



GRUPPO LUNELLI

## **PROMUOVERE UNA CULTURA DEL BERE RESPONSABILE POLICY GRUPPO LUNELLI**

### **PREMESSA: IL GRUPPO LUNELLI E LA CULTURA DEL BERE RESPONSABILE**

---

**Il Gruppo Lunelli promuove esclusivamente un consumo consapevole di alcolici da parte di adulti che scelgono di bere in modo responsabile.**

Consapevole dell'importanza di un consumo corretto delle bevande alcoliche, il Gruppo si impegna in iniziative volte a promuovere una cultura del bere responsabile.

L'abuso di alcol, bere in situazioni, età o condizioni di salute in cui dovrebbe essere evitato rappresenta un rischio per sé stessi e un potenziale pericolo anche per la sicurezza degli altri. Per questo il Gruppo si impegna ad una comunicazione attenta e trasparente che favorisca l'adozione di comportamenti idonei in fatto di consumo di bevande alcoliche.

Attraverso questa Policy il Gruppo intende garantire che le attività di informazione, comunicazione e marketing vengano sempre attuate rispecchiando la cultura del bere responsabile che è parte dell'Arte di Vivere Italiana. Una cultura legata alla ritualità del cibo e alla celebrazione dei momenti di convivialità, dove il consumo è moderato e consapevole.

### **LA POLICY DEL GRUPPO LUNELLI SUL BERE RESPONSABILE: SCOPO**

---

**Il Gruppo Lunelli si impegna a promuovere i propri marchi in modo responsabile tra un pubblico adulto.**

La Policy di Gruppo sul bere responsabile rappresenta l'impegno dell'azienda a garantire ai propri consumatori la possibilità di scegliere prodotti di alta qualità e sicuri e fruirne in modo consapevole.

Per il Gruppo promuovere i propri marchi significa valorizzarne l'eccellenza e l'unicità in ottica di un consumo moderato che non leda la salute e il benessere delle persone.

### **LA POLICY DEL GRUPPO LUNELLI SUL BERE RESPONSABILE: CAMPO DI APPLICAZIONE**

---

**La Policy si applica a tutte le attività di informazione, marketing, vendita, pubblicità e sponsorizzazione dei prodotti alcolici del Gruppo Lunelli, indipendentemente dai canali utilizzati, incluso il digitale.**

La conformità alla Policy è obbligatoria per i dipendenti e collaboratori del Gruppo. La Policy è comunicata a dipendenti e collaboratori e alle agenzie che sviluppano materiali di marketing (pubblicità, promozioni, sponsorizzazioni, eventi, etichettatura e confezione prodotti, ...).

Inoltre è presente sui canali digitali di comunicazione esterna del Gruppo e nelle zone della cantina destinate all'accoglienza con l'obiettivo di sensibilizzare l'ampio pubblico alla cultura del bere responsabile.



GRUPPO LUNELLI

## **LA POLICY DEL GRUPPO LUNELLI SUL BERE RESPONSABILE: CONTENUTI e REQUISITI**

---

### **1. Rispetto della cultura del bere responsabile**

Le attività di informazione, comunicazione e marketing devono sempre essere attuate nel rispetto della cultura del bere responsabile che il Gruppo promuove.

Non devono incoraggiare un consumo non responsabile di bevande alcoliche o suggerire che un consumo eccessivo sia accettabile. Non è ammesso manifestare alcun tipo di apprezzamento per coloro che eccedono nel consumo di alcolici, persone in stato di ubriachezza o suggerire che tali comportamenti siano appropriati.

Non devono presentare la moderazione o l'astinenza dal bere alcolici in modo negativo. Il Gruppo rispetta la scelta di coloro che decidono di astenersi completamente dall'alcol, ad esempio per motivi culturali o religiosi.

Non devono suggerire che l'accettazione sociale, il successo o la popolarità possa essere legato al consumo di alcolici o che l'alcol sia utile nel rimuovere inibizioni, risolvere problemi, migliorare l'umore.

### **2. Salute e sicurezza dei consumatori**

Le attività di informazione, comunicazione e marketing non devono tentare di nascondere gli effetti associati al consumo di alcol e devono essere rivolte esclusivamente ad un pubblico adulto.

Non devono mai essere indirizzate a persone al di sotto dell'età legale per bere alcolici, rispettando sempre le leggi internazionali e nazionali dei singoli Paesi.

Non devono mostrare minori in situazioni di consumo di bevande alcoliche, evitare di esercitare una particolare attrattiva su bambini e adolescenti, non suggerire mai che il consumo di alcolici sia necessario al passaggio all'età adulta.

Non devono mai associare il consumo a situazioni in cui gli effetti dell'alcol potrebbero causare danni per il consumatore e per gli altri.

Il Gruppo è attento a far crescere la consapevolezza dell'importanza di adottare comportamenti idonei in fatto di bevande alcoliche in tutte quelle situazioni in cui il consumo di alcol, anche se moderato, può comunque costituire un pericolo: alla guida di qualsiasi veicolo, al lavoro, nell'utilizzo di macchinari o in particolari fasi della vita come la gravidanza.

I marchi del Gruppo non devono mai essere associati a situazioni pericolose, antisociali, illegali e a persone violente e aggressive.

Non devono mai affermare che l'alcol può prevenire o curare malattie o fare riferimento a messaggi sulla salute.

### **3. Canali e strumenti di comunicazione**



FERRARI  
TRIDENTO



SEGNANA  
SOCIETÀ AGRICOLA





GRUPPO LUNELLI

### *Comunicazione digitale*

Per limitare l'accesso dei minorenni ai siti del Gruppo in cui compaiono bevande alcoliche deve essere sempre presente un meccanismo di conferma dell'età o, in alternativa, un disclaimer che afferma che il contenuto è destinato solo ad utenti al di sopra dell'età legale per bere.

Le piattaforme e le comunicazioni di marketing digitale devono riportare, il messaggio "bere responsabile".

I contenuti generati dagli utenti (UGC) devono essere monitorati in modo da garantire che siano conformi ai contenuti della Policy del Gruppo.

L'invio di comunicazioni di marketing digitale deve essere attuato nel rispetto della privacy degli utenti e ottenerne sempre il consenso, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti sulla raccolta dati degli utenti.

I consumatori coinvolti nelle ricerche di mercato non verranno mai incoraggiati a bere in modo eccessivo o irresponsabile.

### *Promozioni, sponsorizzazioni ed eventi*

Le attività di promozione e sponsorizzazione non faranno mai pressioni su nessuno per spingerlo a bere e non sosterranno attività che incoraggino il consumo eccessivo. Non devono essere indirizzate a soggetti che non hanno raggiunto l'età legale per bere.

Non sono ammesse attività che comportano giochi alcolici che incoraggino la velocità nel bere o che richiedano il consumo di quantità non appropriate di alcolici.

I marchi di alcolici del Gruppo non devono essere associati a individui e organizzazioni coinvolti in attività o con comportamenti in contrasto con la cultura del bere responsabile.

### *Informazioni al pubblico*

Nei luoghi dell'azienda adibiti all'ospitalità o aperti al pubblico saranno divulgati i contenuti della Policy e i principi cui il Gruppo si attiene per promuovere una cultura del bere responsabile, grazie anche alla sensibilizzazione dei dipendenti, principali ambasciatori dell'impegno del Gruppo.

## La policy in sintesi



FERRARI  
TRENTO



SEGNANA  
SOCIETÀ AGRICOLA S.p.A.



Tassoni  
SOCIETÀ AGRICOLA S.p.A.

GRUPPO  
LUNELLI



GRUPPO LUNELLI

## **PROMUOVERE UNA CULTURA DEL BERE RESPONSABILE POLICY GRUPPO LUNELLI**

Il Gruppo Lunelli promuove esclusivamente un consumo consapevole di alcolici da parte di adulti che scelgono di bere in modo responsabile.

Si impegna a valorizzare l'eccellenza e l'unicità dei propri marchi garantendo ai consumatori la possibilità di scegliere prodotti di qualità e sicuri, incoraggiando un consumo moderato che non metta a rischio la salute e il benessere.

Promuovere la cultura del bere responsabile è un impegno concreto verso i nostri consumatori, dipendenti e collaboratori e più in generale nei confronti di tutta la società, in particolare dei giovani.

Il Gruppo Lunelli è attento ad una comunicazione trasparente e corretta dei propri marchi e, consapevole dell'importanza di un consumo corretto delle bevande alcoliche, si impegna a promuovere una cultura del bere responsabile che è parte dell'Arte di Vivere Italiana. Una cultura legata alla ritualità del cibo e alla celebrazione dei momenti di convivialità, dove il consumo è moderato e consapevole.