



INFORMA
Una compañía Cesce

Principios de Publicidad y Marketing Responsable

dun & bradstreet
WORLDWIDE NETWORK

Introducción y compromiso

En Informa D&B concebimos la publicidad y el marketing como una herramienta estratégica para generar valor sostenible, confianza en el mercado y relaciones responsables a largo plazo. Por ello, todas nuestras actividades de comunicación, marketing y promoción se desarrollan bajo criterios de **ética, transparencia, veracidad y respeto**, plenamente alineados con **los principios ESG (Environmental, Social & Governance)**.

Este compromiso se apoya en los valores corporativos de la Compañía, en el **Código Ético del Grupo CESCE** y en el cumplimiento íntegro de la normativa legal aplicable, tanto a nivel nacional como europeo, que regula la actividad publicitaria, la protección de los consumidores, la privacidad, el uso de datos y las tecnologías digitales.

Alcance

Estos principios son de aplicación a todas las acciones de:

- Publicidad y comunicación comercial.
- Marketing de contenidos y generación de demanda.
- Comunicación en eventos, ferias y patrocinios.
- Canales digitales: web, aplicaciones, redes sociales, email marketing y plataformas de terceros.
- Actividades de captación, fidelización y relación comercial.
- Servicio de Atención al Cliente.

Asimismo, resultan de referencia para proveedores, agencias y colaboradores externos que participen en acciones de marketing o comunicación en nombre de Informa D&B.

Marco normativo de referencia

Informa D&B desarrolla su actividad de publicidad y marketing en cumplimiento, entre otras, de las siguientes normas:

- **Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD) y Ley Orgánica 3/2018 (LOPDGDD)**, en materia de protección de datos personales.
- **Ley 34/2002**, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI-CE).

- **Ley 34/1988**, General de Publicidad.
- **Ley 11/2022**, General de Telecomunicaciones.
- **Ley 3/1991**, de Competencia Desleal.
- **Real Decreto Legislativo 1/2007**, por el que se aprueba la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- **Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual**.
- **Códigos de conducta de AUTOCONTROL**, cuando resulten de aplicación.
- **Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial (AI Act)** y demás normativa aplicable al uso responsable de sistemas automatizados.

Enfoque ESG en nuestra actividad de marketing

Nuestra estrategia de publicidad y marketing responsable contribuye de forma directa a los tres pilares ESG:

Compromiso ambiental (Environmental)

- Reducción del impacto ambiental de campañas, eventos y acciones promocionales, priorizando formatos digitales y materiales sostenibles.
- Uso eficiente de recursos, reducción de residuos y, cuando sea posible, medición y mitigación de impactos relevantes.
- Colaboración con proveedores que integran criterios ambientales en sus procesos.

Compromiso social (Social)

- Comunicación honesta, clara e inclusiva, respetuosa con la diversidad y libre de estereotipos.
- Protección específica de los **públicos vulnerables**, adaptando mensajes, tonos y canales cuando resulta necesario.
- Garantía de la **protección de los datos personales**, la privacidad y la seguridad de la información.
- Impulso de la accesibilidad de los contenidos para facilitar su comprensión y uso por el mayor número posible de personas.
- Atención cercana, veraz, eficaz y respetuosa de nuestro servicio de Atención al Cliente, basada en la escucha activa y en la resolución transparente de dudas y reclamaciones.

Buen gobierno (Governance)

- Cumplimiento riguroso de la legislación aplicable en materia de publicidad, competencia, consumidores, protección de datos y propiedad intelectual.
- Existencia de controles internos de revisión previa de campañas y contenidos.
- Uso responsable, transparente y supervisado de las tecnologías digitales y de la inteligencia artificial, evitando prácticas engañosas o contrarias a los derechos de las personas.
- Establecimiento de métricas de calidad en el servicio de atención al cliente, para garantizar un servicio profesional, eficiente y coherente con nuestros valores corporativos.

Principios que guían nuestra publicidad y marketing

Comunicación veraz y transparente

- Todas nuestras comunicaciones se basan en información objetiva, contrastable y actualizada.
- Evitamos mensajes ambiguos, exagerados o que puedan inducir a error.
- Los compromisos comunicados responden a planes reales y alcanzables.
- Todas nuestras comunicaciones son revisadas por, al menos una persona diferente a la que realiza la pieza original, para velar por la calidad de nuestras Comunicaciones.

Protección de datos y uso responsable de la tecnología

- Tratamos los datos personales en cumplimiento de la normativa vigente, identificando base legal pertinente y aplicando los principios relativos al tratamiento.
- Informamos de manera clara y accesible cuando en nuestros servicios intervienen tecnologías automatizadas, incluida la inteligencia artificial.
- Mantenemos un compromiso firme con la transparencia, facilitando el acceso en todo momento a nuestras políticas de privacidad, publicadas en nuestras diferentes páginas web, y asegurando que los interesados puedan ejercer sus derechos de forma sencilla; derechos que son atendidos en tiempo y forma

Respeto a las personas y a la sociedad

- Utilizamos un lenguaje respetuoso, inclusivo y profesional en todos los canales.
- Rechazamos cualquier práctica engañosa, incluidos los dark patterns, las técnicas de presión indebida o los modelos de segmentación que puedan vulnerar los derechos de las personas.

Respeto a la propiedad intelectual

- Respetamos los derechos de autor, marcas y demás activos de propiedad intelectual, propios y de terceros.
- Utilizamos contenidos, recursos y tecnologías con las licencias y autorizaciones correspondientes.

Relación responsable con medios y terceros

- Mantenemos relaciones basadas en la transparencia, la veracidad y el respeto a la independencia profesional.
- Exigimos a colaboradores y proveedores estándares coherentes con estos principios.
- En caso de lanzar concursos o licitaciones para elegir proveedor, siempre solicitamos el mínimo trabajo necesario para poder analizar y elegir a la mejor propuesta.

Mejora continua

Revisamos periódicamente nuestras prácticas de publicidad, marketing y servicio de atención al cliente para adaptarlas a la evolución normativa, tecnológica y social, reforzando así nuestro compromiso con una actividad responsable, sostenible y alineada con los principios ESG.

Revisión	Fecha edición	Cambios
0	06/03/26	Documento inicial

ELABORADO POR:	Teresa Cordero
APROBADO POR:	Conrado Martínez



www.informa.es

Servicio de Atención al Cliente

clientes@informa.es

900 176 076