

POLÍTICA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS RESPONSABLES

1. Objeto y Alcance

La presente política establece los principios y compromisos que rigen todas las comunicaciones públicas, actividades de marketing y relaciones públicas de More Holstein S.L.U.

More Holstein no dispone de un departamento de marketing comercial ni desarrolla campañas publicitarias pagadas. No obstante, la Empresa mantiene comunicaciones institucionales y relaciones con partes interesadas que quedan comprendidas dentro del alcance de esta política, entre ellas:

- Comunicaciones y materiales dirigidos a clientes, en particular a Danone, sobre las prácticas y el desempeño de la Empresa.
- Declaraciones públicas sobre la actividad de la Empresa, sus productos y su propósito, incluida cualquier presencia digital o institucional.
- Relación y comunicación con la administración local (Ayuntamiento de Bétera, Generalitat Valenciana) y con centros educativos (visitas, prácticas CEU).
- Comunicaciones dirigidas a la comunidad local, incluidas las relativas a bienestar animal, gestión de purines, ruido u olores.
- Cualquier uso de la marca, eslóganes o mensajes que representen a la Empresa ante terceros.

Esta política se aplica a todos los públicos de la Empresa —clientes, comunidad local, administraciones, trabajadores/as, proveedores y cualquier otro grupo de interés— y a cualquier persona, interna o externa (incluidos proveedores o colaboradores externos), que prepare o participe en actividades de comunicación, marketing o relaciones públicas en nombre de la Empresa.



2. Principios de Comunicación Responsable

Todas las comunicaciones, afirmaciones y materiales emitidos por o en nombre de More Holstein deberán cumplir, como mínimo, los siguientes principios:

2.1 Veracidad y fundamentación

- Las afirmaciones son precisas, verificables y están fundamentadas en datos fiables (basados en evidencia y reproducibles, incluidos estudios de mercado independientes) o científicos (investigación publicada en revistas revisadas por pares).
- Se evita exagerar afirmaciones sobre prácticas, tecnologías o resultados no probados.
- Cuando se citan fuentes de datos, estas se referencian junto con la afirmación correspondiente.

2.2 Proporcionalidad

- Las afirmaciones son proporcionales a la actuación real de la Empresa.

2.3 Alcance y pertinencia

- Las afirmaciones reflejan fielmente su ámbito de aplicación: se especifica con claridad si una afirmación se refiere a toda la explotación, a una finca concreta (Bétera o Ayora), a un proceso específico, etc.
- Las afirmaciones ambientales adoptan, cuando proceda, un enfoque de ciclo de vida, explicitando sus limitaciones.

2.4 Transparencia sobre impactos, positivos y negativos

- Las comunicaciones son veraces y transparentes tanto sobre los impactos positivos como sobre los retos o impactos negativos de la actividad ganadera.
- Se informa con veracidad sobre el progreso de la Empresa en sus estrategias sociales y ambientales, evitando dar una imagen de logro superior al real.

2.5 Prácticas y canales sensibles

- La Empresa aplica criterios éticos al uso de canales y prácticas de marketing y relaciones públicas que puedan ser sensibles.

2.6 Accesibilidad del lenguaje

- El lenguaje empleado es claro, comprensible y adecuado al nivel de conocimiento general de sus destinatarios, y se ofrece en el idioma o los idiomas relevantes para las partes interesadas de los lugares donde opera la Empresa.



3. Gobernanza y Responsabilidad

La supervisión del cumplimiento de esta política corresponde a la Junta General de More Holstein S.L.U., como máximo órgano de gobierno de la Empresa.

- La Junta General aprueba la presente política y sus revisiones.
- La Junta General designa a la persona responsable de supervisar, en el día a día, que las comunicaciones, materiales y relaciones públicas de la Empresa cumplen con los principios aquí establecidos. Esta persona no necesita realizar las tareas de comunicación de forma directa, pero sí ejerce la función de supervisión.
- Cualquier comunicación pública relevante (materiales para clientes, respuestas a la comunidad local, declaraciones institucionales) se revisa antes de su difusión conforme a los principios de la Sección 2.

4. Comunicación y Disponibilidad de la Política

Esta política se comunica a todos los trabajadores y trabajadoras de More Holstein a través de los canales habituales de la Empresa y se mantiene a su disposición junto con el resto de políticas corporativas.

La política estará disponible para su consulta por cualquier trabajador/a que lo solicite, y se revisará, como mínimo, cada 3 años o ante cambios relevantes en la actividad de la Empresa.

5. Aprobación

La presente Política de Marketing y Relaciones Públicas Responsables ha sido revisada y aprobada por la Junta General de More Holstein S.L.U. en la sesión de fecha:

Fecha: 24 de septiembre 2026 Firmado por ***2909** RAMÓN MORLA (R: ****3854*) el día 24/09/2026 con un certificado emitido por AC Representación Firma y sello:	En representación de la Junta General Nombre y cargo: Ramón Morla Ebri Administrador único _____
--	--

