.
- Mantenere l'accuratezza dei dati e dei risultati senza esagerarli quando creiamo messaggi per i partner o nelle attività pubblicitarie.
- Adoperare esclusivamente termini che rappresentino con realismo i nostri prodotti e le loro caratteristiche.

Impegno sociale e ambientale

Dedichiamo il massimo sforzo nel **sostenere iniziative** e sviluppare azioni di marketing che incentivino i nostri clienti ad adottare **pratiche sostenibili** per la **protezione dell'ambiente**.

La nostra attività pone al centro il **benessere della società e dell'ecosistema**.

Inclusione



Inclusione della diversità nella comunicazione

Uno dei pilastri fondamentali della nostra filosofia è **l'inclusione della diversità**.

Riteniamo che il marketing etico debba riflettere la **diversità presente nella nostra società** e dare voce a una **vasta gamma di prospettive**. Per questo motivo, lavoriamo attivamente per garantire che le nostre campagne, i nostri shooting, i nostri **messaggi** e le nostre iniziative siano **inclusivi**, rappresentando le diverse culture,

le esperienze e i punti di vista presenti nella nostra clientela e nella nostra forza lavoro.

Ci impegniamo per garantire una rappresentazione diversificata ed inclusiva di razza, età, identità/espressione di genere, corporatura e disabilità.

Rispetto multiculturale nella comunicazione

Siamo consapevoli del potere che alcune immagini e testimonial hanno nel suscitare una risposta emotiva e nell'incoraggiare l'interazione con le iniziative di marketing.

Di conseguenza, adottiamo misure per garantire che i **contenuti di marketing non prevedano alcuna forma di sfruttamento**, appropriazione o stereotipizzazione delle persone o gruppi storicamente o socialmente emarginati.

Ricerchiamo inoltre costantemente il **feedback sulla pertinenza e sensibilità dei nostri contenuti** di marketing e promuoviamo la formazione interna per accrescere la consapevolezza della sensibilità culturale e dell'inclusione.

Inclusione della diversità nel nostro team di atleti

Riteniamo che i nostri atleti non siano solo **ambasciatori** della qualità dei nostri prodotti, ma anche **autentici opinion leader**. Ciò ci ha spinti ad intensificare gli sforzi nella costruzione di un percorso di comunicazione su due binari: desideriamo che i nostri atleti non siano solo promotori di prestazioni sportive eccezionali, ma anche **voci autorevoli nel trasmettere il nostro messaggio di sostenibilità e giustizia, equità, diversità e inclusione**.

Riteniamo che abbracciare la diversità sia non solo etico, ma anche un modo per garantire che il **nostro team sia rappresentativo della società globale** e in grado di offrire una vasta gamma di prospettive a tutte le persone che li seguono.

Quindi, nella selezione degli atleti, ci sforziamo di continuare **a scegliere atleti che ci portino diversità di pensiero, mantenendo nel contempo il livello di talento del nostro team a livelli professionali**.

Nello scegliere i nostri atleti, siamo costantemente impegnati nel condurre uno **scouting etico**, che pone una particolare enfasi sulla diversità e l'inclusione. Siamo dedicati a cercare atleti con **talento e potenziale in vari contesti**, impegnandoci a dare **il massimo spazio alla diversità di etnia, genere, orientamento sessuale, origine geografica o background socio-culturale**.

Inoltre, promuoviamo un ambiente inclusivo in cui ogni membro della squadra si senta apprezzato, rispettato e abbia l'opportunità di svilupparsi al meglio delle proprie capacità.

Digital marketing etico ed aggiornato

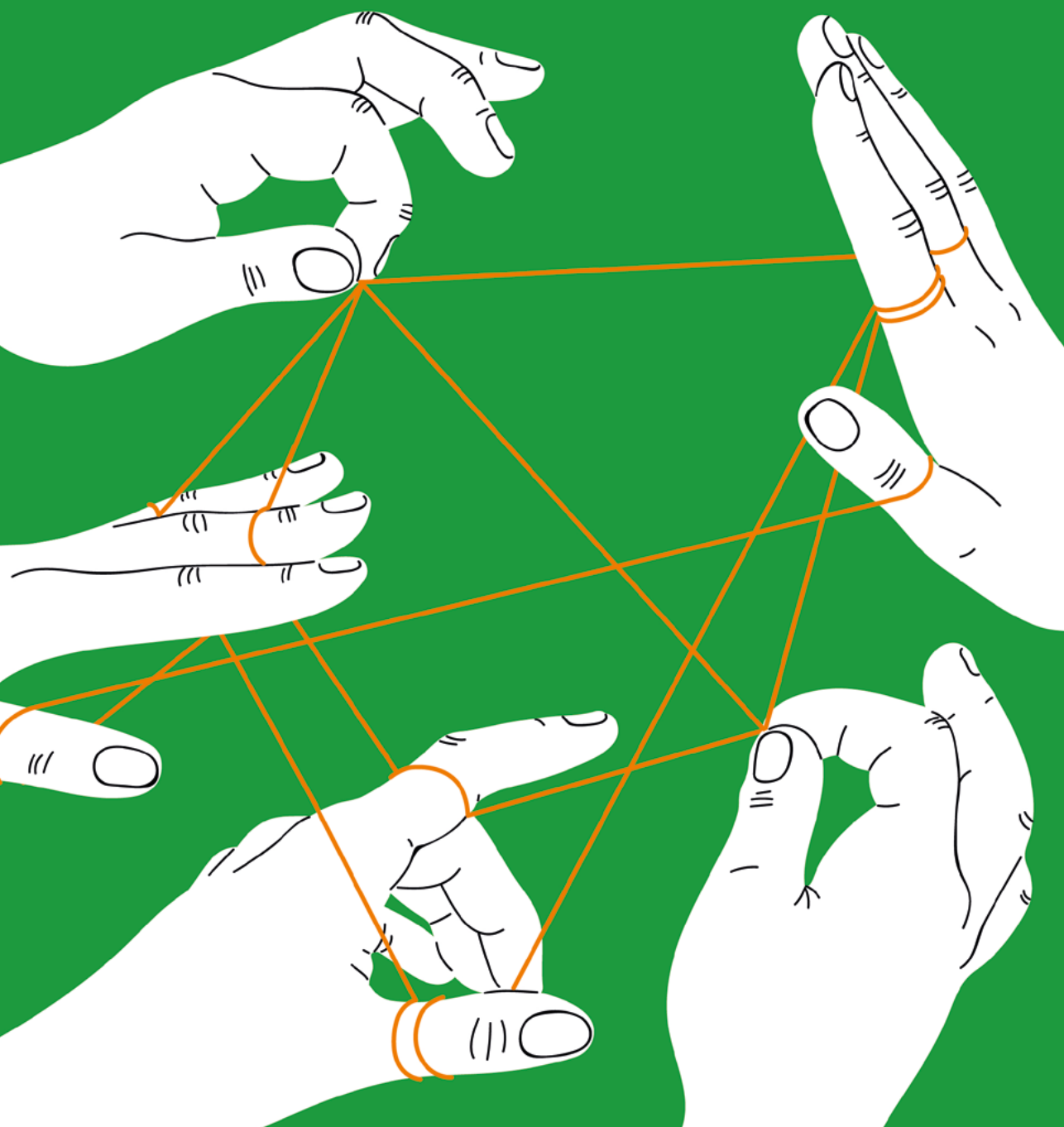
Ci impegniamo a promuovere un marketing digitale (newsletter, post, blog, ADV) che sia basato sul permesso e che sia il più possibile personale e rilevante. Anche nell'ambito di iniziative votate alla "conversion", **cerchiamo di creare valore attraverso contenuti gratuiti** (come video, blog, post sui social media, ecc.).

Per quanto riguarda le nostre newsletter, ci atteniamo rigidamente alle regole del GDPR, agevolando la disiscrizione e limitando i nostri messaggi ai soli contenuti promossi al momento dell'iscrizione. Siamo inoltre estremamente espliciti nel distinguere i contenuti pubblicitari da quelli editoriali.

L'uso responsabile di pop-up, pop-under e finestre modali completa un pacchetto di iniziative che combinano i nostri obiettivi di business con il **pieno rispetto dei nostri consumatori**.

Siamo consapevoli di quanto il digital marketing sia un campo in costante evoluzione. Ci impegniamo a promuovere la formazione e l'educazione dei nostri collaboratori affinché l'utilizzo di pratiche sempre più efficaci e rilevanti per il coinvolgimento del pubblico sia coerente con l'evoluzione del marketing etico.

Atleti e comunità



Ascolto delle persone

Agevoliamo la visibilità di tutti i possibili punti di contatto con la nostra azienda (telefono, mail, form di contatto sul sito, social). Riconosciamo che il **feedback dei nostri clienti è essenziale** per garantire che stiamo rispettando gli standard più elevati sia in termini di prodotti che di pratiche di marketing. Per questo motivo, adottiamo sistemi avanzati per ascoltare e monitorare la soddisfazione dei nostri clienti.

Non ci limitiamo a raccogliere feedback sulla qualità dei nostri prodotti, ma siamo altrettanto interessati a capire come il nostro marketing è percepito in termini di etica. Vogliamo assicurarci che le **nostre campagne rispettino i valori di trasparenza, rispetto e responsabilità** che promuoviamo.

Utilizziamo gli strumenti più evoluti per raccogliere opinioni e commenti dai nostri clienti, sia sulle esperienze di prodotto che sull'eticità delle nostre attività di marketing. Questo ci aiuta a migliorare costantemente e a garantire che stiamo soddisfacendo le aspettative dei nostri clienti, sia in termini di prodotto che di comportamento etico. **La voce dei nostri clienti è fondamentale** per guidare le nostre decisioni e ci aiuta a creare un ambiente di collaborazione in cui i loro valori e le loro preoccupazioni sono al centro delle nostre azioni.

Promozione di uno stile di vita sano

Le nostre attività di marketing sono incentrate non solo sull'eccellenza sportiva, ma anche sulla promozione di uno stile di vita sano attraverso la pratica sportiva.

Ciò che offriamo va al di là della semplice prestazione atletica; il nostro obiettivo è **ispirare le persone a intraprendere un percorso verso la salute** e il benessere attraverso lo sport.

Crediamo che lo sport possa essere uno strumento potente per migliorare la qualità della vita, promuovere la vitalità e la felicità.

Le nostre attività di marketing non si concentrano solo sui prodotti, ma abbracciano l'intero spettro di benefici che lo sport può portare. Vogliamo incoraggiare le persone a vivere **uno stile di vita attivo**, ad abbracciare la natura e a **scoprire i vantaggi di una vita sana** attraverso l'attività fisica. In questo modo, non solo celebriamo la performance, ma anche il benessere e l'equilibrio che lo sport può portare nella vita di ognuno.

Promozione di uno stile di vita responsabile attraverso i nostri atleti.

Incoraggiamo gli atleti del nostro team ad **abbracciare i valori della sostenibilità** e a diventare autentici portavoce della causa ambientale.

I nostri atleti sono più di semplici rappresentanti del brand; sono ambasciatori di uno stile di vita sostenibile. Li supportiamo nel loro impegno ad essere **esempi virtuosi nel loro allenamento**, nelle competizioni e nella vita quotidiana. Questo significa fare scelte consapevoli per ridurre l'impatto ambientale, promuovere la conservazione della natura e adottare pratiche rispettose dell'ambiente.

Inoltre, incoraggiamo i nostri atleti a utilizzare la loro voce e la loro **presenza online per diffondere i valori di sostenibilità** e a ispirare i loro follower a fare lo stesso.

Crediamo che attraverso il loro impegno possiamo diffondere un **messaggio positivo** e coinvolgere sempre più persone nella causa della sostenibilità ambientale. In questo modo, non solo celebriamo le prestazioni atletiche, ma anche il potenziale del mondo sportivo per **influenzare positivamente il cambiamento** e la conservazione del nostro ambiente.

Contratti con doppia finalità.

Nel contratto dei nostri atleti includeremo disposizioni e incentivi mirati a promuovere comportamenti virtuosi in campo di sostenibilità.

Questi elementi contrattuali non si limiteranno a sottolineare l'importanza della sostenibilità, ma **incoraggeranno i nostri atleti a prendere iniziative virtuose**, votate alla riduzione dell'impatto ambientale, partecipazione attiva a iniziative di conservazione dell'ambiente, coinvolgimento nella sensibilizzazione sulle questioni legate alla sostenibilità, scelta delle competizioni più sensibili a queste tematiche.

In questo modo, non solo celebreremo le prestazioni atletiche, ma riconosceremo anche il ruolo significativo che i nostri atleti svolgono **come ambasciatori della sostenibilità nel mondo outdoor**. Crediamo che premiare comportamenti virtuosi contribuisca a diffondere un messaggio positivo e a incoraggiare un maggiore impegno verso la sostenibilità ambientale all'interno della nostra comunità di sportivi e oltre.

SCARPA è un'azienda specializzata nella produzione di calzature outdoor per alpinismo, arrampicata, trail running, trekking, hiking, urban outdoor, sci alpinismo, telemark. Fondata nel 1938 ad Asolo, nel trevigiano, come Società Calzaturieri Asolani Riuniti Pedemontana Anonima (da cui l'acronimo S.C.A.R.P.A.).

Oggi **SCARPA** ha sede nel cuore del distretto calzaturiero veneto con stabilimenti in Germania, Usa, Cina, Romania e Serbia.

