



DANONE BABY FORMULA

MARKETING STANDARDS



I nostri Danone **Baby Formula** Marketing Standard per le Formule per Lattanti si basano su tre principi fondamentali e sono ancorati alla scienza e alla **realtà dei genitori**.

Jean-Marc Magnaudet

Vicepresidente Esecutivo Nutrizione Specializzata, Danone

DATA DI ENTRATA IN VIGORE	Implementazione completa entro la fine del 2025.
APPROVATO DA	Comitato Esecutivo di Danone
PROPRIETARIO DEL DOCUMENTO	VP Specialized Nutrition General Counsel and Category Advocacy
AMBITO DI APPLICAZIONE	Tutti i dipendenti di Danone e i Partner coinvolti nel marketing, nella vendita, nella formazione e/o nella governance del latte formulato per lattanti più piccoli e più grandi
LIVELLO DI RISERVATEZZA	Per uso interno ed esterno
NUMERO DI PAGINE	36
LINGUA	Italiano
CRONOLOGIA DELLE VERSIONI	Versione 7: Ottobre 2024 Version 5: Giugno 2018 Version 4: Maggio 2016 Version 3: Aprile 2013 Version 2: Gennaio 2012 Version 1: Luglio 2011

Danone S.A. è il titolare esclusivo di tutti i diritti d'autore relativi a questo documento. Tutti i diritti riserva

I NOSTRI TRE PRINCIPI FONDAMENTALI

6

PRINCIPIO 1: IMPATTO POSITIVO SULLA SALUTE

8

- 1.1 L'allattamento al seno è la forma ottimale di nutrizione per i neonati**
- 1.2 Relazioni trasparenti e responsabili con i Professionisti Sanitari**
 - 1.2.1 Informazioni per i Professionisti Sanitari
 - 1.2.2 Nessuna promozione nelle strutture sanitarie
 - 1.2.3 Formule destinate alla valutazione professionale
 - 1.2.4 Sviluppo professionale
- 1.3 Donazioni**

PRINCIPIO 2: ENPOWERMENT DEI GENITORI

16

- 2.1 L'informazione dona potere**
- 2.2 Etichettatura delle formule per lattanti**
- 2.3 Servizi e supporto per genitori e caregivers**
 - 2.3.1 Strumenti digitali
 - 2.3.2 Servizio client per i consumatori
- 2.4 Prodotti di alta qualità**
- 2.5 Studi clinici e altri programmi di ricerca**

PRINCIPIO 3: AZIONI RESPONSABILI

22

- 3.1 Sensibilizzazione interna**
 - 3.1.1 documenti di assunzione
 - 3.1.2 calcolo degli incentive per i dipendenti
 - 3.1.3 formazione iniziale e continua
- 3.2 Monitoraggio e rendicontazione**
 - 3.2.1 Monitoraggio interno
 - 3.2.2 Audit interni ed esterni
 - 3.2.3 Procedura di segnalazione anonima
 - 3.2.4 Rendicontazione alla direzione
 - 3.2.5 Rapporto annuale di conformità (esterno)
- 3.3 Tutto ruota attorno alla buona governance**
 - 3.3.1 Responsabilità della conformità BFMS
 - 3.3.2 Gestione delle segnalazioni
 - 3.3.3 Responsabilità
- 3.4 Promuovere una migliore nutrizione infantile e support ai genitori**
 - 3.4.1 Collaborazione con i nostri stakeholder
 - 3.4.2 Trasparenza prima di tutto, sempre

APPENDICI

32

- Appendice I: Paesi ad alto rischio**
- Appendice II: Definizioni**

I nostri 3 principi fondamentali



I nostri standard di marketing per le Formule per Lattanti si basano su tre principi fondamentali:

1. IMPATTO POSITIVO

SULLA SALUTE

Il nostro obiettivo è migliorare la salute materna e infantile promuovendo e proteggendo l'allattamento al seno e sostenendo l'ecosistema sanitario.



2. EMPOWERMENT DEI GENITORI

Offriamo ai genitori e ai caregiver gli strumenti per prendere decisioni consapevoli sull'alimentazione dei loro bambini, creando un ambiente di supporto.



3. AZIONI RESPONSABILI

Rispettiamo i nostri Standard globali, agiamo quando necessario e ci impegniamo ulteriormente sostenendo l'allattamento e offrendo con orgoglio formule per lattanti basate sulla scienza.



Da una grande cura deriva una grande responsabilità

Diventare genitori è una tappa fondamentale nella vita! Un nuovo inizio è alle porte, e ci sono innumerevoli decisioni da prendere per la salute e la felicità del bambino.

Dal lancio del nostro progetto sociale ed economico duale nel 1972, Danone ha promosso una cultura in cui imprenditorialità e responsabilità sociale coesistono anziché competere. La nostra missione è portare salute attraverso l'alimentazione al maggior numero possibile di persone, riconoscendo l'impatto profondo della nutrizione nei primi anni di vita.

Scopo: I nostri Standard di Marketing per le Formule per Lattanti sono applicati a livello globale da tutti i dipendenti Danone e dai Partner coinvolti nel marketing, nella vendita, nell'educazione e nella supervisione della governance del marketing delle nostre formule per lattanti. Gli standard definiscono azioni responsabili in materia di marketing delle formule per lattanti e stabiliscono requisiti minimi in modo coerente, chiaro e trasparente. Nei Paesi in cui le leggi e i regolamenti locali sono più restrittivi rispetto a questi standard, rispettiamo i requisiti locali in aggiunta a quanto previsto dagli Standard stessi.

I nostri Standard di Marketing per le formule per lattanti non solo

rappresentano i principi fondamentali della nostra azienda, ma riconoscono anche le evidenze scientifiche e l'importanza del Codice Internazionale sulla Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (1981) e delle successive risoluzioni pertinenti, dell'Assemblea Mondiale della Sanità (WHA), che sottolineano i benefici nutrizionali dell'allattamento esclusivo al seno per i primi sei mesi di vita, seguito da un proseguimento dell'allattamento fino ai due anni e oltre, insieme all'introduzione di alimenti complementari sicuri e appropriati dopo i sei mesi.

In modo coerente, chiaro e trasparente, nei paesi in cui le leggi e i regolamenti locali sono più restrittivi rispetto a questi Standard, rispettiamo i requisiti locali in aggiunta a quanto previsto dagli Standard stessi.



In Danone, forniamo formule per lattanti basate sulla scienza, che rispettano rigorosi standard di qualità e sicurezza. Non affermiamo né suggeriamo che questi prodotti siano migliori o equivalenti al latte materno. Non sminuiamo mai l'allattamento al seno e incoraggiamo sempre i genitori a considerarlo come l'opzione ideale per la salute e la nutrizione del bambino. Tuttavia, crediamo anche che nessun genitore debba sentirsi in colpa per aver scelto di nutrire il proprio bambino con le formule. Per garantire che questo principio sia riflesso in tutte le nostre attività, abbiamo stabilito alcune regole. Queste regole definiscono le modalità di implementazione, in modo responsabile, del marketing delle formule per lattanti, sia in relazione ai nostri prodotti che alla nutrizione infantile in generale..

Summary of Danone Baby Formula Marketing Standards by country type and product categories:

	PRODUCT CATEGORY	AGE TARGET	LOW RISK COUNTRIES	HIGHER RISK COUNTRIES
INFANT FORMULA	 1 Infant Formula for young infants	0-6m 	BFMS or national regulations, whatever is stricter	BFMS or national regulations, whatever is stricter
	 2 Infant Formula for older infants (also known as Follow-On Formula)	6-12m 	National regulations	BFMS or national regulations, whatever is stricter
YOUNG CHILD FORMULA	 3 Young Child Formula (also known as Growing-Up Milks)	12-36m 	National regulations	National regulations

Sintesi delle nostre regole BFMS

SOSTENERE TUTTI I PERCORSI DI ALIMENTAZIONE

Riconosciamo i benefici unici dell'allattamento al seno e lo promuoviamo e proteggiamo come la forma ottimale di nutrizione nei primi 6 mesi di vita. Offriamo supporto a tutti i genitori e caregiver nel percorso di alimentazione dei loro bambini. Non affermiamo né suggeriamo che le nostre formule per lattanti siano migliori o equivalenti al latte materno.

NESSUNA PROMOZIONE DELLE FORMULE PER LATTANTI AL PUBBLICO

A livello globale, non promuoviamo prodotti di formule per lattanti destinati a neonati (0-6 mesi) al pubblico generale. Questo significa che non facciamo pubblicità, non forniamo campioni o prodotti (come biberon e tettarelle), né svolgiamo altre attività promozionali o pubblicitarie relative a formule per lattanti per neonati (0-6 mesi) rivolte ai consumatori o nei punti vendita, sia in negozio, in TV, radio, stampa, affissioni, relazioni pubbliche con marchio, attività digitali, internet o social media.

Nei Paesi a Maggior Rischio, andiamo oltre: non pubblicizziamo né promuoviamo formule per lattanti per bambini più grandi (formule di proseguimento 6-12 mesi) o alimenti e bevande complementari (per bambini sotto i 6 mesi)

NESSUN CAMPIONE O ALTRA PROMOZIONE

Non vengono forniti campioni, regali, coupon o gadget che promuovano l'uso delle nostre formule per lattanti a donne in gravidanza, genitori, famiglie o caregiver, né direttamente né indirettamente.

NESSUNA ATTIVITA' MARKETING PROATTIVO DELLE FORMULE PER LATTANTI

I dipendenti Danone coinvolti nel marketing delle formule per lattanti non contattano proattivamente nuovi o futuri genitori per scopi promozionali. Tuttavia, quando vengono richieste informazioni o chiarimenti sui nostri prodotti per l'infanzia, i nostri team possono rispondere ai genitori e ai caregiver, che sono liberi di contattarci tramite le nostre linee telefoniche dedicate, i siti web o i canali social, secondo le loro necessità

INFORMAZIONI BASATE SULLA SCIENZA

Qualsiasi informazione nutrizionale o sanitaria che condividiamo con i genitori è sempre basata sulla scienza e fondata su oltre 50 anni di ricerca e sviluppo approfonditi sul latte materno. Il nome o il logo della nostra azienda può essere presente su questo materiale informativo; tuttavia, i marchi dei nostri prodotti di formula per lattanti non devono essere mai menzionati né mostrati.

DATI FATTUALI E SCIENTIFICI

Le informazioni e i materiali educativi condivisi con i Professionisti Sanitari sono basati su dati fattuali e scientifici

RAPPRESENTAZIONE ACCURATA DEL PRODOTTO

Attraverso le etichette ed i materiali informativi sui prodotti basati su dati scientifici, ne garantiamo una rappresentazione equilibrata e accurata. Il nostro obiettivo non è mai quello di fuorviare i nuovi o futuri genitori. Prima che qualsiasi materiale di marketing, informativo o educativo relativo alle nostre formule per lattanti venga condiviso, esso è sottoposto a un rigoroso processo interno di revisione e validazione.



Principio Fondamentale 1:

IMPATTO POSITIVO SULLA SALUTE



Siamo motivati dal desiderio di avere un impatto positivo sulla salute materna e infantile. Lo facciamo promuovendo e proteggendo l'allattamento al seno, oltre a sostenere l'ecosistema sanitario.

Ci concentriamo sulla creazione di un impatto positivo sulla salute delle generazioni future. Le nostre attività si basano sulla scienza del latte materno e della nutrizione. Siamo convinti che l'allattamento debba essere protetto e promosso. Ci impegniamo a essere un partner affidabile e a favorire cambiamenti sistemici per un futuro più sano per i genitori e i bambini di oggi e delle generazioni a venire. Perché un inizio di vita sano costituisce la base per il benessere di tutta la vita.

Nello spirito di questo principio, Danone riconosce che non esiste un unico modo giusto di essere genitori, poiché le circostanze e i bisogni personali variano da una famiglia all'altra. Sostenere e promuovere l'allattamento come opzione alimentare ottimale per i neonati è fondamentale. Offrire formule per lattanti sicure, di alta qualità e sviluppate scientificamente, insieme a informazioni imparziali e supporto, è altrettanto essenziale affinché tutti i genitori si sentano in grado di prendere decisioni consapevoli sull'alimentazione dei propri bambini.

1.1 Promuoviamo e proteggiamo l'allattamento al seno come forma ottimale di nutrizione

Quando si tratta di alimentare i neonati, l'allattamento al seno rappresenta lo standard nutrizionale ottimale. Il latte materno contiene infatti tutti i nutrienti, gli anticorpi e le altre sostanze necessarie per una crescita e uno sviluppo sani del bambino. Favorisce il legame tra madre e bambino e apporta benefici a lungo termine per entrambi.

Per i primi sei mesi di vita del bambino, l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) raccomanda l'allattamento esclusivo al seno, raccomandazione che condividiamo pienamente. L'OMS riconosce inoltre che, quando le madri non allattano o lo fanno solo parzialmente, esiste un bisogno legittimo di formule per lattanti. Le formule devono essere disponibili quando necessario. E noi sosteniamo pienamente queste raccomandazioni.

Non commercializziamo alimenti complementari come sostituti del latte materno.

1.2 Impegno responsabile con gli Operatori Sanitari

Gli operatori sanitari sono esperti fondamentali per migliorare la salute dei bambini e dei loro genitori. Sono in prima linea, guidando e supportando le famiglie dal concepimento alla nascita e oltre. Per questo motivo, è essenziale stabilire linee di comunicazione trasparenti e collaborazioni con gli operatori sanitari (HCPs) e le organizzazioni sanitarie (HCOs), comprese le società pediatriche o mediche, per raggiungere i nostri obiettivi comuni.

Sosteniamo il lavoro significativo dell'ecosistema sanitario fornendo agli operatori sanitari informazioni e risorse aggiornate, fattuali e basate su evidenze scientifiche riguardanti la nutrizione infantile. Queste risorse sono pensate per aiutare medici, infermieri e altri professionisti della salute a supportare i

genitori nelle loro decisioni alimentari. Soprattutto, diamo agli operatori sanitari lo spazio per lavorare in modo indipendente e fare ciò che sanno fare meglio.

Di seguito, riportiamo i principi che ci aiutano a mantenere questo equilibrio e a definire le nostre interazioni con HCPs e HCOs.





1.2.1 Informazioni per gli operatori sanitari

Abbiamo oltre 50 anni di ricerca sul latte materno e sull'allattamento. Possiamo dire con certezza di avere molte conoscenze da condividere, e lo facciamo liberamente, oggettivamente e con piacere. Per questo motivo, forniamo formazione, supporto e risorse alle organizzazioni sanitarie e agli operatori sanitari sulla nutrizione infantile.

In linea con il nostro impegno per una comunicazione chiara e responsabile, condividiamo informazioni fattuali e scientificamente accurate sui latti formulati con gli operatori sanitari, assicurandoci sempre che non si suggerisca che tali prodotti siano equivalenti o superiori all'allattamento al seno. I nostri materiali destinati agli operatori sanitari includono costantemente la seguente dichiarazione, o una formulazione simile, che riflette questo approccio responsabile:

AVVISO IMPORTANTE: L'allattamento al seno è la scelta migliore per i bambini e una

dieta sana / una corretta alimentazione materna è importante durante l'allattamento. La decisione di non allattare può essere difficile da revocare. Si raccomanda di utilizzare tutte le formule per lattanti solo su consiglio di un medico, ostetrica, assistente sanitario, infermiere della sanità pubblica, dietista, farmacista o altro professionista responsabile della cura materna e infantile, e di considerare le implicazioni finanziarie. Tutte le istruzioni di preparazione e somministrazione devono essere seguite attentamente, poiché una preparazione inappropriata può comportare rischi per la salute. Solo per uso da parte di operatori sanitari – non destinato alla distribuzione al pubblico.”

1.2.2 Nessuna promozione nelle strutture sanitarie

Non utilizziamo le strutture sanitarie (HCOs) come piattaforme per promuovere, distribuire o esporre i nostri prodotti di latte formulato per lattanti. Pur potendo fornire agli operatori sanitari (HCPs) informazioni sull'alimentazione con formule, proteggiamo e promuoviamo sempre l'allattamento al seno come opzione alimentare ottimale.

L'assenza di promozione del latte formulato significa anche che non forniamo né finanziamo “rappresentanti di servizi professionali”, “nurse specializzate in puericultura” o personale simile per operare all'interno delle HCOs. Come azienda, non offriamo dimostrazioni di alimentazione per genitori e caregiver all'interno delle HCOs. Su richiesta delle HCOs e con l'approvazione dell'autorità competente, possiamo fornire

supporto per attività educative sulla nutrizione nella prima infanzia.

Forniamo i nostri latti formulati alle organizzazioni sanitarie solo a seguito di una richiesta scritta non sollecitata. Teniamo traccia di queste forniture, che sono destinate esclusivamente ai neonati che ne hanno bisogno, come prescritto dai medici, durante la loro permanenza nella struttura sanitaria.

1.2.3 Latti formulate per valutazione professionale

Non forniamo attivamente campioni di latte formulato agli operatori sanitari. Tuttavia, solo se consentito dalle leggi e normative locali, possiamo offrire formule per valutazione professionale nei seguenti casi:

- quando introduciamo un nuovo prodotto, formulazione o ricetta di latte formulato per lattanti, oppure modifichiamo il packaging o l'etichettatura esistente;
- quando presentiamo la nostra gamma di latti formulati a operatori sanitari che non conoscono ancora i nostri prodotti;
- quando gli operatori sanitari manifestano interesse a valutare l'efficacia e l'idoneità dei nostri prodotti di latte formulato, nonché la tolleranza dei loro pazienti
- Qualsiasi formula distribuita per valutazione professionale è rigorosamente limitata nella quantità, in base alle esigenze dei pazienti, senza compromettere l'allattamento al seno. Il prodotto non deve essere utilizzato come ricompensa o incentivo all'acquisto, rivendita, promozione o raccomandazione del latte formulato. Deve essere etichettato con le diciture "Solo per valutazione professionale" e "Non in vendita".

1.2.4 Principi per lo sviluppo professionale degli operatori sanitari

Per supportare gli operatori sanitari nel loro sviluppo professionale, Danone può finanziare attività come borse di studio, viaggi di studio, conferenze o programmi educativi. Questi contributi vengono sempre erogati in modo trasparente. Ogni fase è documentata e comunicata all'organizzazione sanitaria (HCO) di appartenenza dell'operatore sanitario

In base alle normative locali, Danone può anche stipulare contratti con operatori sanitari per interventi come conferenze, ricerche di mercato o consulenze mediche, compensandoli in modo equo e in linea con il valore di mercato locale. In nessun caso queste collaborazioni devono influenzare o premiare le decisioni, i consigli o il comportamento professionale degli operatori sanitari. Se consentito dalle leggi e normative locali, Danone può donare agli operatori sanitari, attrezzature correlate alla pratica clinica, materiali informativi e/o educativi, previa richiesta scritta. Questi materiali sono destinati esclusivamente a supportare le attività delle organizzazioni sanitarie e non a promuovere i nostri prodotti. Per questo motivo, tali materiali possono riportare il logo o il nome dell'azienda, ma non includono nomi o loghi di prodotti. Nelle nostre interazioni con gli operatori sanitari, non offriamo regali né a loro né ai loro familiari. Tuttavia, possiamo occasionalmente offrire un piccolo omaggio in occasione di eventi nazionali, culturali o religiosi di rilievo. Qualsiasi oggetto o gadget offerto agli operatori sanitari o alle organizzazioni sanitarie è di modesto valore e non riporta nomi o

Danone organizza o supporta occasionalmente eventi educativi, come simposi e incontri scientifici. Eventi di questo tipo rappresentano un'opportunità per lo scambio di conoscenze scientifiche e mediche. Nessuna location sfarzosa, nessuna partecipazione di coniugi o amici, nessun pasto lussuoso — solo un programma mirato e basato sui contenuti. Valorizziamo l'ospitalità entro limiti ragionevoli e non permettiamo mai che essa influenzi le decisioni, i consigli o il comportamento professionale degli operatori sanitari, né che li induca a prescrivere, raccomandare, vendere o promuovere i nostri prodotti di latte formulato. Per questo motivo, abbiamo stabilito alcune regole. Ad esempio, agli operatori sanitari devono essere invitati per iscritto presso l'indirizzo della loro sede lavorativa, e la loro partecipazione agli eventi educativi deve essere documentata in modo trasparente. Possiamo coprire i costi di viaggio, pasti, alloggio e quote di iscrizione, ma non paghiamo per la partecipazione in sé. Seguendo queste regole, garantiamo che gli operatori sanitari partecipino agli eventi esclusivamente per motivi professionali e scientifici. Nell'ambito della missione di Danone, supportiamo la ricerca e l'educazione sul tema della nutrizione materna e infantile. Le sovvenzioni rappresentano uno dei modi per fornire



1.3 Donazioni

In quanto azienda che mira a portare salute attraverso l'alimentazione al maggior numero possibile di persone e a generare un impatto positivo sulla salute di madri e bambini, siamo consapevoli della nostra responsabilità sociale.

In situazioni di emergenza e disastri, Danone può donare latte formulato per lattanti, alimenti complementari o altri prodotti a enti governativi o organizzazioni umanitarie, previa attenta valutazione di richieste scritte. Tali richieste devono indicare chiaramente una motivazione medica o sociale e garantire che le donazioni siano destinate esclusivamente ai neonati che ne hanno bisogno, secondo quanto indicato dal loro operatore sanitario. Danone non dona mai direttamente latte formulato, alimenti complementari o altri prodotti a neonati o genitori. Orfanotrofi e altre istituzioni di assistenza sociale possono anch'essi richiedere donazioni per neonati che non hanno accesso all'allattamento al seno. Danone risponde solo a richieste scritte firmate da un rappresentante ufficiale dell'organizzazione. Una valutazione caso per caso e un solido processo di approvazione

garantiscono che vengano donate solo le quantità necessarie, in conformità con le leggi e normative locali e con le specifiche esigenze di emergenza. L'etichetta o il packaging dei prodotti donati deve riportare chiaramente la dicitura: "Donazione – non in vendita".

Principio Fondamentale2: 

IL POTERE DEI GENITORI



Diamo “potere” ai genitori e ai caregiver affinché possano prendere decisioni informate sull'alimentazione dei loro bambini, promuovendo un ambiente di supporto.

Come parte del nostro Danone Impact Journey, ci impegniamo a promuovere la salute attraverso l'alimentazione e a contribuire al benessere delle persone e delle comunità. Per questo motivo, ci impegniamo a supportare in egual misura i genitori che allattano al seno e quelli che non possono o scelgono di non farlo. A volte è necessario sfidare i tabù, ma ciò che per noi è fondamentale è far sentire ogni genitore ascoltato, compreso e informato, senza sensi di colpa. Sosteniamo prodotti e servizi di alta qualità, accompagnati da informazioni chiare, fattuali e scientificamente fondate, rivolte a genitori, caregiver e operatori sanitari.

Il percorso della genitorialità è ricco di gioia, connessione e amore incondizionato. Ma può anche essere impegnativo, travolgente e, a volte, incerto. Dalla gravidanza alla prima infanzia, i neogenitori devono affrontare centinaia di decisioni, grandi e piccole, che possono influenzare la salute, il benessere e la felicità del loro bambino.

Il nostro obiettivo è dare ai genitori e ai caregiver gli strumenti per affrontare la

genitorialità con fiducia. Qualunque siano le loro circostanze, vogliamo fornire loro le risorse necessarie per prendere decisioni nutrizionali consapevoli per il proprio bambino. Che si tratti di condividere informazioni scientifiche sui benefici dell'allattamento al seno o di fornire materiali educativi su altre opzioni, ciò che conta davvero è aiutare i genitori a prosperare.

2. L'informazione dona potere

La conoscenza è potere, soprattutto quando si parla di genitorialità e nutrizione. I genitori hanno bisogno di informazioni ampie e imparziali per prendere decisioni consapevoli su ciò che è meglio per loro e per i loro bambini. Per aiutarli a orientarsi nel percorso dell'alimentazione infantile, Danone offre una varietà di risorse, che spaziano da materiali educativi sulla nutrizione del bambino a informazioni dettagliate sui prodotti e linee guida sull'alimentazione.

Abbiamo condotto numerose ricerche scientifiche nel corso degli anni e riteniamo sia nostra responsabilità condividere ciò che sappiamo. Per questo pubblichiamo e diffondiamo articoli, video, conferenze e altri materiali sulla salute e la nutrizione materna e infantile. Tra gli argomenti trattati vi sono l'allattamento al seno e i suoi benefici, così come l'importanza della nutrizione nei primi 1000 giorni di vita.

Il nostro obiettivo è presentare informazioni rilevanti e scientificamente fondate in un linguaggio semplice e accessibile per i neogenitori e i futuri genitori. Non utilizziamo un linguaggio paternalistico, non li facciamo sentire in colpa e non impieghiamo tecniche persuasive per promuovere i nostri prodotti. Tutti i materiali che condividiamo proattivamente con loro sono basati su fatti, non contengono marchi di prodotti di latte formulato e sono pensati esclusivamente come risorse informative.

Siamo orgogliosi dei nostri prodotti. I nostri latti formulati sono sviluppati con la massima cura e conoscenza scientifica, frutto di 50 anni di ricerca sul latte materno, e rispettano rigorosi standard di qualità e sicurezza. Attraverso l'etichettatura e piattaforme online dedicate, forniamo informazioni dettagliate e trasparenti sui nostri prodotti. Questo aiuta i genitori a comprendere la composizione nutrizionale, gli ingredienti, gli allergeni e le istruzioni di preparazione delle nostre formule.

Informazioni accurate e complete sui prodotti permettono ai genitori di fare scelte consapevoli in base all'età del bambino e a eventuali esigenze dietetiche. Gli operatori sanitari sono le figure più indicate per consigliare i genitori sull'alimentazione dei loro bambini. Pertanto, le informazioni sui nostri prodotti non devono sostituire il parere professionale né allontanare i genitori dall'allattamento al seno, che resta l'opzione nutrizionale ottimale per il neonato.

2.2 Etichettatura delle formule per lattanti

Le etichette dei nostri prodotti sono progettate per fornire ai genitori le informazioni necessarie a prendere decisioni consapevoli. Per questo motivo, presentiamo le informazioni in modo chiaro, facilmente leggibile nella lingua rilevante per i genitori, e ci assicuriamo che le etichette siano correttamente applicate al contenitore del latte formulato.

Le etichette delle nostre formule indicano chiaramente l'età per cui il prodotto è adatto e includono ingredienti e allergeni, contenuto e composizione nutrizionale, numero di lotto e/o data di scadenza (adattati alla temperatura e alle condizioni di conservazione di ciascun Paese). Le etichette riportano anche un "Avviso Importante" (o dicitura equivalente), che sottolinea la superiorità dell'allattamento al seno e raccomanda di consultare un operatore sanitario per ricevere consigli personalizzati sulle esigenze del bambino e sull'uso corretto del prodotto.

Vengono fornite istruzioni chiare per la preparazione, l'uso e la conservazione, al fine di tutelare la salute del bambino, insieme ad avvertenze sui rischi legati a una preparazione impropria. Per evitare di idealizzare l'alimentazione con formula, evitiamo

consapevolmente di utilizzare immagini di neonati o immagini/termini idealizzanti come "umanizzato" o "maternalizzato" sulle nostre etichette.

Facciamo affermazioni di tipo salutistico o nutrizionale sulle etichette dei nostri latti formulati solo quando sono consentite dalle leggi e normative locali o dagli standard pertinenti del Codex Alimentarius, e quando sono supportate da evidenze scientifiche. Questa pratica fa parte del nostro impegno a fornire ai genitori informazioni accurate e affidabili, assicurandoci che non vengano fuorviati e che possano prendere le migliori decisioni alimentari per i loro bambini.



2.3 Servizi e supporto per genitori e caregivers

Oltre alle informazioni, molti genitori hanno bisogno anche di un supporto pratico, personalizzato e concreto mentre affrontano la genitorialità e l'alimentazione del proprio bambino. Per questo motivo, affianchiamo ai nostri materiali educativi dei servizi che supportano direttamente i genitori

2.3.1 Strumenti digitali

Oggi, gli strumenti digitali rendono più accessibile informazione in nutrizione, dietetica e consulenza per le indicazioni e il supporto per la cura e l'allattamento. Non promuovono né condividono l'alimentazione del bambino, ovunque si trovino i genitori. Continuiamo a innovare in questo ambito per offrire un aiuto concreto. Ad esempio, i nostri strumenti digitali di facile utilizzo includono tracker per la crescita e la nutrizione, oltre a supporti basati su intelligenza artificiale per le posizioni di allattamento al seno. Questi strumenti aiutano i genitori a comprendere il percorso alimentare del proprio bambino e a riconoscere eventuali schemi o bisogni.

Sebbene progettati per rassicurare, sostenere e responsabilizzare le famiglie, questi strumenti non sostituiscono il parere medico o la consulenza di un operatore sanitario. Inoltre, non promuovono il latte formulato né scoraggiano l'allattamento al seno. Sono semplicemente pensati per supportare i genitori in base alle loro decisioni personali, capacità e circostanze individuali.

2.3.2 Careline

Il nostro servizio di assistenza è disponibile via telefono o online e offre una linea diretta di comunicazione per i genitori che necessitano di supporto. I nostri professionisti formati sono disponibili per rispondere a domande e offrire orientamento. Possono aiutare con problemi, dubbi o preoccupazioni riguardanti l'allattamento al seno, l'alimentazione con formula, l'alimentazione mista, la nutrizione infantile, la cura del bambino e qualsiasi altra sfida che i genitori possano incontrare lungo il percorso.

I nostri operatori sono competenti, empatici e non giudicanti, garantendo che ogni genitore si senta libero di chiedere aiuto. Sono professionisti con

2.4 Prodotti di alta qualità

In Danone, la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti sono la nostra massima priorità. Siamo leader nella produzione, ricerca e innovazione. Per garantire la salute e la sicurezza dei neonati, produciamo i nostri lattini formulati seguendo rigorose procedure igieniche e di gestione della qualità. In questo modo, ci assicuriamo che i nostri prodotti siano privi di rischi biologici, chimici e nutrizionali.

Il nostro sistema di gestione della Qualità e Sicurezza Alimentare Danone si basa su standard riconosciuti come le norme ISO e FSSC 22000, gli standard del Codex Alimentarius (es. 72-1981, 156-1987), i Codici di Pratica Igienica (CAC/RCP 21-1979, CAC/RCP 66-2008), le leggi e normative locali e gli sviluppi scientifici più recenti. Questo significa che i nostri prodotti rispettano alcuni dei più alti standard di qualità e sicurezza al mondo.

A titolo di esempio, i nostri standard di sicurezza alimentare per i prodotti finiti coprono oltre 800 pesticidi e 85 contaminanti, di cui solo 25 attualmente regolamentati per legge. Durante la produzione, vengono effettuati oltre 500 controlli per lotto per garantire che il nostro latte formulato sia sicuro, nutriente e della massima qualità.





2.5 Studi clinici e altri programmi di ricerca

I nostri studi sulla sicurezza ed efficacia dei latti formulati sono fondamentali per dimostrare la qualità dei nostri prodotti, in particolare per i genitori i cui bambini non sono allattati esclusivamente al seno. Comprendiamo le diverse esigenze delle famiglie e offriamo opzioni che aiutano ogni genitore a sentirsi sicuro nelle proprie decisioni alimentari.

Nei nostri studi, prestiamo particolare attenzione a non interferire con il percorso di allattamento dei genitori partecipanti. La nostra ricerca è condotta con sensibilità verso le diverse scelte alimentari e ha lo scopo di testimoniare la qualità e l'affidabilità dei nostri prodotti, rafforzando la fiducia che genitori e operatori sanitari ripongono in noi.

Durante la partecipazione agli studi clinici, il nostro ruolo è fornire le formule esclusivamente secondo le necessità, in linea con i requisiti dello studio, da distribuire ai genitori partecipanti. Questo approccio garantisce che le quantità fornite siano esattamente quelle necessarie per i bambini coinvolti, né più né meno.

Conduciamo i nostri studi nel rispetto degli standard e delle normative internazionali. Il

nostro impegno a seguire le linee guida ICH-GCP (Good Clinical Practice), la Dichiarazione di Helsinki e tutte le leggi locali e internazionali applicabili riflette la nostra dedizione alle migliori pratiche globali. In questo modo, ci assumiamo la responsabilità di fornire a genitori e operatori sanitari informazioni affidabili e scientificamente fondate, rafforzando ulteriormente la fiducia nei nostri prodotti come scelte sicure per la nutrizione infantile.

Principio fondamentale 3:

AZIONI

RESPONSABILI



Rispettiamo i nostri Standard globali sia internamente che esternamente e agiamo quando necessario per sostenere la nostra responsabilità nel promuovere l'allattamento al seno e offrire latte formulato per lattanti.

Manteniamo standard di marketing responsabile per il latte formulato e promuoviamo pratiche trasparenti. Ci impegniamo nel dialogo con la società e ci adattiamo alle esigenze dei diversi stakeholder, restando fedeli ai nostri valori. Continuiamo a guidare, innovare e migliorare le pratiche del settore per generare un impatto positivo sulla salute.

Promuovere la salute attraverso l'alimentazione, supportare il sistema sanitario e aiutare i genitori nelle scelte alimentari per i loro bambini sono responsabilità importanti – che prendiamo molto seriamente. In Danone, comprendiamo che le nostre azioni e

decisioni hanno un impatto su neonati, madri, genitori, caregiver, famiglie e comunità. Per questo motivo, manteniamo i nostri elevati Standard globali. Questi principi si concretizzano in molte aree, dalla sensibilizzazione interna all'assunzione di responsabilità e alla garanzia di una buona governance.

3.1 Sensibilizzazione interna

Impegnarsi in pratiche di marketing responsabile e contribuire al benessere di neonati e famiglie significa molto più che rispettare regole e normative – riflette i valori fondamentali che ci guidano come organizzazione.

Per ottenere risultati duraturi, dobbiamo instillare un senso di scopo e responsabilità nei nostri dipendenti, in particolare in coloro che lavorano con il latte formulato. Tutto parte dalla consapevolezza – Danone ha un programma completo per garantire che tutti i dipendenti siano informati sulle nostre politiche, inclusi questi Standard. Ma non si tratta solo di informare: è fondamentale chiarire le responsabilità dei dipendenti, spiegare gli obiettivi e i principi di questi Standard e assicurarsi che siano pienamente coinvolti.

3.1.1 Documenti contrattuali

Al momento dell'assunzione, ogni dipendente Danone che firma un contratto o documento con una entità Danone e che è coinvolto nel marketing, nella vendita, nella formazione o nella supervisione della governance dei nostri prodotti di latte formulato, sottoscrive

specifici impegni di conformità relativi al marketing del latte formulato. Questi dipendenti devono sempre rispettare tali Standard, oltre alle leggi e normative applicabili. Sono inoltre tenuti a monitorare attivamente e segnalare eventuali violazioni potenziali relative a questi Standard.  **DANONE** ONE PLANET. ONE HEALTH

3.1.2 Calcolo degli incentivi per i dipendenti

Garantiamo azioni responsabili in ogni aspetto della nostra attività, incluso il modo in cui premiamo i nostri team. I bonus dei dipendenti non sono mai legati specificamente alle vendite di

latte formulato per lattanti, né a obiettivi di valore né a quote. Questo non esclude premi basati sulle performance complessive dell'azienda.

3.1.3 Inserimento e formazione continua

Ogni dipendente Danone coinvolto nel marketing, nella vendita, nella formazione o nella supervisione della governance dei nostri prodotti di latte formulato riceve una formazione specifica, sia durante il processo di onboarding che regolarmente nel corso del rapporto di lavoro. Queste sessioni formative garantiscono che i dipendenti non solo conoscano, ma comprendano a fondo le pratiche responsabili di marketing e vendita del latte formulato.

Le sessioni di formazione includono:

Gli obiettivi e i principi del Codice OMS, compresa la protezione e promozione dell'allattamento al seno;

Gli impegni di Danone in materia di marketing responsabile, come delineato in questi Standard;

Le leggi e normative locali applicabili relative al latte formulato, che possono essere più restrittive o specifiche rispetto a

questi Standard e che devono essere rispettate in via prioritaria.

Danone monitora attentamente tutte le attività formative relative al marketing del latte formulato. Il dipartimento Risorse Umane o un dipendente designato di ciascuna unità locale è responsabile del mantenimento aggiornato dei registri di formazione.



3.2 Monitoraggio e segnalazione

Nel rispetto dei nostri impegni, dobbiamo garantire la conformità sia a questi Standard che a qualsiasi legge o normativa locale che possa essere più restrittiva. L'unico modo per farlo è monitorare attentamente le nostre attività (e quelle dei nostri Partner), incoraggiare le persone a segnalare eventuali preoccupazioni e agire rapidamente per correggere qualsiasi problema.

Valorizziamo i feedback sui nostri Standard e sul modo in cui vengono implementati, e siamo aperti a riceverli attraverso diversi canali (la **Danone Ethics Line**, audit interni o esterni, altre fonti come media, ONG, organizzazioni della società civile, enti governativi, gruppi professionali, **Bureau Veritas**, **ATNI**, **FTSE** e altri soggetti interni o esterni a Danone). Ogni segnalazione ricevuta viene esaminata con serietà e le eventuali azioni correttive vengono documentate accuratamente attraverso processi di reporting sia interni che esterni.

3.2.1 Monitoraggio interno

Il monitoraggio continuo dei nostri processi interni è fondamentale per garantire che le regole stabilite in questi Standard siano rispettate in modo rigoroso. Questo processo di monitoraggio include audit regolari, revisioni e valutazioni delle nostre operazioni, con l'obiettivo di identificare eventuali lacune o aree di miglioramento, in particolare rispetto al nostro impegno per un marketing responsabile del latte formulato.

Eventuali violazioni o carenze rilevate dal nostro sistema di monitoraggio interno vengono affrontate e risolte in modo rapido e approfondito

3.2.2 Audit interni ed esterni

Per garantire l'imparzialità nella valutazione delle nostre attività, organizziamo audit sulle pratiche di marketing del latte formulato. Questi audit possono essere condotti da terze parti indipendenti oppure da funzioni interne a Danone **che non riportano alla direzione locale**.

- **Interni:** Nell'ambito del nostro protocollo di Audit Interno, vengono effettuate verifiche regolari sulle unità operative che operano nel settore della Nutrizione Specializzata, comprese verifiche specifiche relative al marketing del latte formulato. Inoltre, ogni anno viene condotta un'autovalutazione da parte di ciascuna unità locale, che viene poi revisionata a livello centrale, con l'inclusione di piani d'azione di follow-up.
- **Esterni:** Ogni anno, invitiamo una terza parte indipendente e riconosciuta a condurre audit di conformità a questi Standard in almeno tre (3) unità operative. Il General Counsel della Nutrizione Specializzata propone un piano di verifica esterna, che include localizzazione, tempistiche e portata del lavoro, il quale viene poi approvato dallo SN PCC (Comitato per la Conformità dei Prodotti della Nutrizione Specializzata). I risultati degli audit esterni, i relativi report e i piani d'azione vengono pubblicati ogni anno sul nostro sito web. Siamo trasparenti riguardo ai feedback ricevuti e alle azioni intraprese per migliorare.

Questi audit ci aiutano a garantire che:

- Rispettiamo il nostro impegno per un marketing responsabile del latte formulato;

- Monitoriamo attentamente la conformità a questi Standard e alla legislazione locale, utilizzando questi riferimenti per orientare le nostre pratiche di marketing;

Siamo in grado di identificare tempestivamente eventuali criticità e definire modalità per risolverle.

3.2.3 La nostra procedura di segnalazione (whistle-blower)

La maggior parte dei dipendenti Danone è abituata ai processi di audit e reporting, sia interni che esterni. In fondo, monitoriamo costantemente le nostre performance e puntiamo al miglioramento continuo. Se qualcosa non va, non ci limitiamo a incoraggiare i dipendenti a parlare: ce lo aspettiamo. La conformità è una responsabilità condivisa.

Eventuali presunte violazioni degli Standard possono essere segnalate informando le persone competenti (il responsabile gerarchico o funzionale, il controller o auditor interno, BFMS-CM, HR o il referente legale) oppure notificando direttamente la Direzione Danone attraverso il sistema di segnalazione aziendale: www.danoneethicsline.com.

Comprendiamo che possano esserci situazioni in cui i dipendenti si sentano a disagio o non in grado di segnalare problemi di conformità o applicazione. Per questo motivo, Danone adotta un rigoroso principio di **non ritorsione**, pensato per

proteggere i dipendenti che segnalano in buona fede. I nostri dipendenti, i Partner e qualsiasi terza parte possono utilizzare la **Danone Ethics Line (DEL)** per segnalare in modo anonimo e confidenziale eventuali non conformità, senza timore di conseguenze negative.

La Danone Ethics Line consente di segnalare preoccupazioni o violazioni relative a questi Standard. Per ulteriori informazioni, si rimanda all'ultima versione del nostro **Codice di Condotta Aziendale Danone**.

3.2.2 Audit interni ed esterni

Per garantire l'imparzialità nella valutazione delle nostre attività, organizziamo audit sulle pratiche di marketing del latte formulato. Questi audit possono essere condotti da terze parti indipendenti oppure da funzioni interne a Danone **che non riportano alla direzione locale**.

- **Interni:** Nell'ambito del nostro protocollo di Audit Interno, vengono effettuate verifiche regolari sulle unità operative che operano nel settore della Nutrizione Specializzata, comprese verifiche specifiche relative al marketing del latte formulato. Inoltre, ogni anno viene condotta un'autovalutazione da parte di ciascuna unità locale, che viene poi revisionata a livello centrale, con l'inclusione di piani d'azione di follow-up.
- **Esterni:** Ogni anno, invitiamo una terza parte indipendente e riconosciuta a condurre audit di conformità a questi Standard in almeno tre (3) unità operative. Il General Counsel della Nutrizione Specializzata propone un piano di verifica esterna, che include localizzazione, tempistiche e portata del lavoro, il quale viene poi approvato dallo SN PCC (Comitato per la Conformità dei Prodotti della Nutrizione Specializzata). I risultati degli audit esterni, i relativi report e i piani d'azione vengono pubblicati ogni anno sul nostro sito web. Siamo trasparenti riguardo ai feedback ricevuti e alle azioni intraprese per migliorare.

Questi audit ci aiutano a garantire che:

- Rispettiamo il nostro impegno per un marketing responsabile del latte formulato;
- Monitoriamo attentamente la conformità a questi Standard e alla legislazione locale, utilizzando questi riferimenti per orientare le nostre pratiche di marketing;

Siamo in grado di identificare tempestivamente eventuali criticità e definire modalità per risolverle.

3.2.3 La nostra procedura di segnalazione (whistle-blower)

La maggior parte dei dipendenti Danone è abituata ai processi di audit e reporting, sia interni che esterni. In fondo, monitoriamo costantemente le nostre performance e puntiamo al miglioramento continuo. Se qualcosa non va, non ci limitiamo a incoraggiare i dipendenti a parlare: ce lo aspettiamo. La conformità è una responsabilità condivisa.

Eventuali presunte violazioni degli Standard possono essere segnalate informando le persone competenti (il responsabile gerarchico o funzionale, il controller o auditor interno, BFMS-CM, HR o il referente legale) oppure notificando direttamente la Direzione Danone attraverso il sistema di segnalazione aziendale: www.danoneethicsline.com.

Comprendiamo che possano esserci situazioni in cui i dipendenti si sentano a disagio o non in grado di segnalare problemi di conformità o applicazione. Per

questo motivo, Danone adotta un rigoroso principio di **non ritorsione**, pensato per proteggere i dipendenti che segnalano in buona fede. I nostri dipendenti, i Partner e qualsiasi terza parte possono utilizzare la **Danone Ethics Line (DEL)** per segnalare in modo anonimo e confidenziale eventuali non conformità, senza timore di conseguenze negative.

La Danone Ethics Line consente di segnalare preoccupazioni o violazioni relative a questi Standard. Per

ulteriori informazioni, si rimanda all'ultima versione del nostro **Codice di Condotta Aziendale Danone**.

3.2.4 Report alla Direzione

Qualsiasi problematica rilevata attraverso il monitoraggio, gli audit o il sistema di segnalazione viene presa seriamente in considerazione, analizzata e risolta tempestivamente, se necessario, e documentata accuratamente sia nei report interni che in quelli esterni.

Ogni anno, nel primo trimestre, viene redatto un report interno di sintesi per il **General Counsel Specialized Nutrition**, che copre tutti gli aspetti della conformità a questi Standard. Questo report viene presentato allo **SN PCC**, al General Counsel di Danone e al Consiglio di Amministrazione di Danone.

Due volte l'anno, il General Counsel Specialized Nutrition aggiorna lo SN PCC sugli aspetti salienti delle pratiche relative agli Standard di Marketing del Latte Formulato, in particolare:

- autovalutazioni e aggiornamenti sullo stato delle diverse CBUs,
- report di avanzamento sulle verifiche e revisioni interne all'interno del business SN,
- raccomandazioni per un piano di verifica, con indicazione di localizzazione, tempistiche e portata del lavoro da svolgere da parte di auditor esterni indipendenti,
- aggiornamenti sullo stato di avanzamento, approvazioni e risultati delle verifiche esterne,
- sintesi delle azioni correttive proposte e implementate,
- sintesi di tutte le sessioni formative completate.

3.2.5 Report annuale di conformità (esterno)

Ogni anno pubblichiamo un report esterno completo in cui descriviamo come rispettiamo questi Standard.

Questo report riassume tutti gli audit e le valutazioni di conformità condotti nell'anno precedente.

Include un elenco di eventuali non conformità rilevate, nonché le misure adottate per risolverle.

Questo report esterno garantisce trasparenza, permettendo a consumatori, investitori e autorità di regolamentazione di consultare i risultati di tutti gli audit a cui siamo stati sottoposti durante l'anno.

3.3 Tutto ruota attorno alla buona governance

Per garantire che le nostre azioni siano allineate ai nostri valori – e ai nostri Standard – abbiamo istituito solidi meccanismi di governance e flussi di lavoro. Queste strutture promuovono l'integrità e decisioni responsabili a ogni livello dell'organizzazione.

3.3.1 BFMS Compliance Managers

Il BFMS-CM (Baby Formula Marketing Standards Compliance Manager) coordina l'attuazione e monitora la conformità a questi Standard a livello locale, all'interno di ciascuna CBU (Country Business Unit). Le responsabilità del BFMS-CM includono:

- Garantire che i dipendenti coinvolti nel settore del latte formulato siano pienamente consapevoli e comprendano a fondo questi Standard, anche attraverso una formazione dedicata organizzata in collaborazione con il team HR.
- Fornire consulenza su come applicare questi Standard nella propria CBU, attraverso manuali nazionali, formazione del personale e segnalazione di eventuali non conformità interne.
- Condurre un'autovalutazione annuale relativa al marketing del latte formulato all'interno della propria unità di business, assicurandosi che vengano intraprese le azioni correttive necessarie.
- Revisionare e riportare trimestralmente eventuali reclami, violazioni o segnalazioni di non conformità a questi Standard (vedi sezione 3.3.2 Gestione delle segnalazioni).



3.2 Gestione delle segnalazioni

Avere regole e politiche è importante. Ma correggere gli errori quando si verificano e garantire responsabilità lo è ancora di più. La responsabilità è essenziale per mantenere fiducia e trasparenza in tutta l'organizzazione.

Che provengano da dipendenti Danone o da terze parti, tutte le segnalazioni di non conformità a questi Standard vengono accuratamente investigate dal BFMS-CM.

Non appena riceviamo una segnalazione, tutte le informazioni rilevanti vengono registrate in un database, inclusi luogo, data e natura della presunta violazione.

Il BFMS-CM conduce l'indagine, documenta tutte le azioni intraprese e i relativi esiti. Il database viene aggiornato con tutti i dettagli, comprese le azioni correttive adottate e una copia della risposta formale al segnalante entro quattro settimane. Le segnalazioni non sono considerate risolte finché tutte le azioni correttive non sono state implementate. Ogni trimestre viene inviato un report al General Counsel Specialized Nutrition.

A seconda della gravità della violazione, le sanzioni per i dipendenti possono variare da un richiamo formale o la riduzione del bonus, fino alla risoluzione del contratto o ad azioni legali.

3.3.3 Responsabilità

La responsabilità ultima per attuazione degli Standard di Marketing del Latte Formulato ricade sul CEO di Danone. Tuttavia, è evidente che il CEO non può garantire da solo la conformità in tutta l'organizzazione – il monitoraggio deve avvenire a ogni livello. Per questo motivo, la responsabilità viene delegata all'Executive Vice President (EVP) della divisione Specialized Nutrition (SN), che fa parte anche dell'Executive Committee di Danone. Il VP Specialized Nutrition General Counsel and Category Advocacy è responsabile dell'attuazione e del monitoraggio a livello globale delle procedure previste da questi Standard.

Lo SN PCC (Specialized Nutrition Product Compliance Committee) è responsabile del monitoraggio e della rendicontazione a livello globale dell'attuazione di questi Standard. Questo comitato include l'Executive Vice President (EVP) della divisione Specialized Nutrition, il VP Specialized Nutrition General Counsel and Category Advocacy, e i responsabili della divisione Specialized Nutrition per le aree Marketing, Qualità e Sicurezza Alimentare, Operazioni, Ricerca & Innovazione. La composizione del comitato può variare occasionalmente.

I General Manager sono responsabili dell'attuazione quotidiana di questi Standard all'interno della propria CBU. Il Segretario Generale locale nomina inoltre il BFMS-CM tra i membri del proprio team.

Condividendo la responsabilità della conformità agli Standard in tutta l'organizzazione, ci assicuriamo che ogni dipartimento, team e singolo dipendente Danone comprenda il proprio ruolo nel mantenere i nostri elevati standard. È proprio in questo che si fonda la cultura di responsabilità, trasparenza e integrità che vogliamo promuovere in Danone.



3.4 Promuovere una Migliore nutrizione infantile e il supporto alla genitorialità

Vogliamo supportare le famiglie e contribuire allo sviluppo sano dei bambini, rispettando al contempo il diritto dei genitori di compiere scelte informate nel loro percorso di alimentazione. Possiamo usare la nostra scala per generare un impatto positivo e siamo determinati a contribuire a un dialogo proattivo, costruttivo e basato su evidenze scientifiche per promuovere l'allattamento al seno, supportare i genitori e migliorare la salute materna e infantile a livello globale. Questo sarà sempre una nostra priorità. Sosteniamo i principi di apertura, trasparenza e integrità in tutte le nostre attività di advocacy.

Crediamo nella partecipazione collettiva e nel dialogo. Insieme, possiamo generare un cambiamento significativo. Per questo interagiamo con diversi stakeholder, tra cui governi e autorità regolatorie, società scientifiche, associazioni di categoria, esperti, ONG, organizzazioni della società civile come i gruppi di genitori, e altre aziende, sia del settore alimentare che di altri settori. Siamo infatti convinti che la definizione delle politiche non sia più esclusiva della politica, ma coinvolga una vasta gamma di attori. Il dialogo con questa pluralità di stakeholder ci aiuta a costruire posizioni complete e a implementare soluzioni pertinenti e ad alto impatto.

Rispettiamo rigorosamente la **Policy Danone sull'Advocacy**, aggiornata quando necessario, per garantire che ogni attività di advocacy legata alla nutrizione materna, infantile e della prima infanzia segua questi principi guida. Tutte le nostre attività di coinvolgimento e advocacy, sia dirette che tramite associazioni di settore, devono essere trasparenti e

3.4.1 Collaborare con i nostri stakeholder

In Danone, abbiamo il massimo rispetto per il ruolo che governi e legislatori svolgono nella promozione della salute e del benessere. Per aiutarli a prendere decisioni e definire politiche informate e vantaggiose per tutti, forniamo loro informazioni oggettive, scientificamente fondate e coerenti sulla nutrizione infantile e della prima infanzia.

Sosteniamo l'adozione, l'attuazione e, soprattutto, l'applicazione delle normative nazionali che rispondano alle esigenze specifiche di ciascun mercato in materia di salute materna e infantile, contribuendo a creare condizioni di parità. Non ostacoliamo i quadri normativi pubblici che perseguono questo obiettivo

3.4.2 Trasparenza, prima di tutto, sempre

Nel gestire le nostre relazioni con gli stakeholder esterni e le attività di advocacy, la trasparenza è sempre al primo posto. Siamo sempre chiari riguardo alle nostre posizioni e ai nostri obiettivi, e pubblichiamo proattivamente molte delle nostre policy e posizioni esterne sui temi di advocacy, così come i contributi forniti alle autorità o ai decisori politici, sul sito web di Danone.

In linea con il principio di trasparenza, abbiamo anche pubblicato un elenco delle adesioni di Danone alle associazioni di categoria, organizzazioni, coalizioni multi-stakeholder e piattaforme aziendali nell'ambito della nutrizione nella prima infanzia. Questo elenco è disponibile nell'Appendice 1 della Danone Policy on Advocacy. L'elenco viene aggiornato annualmente ed è accurato secondo le migliori informazioni a nostra disposizione.

Per ulteriori dettagli, si rimanda alla Danone Policy on Advocacy.



Appendice I: Paesi ad alto rischio

Afghanistan	Congo	Jamaica	Niger	Sudan
Albania	Cook Islands	Jordan	Nigeria	Suriname
Algeria	Costa Rica	Kazakhstan	Niui	Swaziland
Angola	Côte d'Ivoire	Kenya	Occupied Palestinian Territory	Syrian Arab Republic
Antigua and Barbuda	Democratic People's Republic of Korea	Kiribati	Oman	Tajikistan
Argentina	Democratic Republic of the Congo	Kuwait	Pakistan	Thailand
Armenia	Djibouti	Kyrgyzstan	Palau	The former Yugoslav Republic of Macedonia
Azerbaijan	Dominica	Lao People's Democratic Republic	Papua New Guinea	Timor-Leste
Bahamas	Dominican Republic	Lebanon	Paraguay	Togo
Bahrain	Ecuador	Lesotho	Peru	Tonga
Bangladesh	Egypt	Liberia	Philippines	Trinidad and Tobago
Barbados	El Salvador	Libyan Arab Jamahiriya	Qatar	Tunisia
Belarus	Equatorial Guinea	Madagascar	Republic of Moldova	Turkey
Belize	Eritrea	Malawi	Romania	Turkmenistan
Benin	Ethiopia	Malaysia	Russian Federation	Tuvalu
Bhutan	Fiji	Maldives	Rwanda	Uganda
Bolivia	Gabon	Mali	Saint Kitts and Nevis	Ukraine
Bosnia and Herzegovina	Gambia	Marshall Islands	Saint Lucia	United Arab Emirates
Botswana	Georgia	Mauritania	Saint Vincent and the Grenadines	United Republic of Tanzania
Brazil	Ghana	Mauritius	Samoa	Uruguay
Bulgaria	Grenada	Mexico	Sao Tome and Principe	Uzbekistan
Burkina Faso	Guatemala	Micronesia (Federated States of)	Saudi Arabia	Vanuatu
Burundi	Guinea	Mongolia	Senegal	Venezuela (Bolivarian Republic of)
Cambodia	Guinea-Bissau	Montenegro	Serbia	Vietnam
Cameroon	Guyana	Morocco	Seychelles	Yemen
Cape Verde	Haiti	Mozambique	Sierra Leone	Zambia
Central African Republic	Honduras	Myanmar	Solomon Islands	Zimbabwe
Chad	India	Namibia	Somalia	Senegal
China	Indonesia	Nauru	South Africa	
Colombia	Iran (Islamic Republic of)	Nepal	South Sudan	
Comoros	Iraq	Nicaragua	Sri Lanka	

Appendix II: Definizioni

DEFINITIONS	
ATNI	Iniziativa per l'accesso alla nutrizione
(Latte formulato) Baby Formula	Qualsiasi formula destinata a neonati e bambini sani. Include sia il latte formulato per lattanti (fino a sei mesi di età), sia il latte di proseguimento per lattanti più grandi (da sei a dodici mesi), sia le formule per bambini piccoli (da dodici a trentasei mesi). Le I-FSMP (Formule Dietetiche per Scopi Medici Speciali) non sono considerate Latte Formulato ai fini di questi Standard.
BFMS	Standard Danone per il Marketing del Latte Formulato
BFMS-CM	Baby Formula Marketing Standards Compliance Manager – Responsabile della Conformità agli Standard di Marketing del Latte Formulato, incaricato di supervisionare la conformità alle normative relative al marketing del latte formulato (inclusi i sostituti del latte materno) nella propria CBU e/o nel business globale ELN.
BMS	Sostituti del Latte Materno – Qualsiasi formula che sostituisce il latte materno. A livello globale, Danone definisce il latte formulato per lattanti (0-6 mesi) come BMS. Nei cosiddetti mercati ad alto rischio, anche il latte formulato per lattanti più grandi (6-12 mesi) è considerato BMS.
Alimento Complementare	Qualsiasi alimento, diverso dal latte formulato, adatto come complemento al latte materno o al latte formulato per soddisfare i bisogni specifici dei lattanti in buona salute durante lo svezzamento, e dei bambini piccoli in buona salute come integrazione alla loro dieta e/o per l'adattamento progressivo agli alimenti comuni.
CBU	Country Business Unit – unità operative nazionale
CEO	Chief Executive Officer – amministratore delegato
DEL	Danone Ethics Line – canale etico di segnalazione di Danone
Donazione	Un contributo finanziario o in natura che riflette la responsabilità sociale di Danone e ha lo scopo di supportare istituzioni in ambiti diversi dalla ricerca, dalla scienza o dall'istruzione.
Dual Project	Il progetto sociale ed economico duale di Danone, avviato nel 1972, con l'obiettivo di ispirare pratiche alimentari e di consumo più sane e sostenibili, in linea con la nostra visione – Danone, One Planet. One Health – che riflette la forte convinzione che la salute delle persone e quella del pianeta siano interconnesse. Ci concentriamo deliberatamente su categorie ad alta crescita e orientate alla salute, impegnandoci a operare in modo efficiente, sostenibile e responsabile.
ELN	Early Life Nutrition – nutrizione nella prima infanzia
EVP	Executive Vice President – vicepresidente esecutivo
Follow-on Formula	Latte di proseguimento - Ai fini di questi Standard, una formula destinata e commercializzata per lattanti sani da sei a dodici mesi di età, nota anche come latte formulato per lattanti più grandi.
Formula for Professional Evaluation (FPE)	Una formula per lattanti fornita a un operatore sanitario (HCP) per scopi di valutazione professionale o ricerca a livello istituzionale. La FPE non è considerata un campione (Sample).
FTSE	Financial Times Stock Exchange – Indice azionario della Borsa di Londra.
General Counsel SN	Il General Counsel e Category Advocacy della divisione Specialized Nutrition di Danone, che può delegare in tutto o in parte le proprie responsabilità previste dagli Standard a persone appropriate all'interno dell'organizzazione Legale & Compliance della SN.
Health Care Organization (HCO)	Qualsiasi entità giuridica che: (i) sia un'associazione o organizzazione sanitaria, medica o scientifica (indipendentemente dalla forma giuridica o organizzativa), come ospedali, cliniche, fondazioni, università o altre istituzioni accademiche o società scientifiche (escluse le organizzazioni di pazienti), oppure (ii) attraverso la quale uno o più operatori sanitari prestano servizi. Ai fini di questo documento, possono essere incluse, ad esempio, le associazioni di ostetriche. Le

Appendix II: Definitions

Healthcare Professional (HCP)	Qualsiasi individuo che eserciti una professione medica, odontoiatrica, farmaceutica, ostetrica, dietetica, nutrizionale o infermieristica, o qualsiasi altra persona che, nell'ambito della propria attività professionale, possa prescrivere, acquistare, fornire, raccomandare o somministrare, per conto di un paziente, un prodotto nutrizionale o fornire servizi sanitari.
Paesi ad alto rischio - Higher Risk Countries	In linea con la definizione di Higher Risk Countries fornita da FTSE4Good (Financial Times Stock Exchange for Good Indexes), si intendono quei Paesi che soddisfano uno dei seguenti criteri: • Tasso di mortalità superiore a 10 ogni 1.000 bambini sotto i 5 anni di età. • Tasso di malnutrizione acuta (deperimento moderato o grave) superiore al 2% nei bambini sotto i 5 anni. • L'elenco dei Paesi a Maggior Rischio, come definito da FTSE, è incluso nell'Appendice 1 e può essere aggiornato periodicamente.
Latte formulato per lattanti - Infant Formula	Prodotto formulato per lattanti sani fino ai dodici mesi di età. Il latte formulato per lattanti più piccoli è destinato a neonati sani dalla nascita fino a 6 mesi di età e soddisfa esclusivamente i loro fabbisogni nutrizionali fino all'introduzione di un'alimentazione complementare adeguata. Il latte formulato per lattanti più grandi è destinato a neonati sani dai 6 ai 12 mesi di età, quando viene introdotta un'alimentazione complementare adeguata. Costituisce l'elemento liquido principale in una dieta progressivamente diversificata. È anche noto come Latte di Proseguimento
i-FSMP	Infant Food for Special Medical Purposes – Alimenti per lattanti destinati a fini medici speciali (o diciture legali simili come “alimenti a fini medici speciali”) sono prodotti destinati all'uso da parte di lattanti con diagnosi di malattia, disturbo o condizione medica. Questi pazienti presentano capacità limitata, compromessa o alterata di assumere, digerire, assorbire o metabolizzare il latte materno, il latte formulato o alcuni nutrienti contenuti in essi o loro metaboliti, oppure hanno esigenze nutrizionali determinate clinicamente, che non possono essere soddisfatte solo modificando la dieta normale. Questi prodotti devono essere utilizzati sotto supervisione medica e sono appositamente trattati o formulati per essere distinti dal latte formulato destinato a lattanti sani.
Materiale informativo e/o educativo	Qualsiasi materiale, scritto, audio o visivo, che fornisce informazioni su temi come nutrizione, assistenza sanitaria o crescita e sviluppo dei lattanti, ma che non è destinato a promuovere un marchio specifico di prodotto
Etichetta	Qualsiasi materiale scritto o grafico stampato, marcato, inciso o impresso sulla confezione di un prodotto o ad essa applicato.
Marketing	Promozione del prodotto, vendita, pubblicità, relazioni pubbliche sul prodotto e servizi informativi
Marketing materiali	Qualsiasi materiale, scritto, audio o visivo, relativo alla vendita, acquisto o promozione di un marchio specifico di prodotto, inclusi, ma non limitati a: pubblicità nel punto vendita, espositori speciali, etichette, pubblicità su televisione, radio, internet, social media e stampa.
NGO	Non-Governmental Organization – organizzazione non governativa
Genitori	In questo documento si utilizza il termine “genitori”, ma si fa sempre riferimento a chiunque sia o agisca come genitore di un bambino, ad esempio genitori biologici o caregiver.
Partners	Qualsiasi soggetto che agisce per conto di Danone o in collaborazione con Danone in relazione al latte formulato, con cui Danone ha un rapporto contrattuale bilaterale firmato. Include, ma non è limitato a: distributori, agenzie e organizzazioni sanitarie (HCOs).
PO	Patient Organization – Organizzazione di Pazienti, ovvero un'organizzazione senza scopo di lucro (inclusi gli organismi ombrello a cui appartengono), composta principalmente da pazienti e/o caregiver, che rappresenta e/o supporta i bisogni o gli interessi di pazienti e/o caregiver.

Appendice II: Definizioni

Standards	Si riferisce agli Standard Danone per il Marketing del Latte Formulato.
Campioni	Una singola unità di un prodotto Danone fornita gratuitamente a un operatore sanitario (HCP), a un'organizzazione sanitaria (HCO), a un paziente o a un consumatore, e non destinata alla vendita.
SN	Specialized Nutrition – Nutrizione Specializzata, che include sia le attività di Nutrizione nella Prima Infanzia (Early Life Nutrition) che quelle di Nutrizione Medica (Medical Nutrition).
SN PCC	Specialized Nutrition Product Compliance Committee – Comitato per la Conformità dei Prodotti della Nutrizione Specializzata.
WHO Code	Codice Internazionale sulla Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (1981).

