



POLÍTICA DE MARKETING RESPONSABLE

COSTA BRAVA MEDITERRANEAN FOODS entiende el marketing **como un sistema de investigación y de mercados que permite ofrecer valor y satisfacer a clientes y consumidores con el objetivo mejorar la comercialización y obtener un lícito beneficio.**

La Organización estudia el comportamiento de los mercados y las necesidades de los consumidores y aplica el marketing responsable difundiendo los impactos positivos que generan en la sociedad sus prácticas de sostenibilidad y sus acciones de responsabilidad social corporativa. El holding asume un compromiso voluntario para contribuir a la mejora social, económica y ambiental de su entorno inmediato y al comunicarlo mejora la percepción de la marca y actúa de motor para otras empresas.

La Política de Marketing de COSTA BRAVA MEDITERRANEAN FOODS se asienta en su Código Ético para garantizar los derechos fundamentales de sus clientes y consumidores. Además, **hace suyos los derechos básicos del consumidor que recoge el ordenamiento legal español** con el doble objetivo de: a) conseguir la satisfacción del consumidor garantizando productos seguros, legales y de calidad y b) construir una percepción de marca que priorice los valores vinculados a la sostenibilidad.

DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES

1.- La Constitución española garantiza a los consumidores sus derechos y libertades en este ámbito y en su artículo 51 ordena a los poderes públicos que protejan su seguridad, su salud y sus intereses económicos, que promuevan la información y la educación de consumidores y que fomenten las organizaciones de consumidores y usuarios.

2.- La protección de los derechos de los consumidores y usuarios está respaldada fundamentalmente por el Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios y por



las normas de protección del consumidor promulgadas por las Comunidades Autónomas en función de sus respectivas competencias.

Esta legislación reconoce a los consumidores los siguientes derechos:

- Derecho a la protección de su salud o seguridad.
- Derecho a la protección de sus intereses económicos y sociales.
- Derecho a la reparación de los daños y perjuicios sufridos.
- Derecho a la información y a la educación en materia de consumo.
- Derecho a la representación y audiencia en consulta.
- Derecho a la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces.

COMPROMISOS DEL MARKETING RESPONSABLE

La Organización ha estudiado las necesidades de sus consumidores en sostenibilidad y el impacto de su actividad en el medioambiente, el ámbito social y la gobernanza. En materia de sostenibilidad **establece las siguientes prioridades**: reducir el consumo de plásticos, garantizar el bienestar animal, disminuir su huella de carbono, segregar sus residuos y reducirlos, y asumir un compromiso ético con las personas.

Objetivos:

- Tender a la reducción de plásticos mediante la reducción de micras y gramaje, crecer en el consumo del plástico reciclado y reciclable en detrimento del que no lo es, y reciclar los residuos plásticos mediante el traslado a plantas de recuperación.
- Crecer en granjas propias para garantizar el aumento continuo del Bienestar Animal en Welfare Quality o IAWS hasta alcanzar el 100%.
- Calcular la huella de carbono para proceder, después, a su reducción.
- Aplicar a las Instalaciones el sistema de gestión medio ambiental ISO 14001 focalizados en minimizar los consumos de agua, luz y gas.
- Alcanzar el consumo de energía 100% de fuentes renovables (2022) y llevar a cabo acciones de patrocinio para la conservación medioambiental.



- Reducir los residuos en general. Segregación selectiva en plantas y oficinas para conseguir un comportamiento ambiental más favorable.
- Compromiso con las personas. Código Ético que garantiza el respeto a los valores fundamentales como la honestidad, la integridad, la transparencia y la seguridad. Política de Igualdad, Diversidad y No Discriminación, Política anticorrupción y Canal de Denuncias.

COMPROMISOS DE UNA COMUNICACIÓN RESPONSABLE

COSTA BRAVA MEDITERRANEAN FOODS asume los siguientes compromisos de comunicación responsable:

- Transmitir información completa, verídica y sin ambigüedades en todos los canales: página web, redes sociales (linkedin e Instagram), correo electrónico, publicidad, packaging y etiquetado, sin mensajes engañosos.
- Evitar el fraude alimentario tanto por etiquetado, como por la falsificación de materias primas que puedan ser fabricadas de modo diferente a lo que se comunica.

ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Organización lleva a cabo numerosas acciones de Responsabilidad Social Corporativa que pueden ser susceptibles de su difusión para conseguir los objetivos que propone el marketing responsable:

- Fomenta el apoyo a las prácticas deportivas y a los valores positivos mediante el trabajo en equipo, la solidaridad, la transparencia y el respeto. Para ello dispone de un equipo ciclista amateur femenino (Costa Brava Mediterranean Foods), equipo de fútbol integra para personas con discapacidad (UE Figueres), fútbol base mixto (UE Quart) y patrocina carreras

- Impulsa la docencia que despierte la creatividad y la innovación de niños y adolescentes. En docencia e investigación COSTA BRAVA MEDITERRANEAN FOODS es patrono de la Escuela Politécnica Superior de la Universitat de Girona, y se implica en la formación de los jóvenes a través de la Fundación Kreas para la formación dual y la Fundación para la Creativación, que tiene como objetivo desarrollar la creatividad en los niños a través de itinerarios formativos en las escuelas.
- Aplica medidas sociales como la contratación de personas vulnerables y en riesgo de exclusión social (Premio Incorpora de La Caixa en 2014 y 2016). Se esfuerza en conseguir la equidad entre hombre y mujer (Distintivo a la Igualdad del Gobierno de España en 2012). El Premio a la Excelencia en la Gestión Empresarial refleja el compromiso en la reducción de la siniestralidad laboral (2018).

Girona, 12 de enero 2021



Fdo. Jesús Coello Matesanz
Director de Marketing y Comunicación