

*PROTOCOL ÈTIC EN EL
MARKETING
I PUBLICITAT*



ALQVIMIA

Aquest codi de bones pràctiques incorpora la legislació vigent i garanteix que totes les campanyes compleixin tant la normativa legal com els valors fonamentals d'ALQVIMIA.



1. Introducció

A ALQVIMIA, creiem que la publicitat i el màrqueting han de ser un veritable reflex del nostre propòsit: treballar en equilibri i harmonia amb la natura per oferir productes cosmètics que ajudin a potenciar i transformar la bellesa natural i a proporcionar un benestar holístic a les persones.

Ens esforcem per garantir que cada missatge inspiiri la bellesa natural, promogui el benestar conscient i reflecteixi el nostre compromís amb una empresa més justa, socialment responsable i respectuosa amb el medi ambient. L'objectiu d'aquest protocol és garantir que les nostres activitats publicitàries i de màrqueting siguin coherents amb la nostra missió, visió i valors, tot respectant sempre les persones, la societat i el planeta. Al mateix temps, han de complir la normativa publicitària vigent del sector de la cosmètica.

Totes les activitats de comunicació i màrqueting han de complir:

1. La legislació vigent que regula el sector de la cosmètica (tant nacional com europea).
2. Principis ètics d'ALQVIMIA.
3. La protecció dels drets dels consumidors i el desenvolupament sostenible.

2. Reglamentacions aplicables al sector de la cosmètica

La publicitat dels productes cosmètics d'ALQVIMIA haurà de complir les següents normatives clau:

1. Reglament (CE) núm. 1223/2009 sobre els productes cosmètics:

- Assegura la seguretat dels productes cosmètics abans de la seva posada al mercat.
- Prohibeix afirmacions enganyoses o no verificades sobre els ingredients o l'eficàcia del producte.

2. Reglament (UE) núm. 655/2013 sobre criteris comuns per a les afirmacions relatives als productes cosmètics:

- Totes les afirmacions han de ser verídiques, honestes, objectives i verificables.
- No es permeten les afirmacions que exagerin els beneficis o que siguin enganyoses.

3. Codi de bones pràctiques per a l'autoregulació i les normes del Codi de Conducta Publicitària.

4. Llei general de publicitat (Llei 34/1988) i Llei de competència deslleial (Llei 3/1991):

- Evitar pràctiques publicitàries enganyoses, comparacions deslleials o aquelles que puguin afectar el consumidor.

5. Directiva de protecció del consumidor (UE 2019/2161).

6. Reglamentacions sobre l'etiquetatge dels productes cosmètics, amb èmfasi en la transparència pel que fa als ingredients (INCI) i als processos.

3. Principis ètics i legals en la publicitat de cosmètics



3.1 Exactitud i transparència

- Totes les afirmacions sobre el producte han de complir el Reglament (UE) núm. 655/2013:

- Exactitud: Prohibició de les afirmacions falses o ambigües. Exemple: un producte no s'ha de descriure com a «sense conservants» si s'han utilitzat alternatives que actuen com a conservants.

- Proves demostrables: Les promeses de beneficis han de basar-se en proves científiques, estudis clínics o demostracions d'eficàcia.

- Honestedat: Les imatges i el text no han d'exagerar els resultats obtinguts amb els productes.

- Posarem en relleu la naturalesa artesana i la puresa dels nostres productes sense recórrer al greenwashing ni fer afirmacions no fonamentades.

- Les etiquetes i els materials publicitaris han de complir els requisits d'etiquetatge de l'INCI i no han de ser enganyosos.

3.2 Comunicació responsable i ètica

- Evitar qualsevol missatge enganyós o terme ambigu, com ara:

- "100% natural" quan no compleix la definició.

- "Sense productes químics" o "sense toxines", ja que això es pot considerar enganyós i poc científic.

- Complir les directrius sobre publicitat comparativa, sense denigrar els competidors ni fer afirmacions no fonamentades.

- Utilitzar un llenguatge que promogui la bellesa natural, l'harmonia i el benestar holístic sense recórrer a estereotips o pressions estètiques irrealistes.

3.3 Ètica en les afirmacions de sostenibilitat

- Els esforços de sostenibilitat d'ALQVIMIA (ingredients naturals, envasos reciclables, processos responsables) sempre es comunicaran amb proves verificables.
- Eviteu el greenwashing: els beneficis mediambientals no s'han d'exagerar, ni s'han d'utilitzar termes vagues com ara «ecològic» sense fonament.
- Les certificacions per a productes naturals i ecològics s'han d'especificar clarament i ser emeses per organismes reconeguts.

4. Publicitat digital i xarxes socials

En l'àmbit digital (comerç electrònic, màrqueting per correu electrònic, anuncis, publicitat display, etc.) i en les campanyes a les xarxes socials als nostres propis perfils o amb la participació d'ambaixadors de la marca o influencers:



4.1 Transparència i exactitud

- Assegurar que tots els anuncis siguin clars, verídics i no enganyosos, d'acord amb el Reglament (UE) núm. 655/2013.
- Eviteu exagerar els beneficis del producte i utilitzeu un llenguatge que estigui en línia amb els valors d'ALQVIMIA.
- Les imatges utilitzades han de ser autèntiques, evitant l'ús de filtres o edicions que distorsionin la realitat del producte o els resultats esperats.

4.2 Publicitat orientada ètica

- Respectar les preferències i la privacitat dels usuaris a l'hora de dirigir anuncis.
- Eviteu pràctiques intrusius com el retargeting excessiu o anuncis que interfereixin amb l'experiència d'usuari.

4.3 Col·laboracions amb influenciadors i ambaixadors de marca

- Seleccionem només col·laboradors que comparteixin els valors d'ALQVIMIA (benestar conscient, sostenibilitat i bellesa natural).
- Assegurar que les col·laboracions siguin transparents:
 - Tot el contingut patrocinat ha d'estar clarament etiquetat com a #Publicitat o #Col·laboracióPatrocinada.
 - Els testimonis o recomanacions han de ser honestos i basats en experiències reals amb el producte.

4.4 Redes socials ètiques

- Promoure contingut que inspiri benestar, equilibri i bellesa natural, evitant:
 - La creació de pressions estètiques o estereotips de bellesa artificials.
 - Missatges que fomentin el consumisme compulsiu.
- Moderar i fomentar interaccions respectuoses i positives a les plataformes.

4.5 Anàlisi i mesura ètiques

- L'ús d'eines d'anàlisi (Google Analytics, píxels, etc.) ha de complir la normativa sobre galetes i protecció de dades.
- Informar els usuaris sobre l'ús de les galetes i oferir opcions de consentiment clares (opt-in/opt-out).

5. Activitats d'esdeveniments i relacions públiques (PR)

Les activitats d'esdeveniments i relacions públiques són una oportunitat clau per reforçar els valors i la missió d'ALQVIMIA i per connectar de manera autèntica amb el nostre públic objectiu. Totes aquestes activitats han de ser coherents amb la nostra identitat, complir la normativa vigent i reflectir el nostre compromís amb la sostenibilitat, la bellesa natural i el benestar conscient.

5.1 Principis generals per a esdevenimen ts i relacions públiques

Les activitats d'esdeveniments i relacions públiques organitzades per ALQVIMIA han de:

1. Reflectir de manera autèntica i transparent els valors de l'empresa:
 - Benestar conscient.
 - Promoció de la bellesa i l'harmonia naturals.
 - Desenvolupament sostenible i responsabilitat social.
2. Fomentar una experiència positiva i inspiradora que estigui alineada amb els valors del nostre públic objectiu.
3. Complir les normatives aplicables de seguretat, accessibilitat i protecció de dades.

ALQVIMIA

ALQVIMIA

5.2 Organització d'esdeveniments sostenibles i ètics

1. SELECCIÓ DE PROVEÏDORS

- Prioritzar proveïdors locals i sostenibles per a l'organització de l'esdeveniment.
- Assegurar que els materials utilitzats (decoracions, embalatges, menjar, etc.) siguin respectuosos amb el medi ambient (reutilitzables, reciclables o biodegradables).
- Evita l'ús innecessari de plàstics i materials no sostenibles.

2. EXPERIÈNCIA RESPONSABLE

- Dissenyar esdeveniments i experiències centrats en el benestar i l'harmonia, promovent una connexió autèntica amb la natura i els valors d'ALQVIMIA.
- Proporcionar materials educatius o de conscienciació sobre els beneficis dels cosmètics naturals i artesans.
- Evitar pràctiques que puguin ser percebudes com a excessives o inconsistentes amb el nostre compromís amb la sostenibilitat.

3. ACCIONS CONSCIENTS:

- Mesurar i minimitzar la petjada de carboni de l'esdeveniment: transport sostenible, estalvi d'energia i reducció de residus.
- Col·laborar amb iniciatives locals de responsabilitat social (ONG, projectes mediambientals o benèfics) com a part de l'esdeveniment sempre que sigui possible.
- Comunicar de manera transparent totes les accions sostenibles implementades.

5.3 Transparència en les activitats de relacions públiques i en les col·laboracions

1. RELACIONS AMB ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

- Proporcionar informació clara, precisa i objectiva sobre els productes i la missió d'ALQVI-MIA en comunicats de premsa, entrevistes i presentacions.
- Evitar fer afirmacions enganyoses o exagerades sobre els beneficis dels productes.

- Promoure contingut centrat en el benestar conscient, la cura de la natura i la bellesa natural.

2. COL·LABORACIONS AMB INFLUENCERS I AMBAIXADORS

- Seleccionar col·laboradors que comparteixin i promoguin els valors d'ALQVIMIA:
 - Benestar holístic, bellesa natural i sostenibilitat.
- Assegurar que les col·laboracions siguin honestes i transparents:
 - Indicar clarament la naturalesa de la col·laboració utilitzant etiquetes com ara #Col·laboració o #Patrocinat.
 - Els ambaixadors han de transmetre experiències autèntiques amb els productes, basades en l'ús real.
- Evita promoure estereotips de bellesa artificial o missatges que generin pressió per conformar-se a certs estàndards estètics.
- Eviteu enviar quantitats excessives o injustificades de productes.

3. REGALS I MOSTRES ALS MITJANS O COL·LABORADORS

- Els regals i les mostres han d'estar en línia amb l'objectiu de comunicar els valors d'ALQVIMIA i els beneficis reals dels productes.
- Assegureu-vos que els regals siguin respectuosos amb el medi ambient (embalatge sostenible, materials reciclables, etc.).
- Eviteu enviar quantitats excessives o injustificades de productes.

6. Formació i conscienciació

- L'equip de màrqueting rebrà formació contínua sobre:
 - Normativa publicitària de cosmètics i criteris comuns per a les afirmacions (Reglament (UE) 655/2013).
 - Pràctiques publicitàries ètiques, evitant afirmacions enganyoses o el greenwashing.
 - Promoció dels valors d'ALQVIMIA: benestar conscient, bellesa natural i sostenibilitat.

alqvimia.com
@alqvimia_official

ALQVIMIA