

# *codice etico*



K E R I N G

## SOMMARIO

### **Prefazione di François-Henri Pinault**

#### **Pag. 2**

I nostri principi etici nella  
conduzione degli affari

#### **Pag. 3**

I nostri principi di conduzione degli  
affari e di comportamento nei  
confronti dei principali stakeholder

#### **Pag. 8**

Carta Fornitori del Gruppo

#### **Pag. 10**

Monitoraggio dell'applicazione  
del Codice

#### **Pag. 12**

Domande ed esempi utili  
nell'applicazione del Codice

#### **Pag. 13**

Per contattarci

## **PREFAZIONE DI**

FRANÇOIS-HENRI PINAULT

CEO

L'etica e lo sviluppo sostenibile sono al centro delle nostre attività e del modo in cui gestiamo gli affari del Gruppo. Non esistono aziende sostenibili senza fiducia, e questa fiducia si basa in primo luogo sulla nostra capacità di dimostrare quotidianamente il nostro impegno nella conduzione responsabile degli affari.

Dalla prima Carta etica del Gruppo, nel 1996, è stato fatto molto per rafforzare incessantemente i nostri impegni: dalla pubblicazione e la distribuzione a tutti i collaboratori del Gruppo del Codice etico nel 2005, e poi ancora nel 2009, alla creazione di una Direzione Sviluppo Sostenibile rappresentata nel Comitato esecutivo del Gruppo, senza dimenticare l'adesione al Global Compact nel 2008 e la creazione della Fondazione Kering, che lotta contro le violenze nei confronti delle donne, abbiamo sempre dimostrato la nostra volontà di fare dell'etica e dello sviluppo sostenibile la pietra angolare delle nostre attività. Più di recente, il rafforzamento della governance in tema di sviluppo sostenibile e l'adozione di obiettivi ambiziosi per gli anni a venire rappresentano un'ulteriore dimostrazione della volontà e della serietà del nostro comportamento.

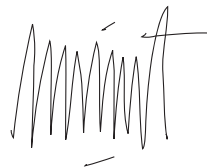
Questa 3a edizione del Codice etico consente di riaffermare le nostre convinzioni e i principi etici che devono prevalere ovunque operiamo. Strutturato in funzione dei diversi stakeholder, il Codice etico definisce i punti di riferimento che devono guidare ciascuno nelle proprie azioni: rispetto dei collaboratori, parità uomo/donna in tutti gli aspetti della vita professionale, contrasto a qualunque forma di corruzione o frode, lotta contro il lavoro dei bambini, applicazione delle principali convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro, rispetto dell'ambiente, ascolto delle parti civili e mobilitazione delle nostre forze vive per affiancare le comunità locali.

Questo aggiornamento ci ha permesso di arricchire il Codice con l'aggiunta della nostra Carta fornitori e l'adozione del principio di precauzione, in particolare in tema di protezione dell'ambiente. Infine, questa nuova versione presenta i progressi in tema di organizzazione dell'etica all'interno del Gruppo e i canali percorribili per i collaboratori che, da vittime o testimoni, sospettino l'inosservanza degli impegni fondamentali da noi assunti.

***"solo un quadro  
etico rigoroso  
consente uno  
sviluppo perenne."***

In tema di etica, non è mai inutile ripetere incessantemente ciò in cui crediamo e ciò che non accettiamo. A fronte di nuove prospettive e sfide, tenacia, vigilanza e miglioramento continuo rappresentano i pilastri del nostro approccio pragmatico. Nel momento in cui il nostro Gruppo completa l'iter di trasformazione, diventando un leader mondiale dell'abbigliamento e degli accessori nell'ambito del Lusso e dello Sport & Lifestyle e adottando il nuovo nome Kering, è essenziale ricordare a tutti che nulla può né deve essere compiuto al di fuori di un quadro etico preciso e ferreo, unica garanzia possibile di longevità e di sviluppo.

Auspico che ognuno di noi possa far proprio questo Codice etico nell'esercizio quotidiano delle sue missioni. È così che daremo concretezza allo spirito di Kering.



# *i nostri principi etici nella conduzione degli affari*

## **KERING È ATTENTA A COMPORTARSI IN MODO INTEGRO E RESPONSABILE**

Adottare, in ogni circostanza, un approccio etico rispetto agli affari rappresenta una garanzia di longevità. Il successo e lo sviluppo sostenibile dei nostri mercati dipendono dalla fiducia di clienti, collaboratori, azionisti, partner commerciali e parti sociali. Tale fiducia si costruisce nel tempo, e va meritata ogni giorno. L'etica nella vita professionale assume aspetti diversi, talvolta apparentemente contraddittori. Ancor più quando si tratta di un gruppo di marche presente in tutti i continenti, in paesi di culture diverse, in fasi di sviluppo economico diverse.

Ciò nonostante, tali differenze possono essere organizzate intorno ad alcuni principi condivisi, semplici e incisivi, che devono guidare le nostre azioni in uno spirito di responsabilità e buon senso.

## **I PRINCIPI ETICI CONDIVISI DA TUTTI I COLLABORATORI SONO:**

- Agire con integrità e senso di responsabilità.
- Rispettare leggi e regolamenti.
- Rispettare la dignità e i diritti di ciascuno.
- Agire nel rispetto dell'ambiente naturale.
- Utilizzare beni e risorse dell'azienda nel rispetto dell'interesse del Gruppo e degli azionisti.
- Incoraggiare i collaboratori nelle loro iniziative solidali e di sviluppo sostenibile.
- Rispettare la riservatezza degli affari.

L'attuazione dei principi etici deve innanzitutto basarsi sull'adozione da parte di tutti di un atteggiamento giusto, onesto, positivo e creativo.

## **LE REGOLE DI CONDUZIONE DEGLI AFFARI DEL GRUPPO RISPESCHIANO ALCUNI RIFERIMENTI INTERNAZIONALI, TRA CUI:**

- La Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo delle Nazioni Unite e la Convenzione europea dei diritti dell'uomo;
- Diverse convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro, in particolare le convenzioni 29, 105, 138, 182 (lavoro dei bambini e lavoro forzato), 155 (sicurezza e salute dei lavoratori), 111 (discriminazione), 100 (remunerazione), 87 et 98 (libertà sindacale, diritto di organizzazione e di negoziazione collettiva);
- I principi direttivi dell'OCSE dedicati alle aziende multinazionali;
- La convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell'infanzia;
- I 10 principi del Patto Mondiale delle Nazioni Unite.

# *i nostri principi di conduzione degli affari e di comportamento nei confronti dei principali stakeholder*

Oltre ai riferimenti enunciati precedentemente, è essenziale precisare i principi di condotta e di comportamento condivisi da tutti, a livello personale ma anche nei confronti delle diverse platee con cui siamo in contatto in modo regolare o occasionale.

Siamo consapevoli dei nostri doveri e responsabilità nei confronti di:

## **NOI STESSI**

Dobbiamo agire con integrità, lealtà e senso di responsabilità, attenti in particolare a non trovarci coinvolti in situazioni che potrebbero rivelarsi fraudolente (corruzione, conflitto d'interessi, appropriazione indebita, comunicazione fraudolenta di informazioni, etc.).

In termini più generali, nelle nostre azioni quotidiane correlate alle attività professionali, nella nostra abituale sede di lavoro o in occasione delle trasferte professionali, rispettiamo i principi etici del Gruppo e preserviamo l'interesse del Gruppo e delle sue marche.

## **I NOSTRI COLLEGHI E COLLABORATORI**

### ***Rispetto dei diritti dell'uomo e delle leggi***

Dobbiamo garantire a colleghi e collaboratori rispetto ed equità, e il nostro impegno nel creare un universo di lavoro motivante, atto a favorirne lo sviluppo. Intendiamo promuovere una politica di risorse umane che contribuisca alla professionalità, alla motivazione e alla realizzazione personale di ciascuno, offrendo opportunità di formazione, di mobilità e promozione interna, e sviluppando l'impiegabilità di ciascuno.

Offriamo un ambiente di lavoro rispettoso dei diritti dell'uomo e della legislazione sociale, in linea con le leggi e le normative in tema di ambiente, igiene e sicurezza.

Lottiamo contro il lavoro dei bambini e il lavoro forzato.

Favoriamo la libera espressione dei collaboratori del Gruppo.

Favoriamo il dialogo e rispettiamo l'esercizio delle libertà sindacali nell'ambito delle diverse legislazioni nazionali in vigore.

### ***Non-discriminazione, diversità e pari opportunità***

Non tolleriamo discriminazioni, né intimidazioni, né mobbing, né molestie. Convinti che un'azienda che integra nelle proprie équipes tutte le diversità della società in cui opera (in termini di genere, età, origine, orientamento sessuale o handicap, fra le altre cose) dispone di un autentico vantaggio economico e competitivo, intendiamo promuovere le pari opportunità e l'uguaglianza di trattamento. In tale ambito, affermiamo in particolare il nostro impegno a favore di una maggiore diversità e di una più profonda uguaglianza. Ci adoperiamo a favore di un miglior equilibrio donne / uomini a tutti i livelli gerarchici, per porre un termine alla dispersione dei talenti femminili lungo la linea gerarchica.

### **I NOSTRI CLIENTI E I CONSUMATORI**

#### ***Integrità, sicurezza e qualità***

Dedichiamo a clienti e consumatori la parte migliore della nostra attività professionale, per soddisfarli e meritarne la fiducia. Attraverso le sue marche, il Gruppo progetta e commercializza prodotti o servizi che rispettano le normative e regole vigenti in materia di qualità, sicurezza e proprietà industriale e intellettuale e fornisce un'informazione affidabile, leale e di qualità.

La nostra comunicazione commerciale o pubblicitaria è fondata sull'integrità, la lealtà e la ricerca della sicurezza dei consumatori.

### ***Protezione dei dati personali e riservati***

I nostri clienti decidono liberamente quali informazioni personali comunicarci; da parte nostra, ci accertiamo che venga preservata la confidenzialità dei loro dati personali, nel rispetto degli impegni da noi presi nei loro confronti, e in conformità alla legge applicabile.

### **IL NOSTRO AMBIENTE**

Siamo sensibili al rispetto dell'ambiente e alle esigenze di uno sviluppo sostenibile delle nostre attività.

Portiamo avanti un progetto ambizioso, volto a ridurre l'impatto delle nostre attività sull'ambiente e la società, adottando misure volontarie basate sulle migliori prassi aziendali e, oltre a questo, sull'innovazione.

#### ***Misurare il nostro impatto transcendendo le nostre operazioni***

Gli interventi realizzati dal Gruppo sono volti non soltanto a ridurre e attenuarne gli impatti ambientali, ma anche a sviluppare nelle proprie sfere di attività dei progetti caratterizzati da un impatto positivo a favore delle popolazioni e del loro ambiente.

In tale prospettiva, il Gruppo s'impegna a misurare gli impatti delle proprie attività, non soltanto nelle sfere di operatività diretta, ma anche oltre, lungo le diverse catene di approvvigionamento, risalendo fino all'estrazione delle materie prime necessarie alla produzione dei beni e servizi proposti dai marchi del Gruppo. In tal senso, il Gruppo redige un bilancio ambientale (EP&L).

### **Priorità d'azione**

La politica ambientale di Kering è attenta in particolare a:

- le emissioni di CO2 del Gruppo e la compensazione delle emissioni residue, tramite programmi che contribuiscono al benessere delle comunità locali e alla preservazione della biodiversità;
- l'utilizzo dell'acqua;
- la riduzione dei rifiuti;
- la progressiva eliminazione dei prodotti chimici pericolosi dai processi produttivi;
- l'approvvigionamento responsabile dei principali materiali che entrano nella composizione dei prodotti offerti dai marchi del Gruppo, e in particolar modo: oro, diamanti, cuoio, pelli pregiate, pellicce, cotone, carta e imballaggi.

Favoriamo gli scambi e l'applicazione delle migliori pratiche, che consideriamo un elemento positivo della nostra gestione (risparmio energetico, riduzione dei costi di smaltimento e di riciclo ...).

Definiamo gli indicatori che consentono di valutare le nostre azioni relative ai principali impatti ambientali e di avviare iniziative migliorative nel breve e medio periodo.

Infine, intendiamo mettere in pratica il principio di precauzione in tema di protezione dell'ambiente. A tale scopo adottiamo delle procedure di valutazione dei rischi, e predisponiamo misure provvisorie e proporzionate nel caso in cui, in base alle conoscenze scientifiche del momento, il verificarsi di un danno potenziale rischi di costituire un pregiudizio grave e irreversibile per l'ambiente.

### **LA SOCIETÀ CIVILE**

#### ***Dialogo con gli stakeholder e sviluppo economico e sociale***

Dichiariamo la nostra piena adesione ai diritti dell'uomo e intendiamo comportarci come un'azienda socialmente responsabile ovunque ci troviamo ad operare.

Siamo attenti alle preoccupazioni espresse dalle organizzazioni internazionali, le organizzazioni non governative e i rappresentanti della società civile, e favoriamo il dialogo con tutti loro.

Rispettiamo le culture dei paesi in cui siamo presenti.

Siamo impegnati, nella maggior parte dei Paesi in cui operiamo, in azioni di solidarietà, educazione o a favore della cultura.

#### ***Fondazione Kering***

Nell'ambito della sua strategia di sviluppo sostenibile, Kering esorta i marchi e i collaboratori a supportare programmi di solidarietà e a mobilitarsi a vantaggio delle donne, in particolare attraverso la Fondazione Kering, che lotta contro le violenze nei confronti delle donne. La Fondazione sviluppa partenariati con associazioni locali e internazionali, sensibilizzando e coinvolgendo i collaboratori su tale tematica.

## I NOSTRI AZIONISTI E I MERCATI FINANZIARI

### *Integrità dell'informazione*

Operiamo in linea con i migliori standard e pratiche vigenti. Dobbiamo meritare la fiducia e il supporto degli azionisti e dei mercati finanziari, utilizzando le risorse del Gruppo in modo responsabile ed efficace. Dobbiamo assicurare loro un'informazione finanziaria integra, precisa ed esatta. Rispettiamo norme e regolamenti contabili, finanziari e borsistici vigenti.

### *Insider trading*

Intendiamo prevenire l'insider trading e l'utilizzo abusivo di informazioni privilegiate: un Comitato deontologico fissa dei periodi di neutralità (cosiddetti "black out"), in particolare quelli che precedono la pubblicazione del bilancio annuale e semestrale, durante i quali i dirigenti e alcuni responsabili del Gruppo e dei marchi, in considerazione delle loro funzioni, sono tenuti ad astenersi dall'intervenire sui titoli delle società del Gruppo; per le operazioni realizzate al di fuori da tali periodi, in caso di dubbio, tali soggetti dovranno accertarsi preventivamente, presso il Comitato deontologico, che nulla osta alla loro realizzazione.

## I NOSTRI PARTNER COMMERCIALI E CONCORRENTI

Ci adoperiamo, in ogni circostanza, per intrattenere relazioni commerciali eque e leali.

Il Gruppo comunica i principi etici che devono guidare la conduzione degli affari dei suoi collaboratori, in particolare per quanto concerne il rispetto di leggi e regolamenti, i doni e le richieste e i conflitti d'interesse.

### *Conflitti d'interesse*

Ciascuno deve evitare di trovarsi in una situazione in cui i propri interessi o quelli di familiari e amici possano trovarsi in conflitto con quelli della società o gruppo di appartenenza, o rischino di nuocere alla propria indipendenza di giudizio o integrità professionale, nonché all'immagine o alla reputazione del Gruppo.

In particolare, questo concetto si applica, ad esempio, quando un collaboratore o uno dei suoi familiari o amici può trarre vantaggio personale da una transazione realizzata per conto di un'azienda del Gruppo, in particolare con clienti o fornitori. Lo stesso principio è applicabile nel caso in cui un dipendente tenti di selezionare o far selezionare, in particolare come fornitore, un'azienda in cui lui stesso, un suo familiare o amico, possiedono, direttamente o indirettamente, un interesse materiale o morale.



Nel caso in cui un collaboratore si trovi di fronte ad un rischio di conflitto d'interessi, deve immediatamente informarne la gerarchia diretta o indiretta, o qualunque altro organo o direzione pertinente (direzione delle risorse umane, controllo interno...) e astenersi dall'intromettersi in qualunque modo nelle relazioni che la marca o il Gruppo intrattengono con il terzo in questione, fino a quando non sarà trovata una soluzione.

### **Corruzione**

Nelle sue relazioni con gli stakeholder, Kering rifiuta ogni tipo di corruzione, che consista nell'offrire o nel ricevere un vantaggio ingiustificato.

Proibiamo i finanziamenti politici, sindacali, culturali o caritatevoli compiuti nella prospettiva di procurarsi vantaggi materiali, commerciali o personali, diretti o indiretti.

Rispettiamo le normative nazionali e internazionali in materia di corruzione diretta e indiretta.

Ogni collaboratore dovrà chiedersi se il dono, il favore o l'invito, ricevuto o offerto, non crei un obbligo per il ricevente nei confronti dell'offerente. In caso di doni o inviti ricevuti, in particolare a titolo personale e oltrepassando soglie precisate a livello locale, il principio da applicare è la trasparenza totale, con immediata informazione ai propri superiori.

### **Impegni dei fornitori e subfornitori**

Esigiamo dai nostri fornitori che si conformino ai principi definiti dalla Carta fornitori del Gruppo. Lottiamo contro il lavoro dei bambini e il lavoro forzato. Il Gruppo applica programmi di verifiche e sceglie consapevolmente di non lavorare con partner che non condividono detti principi essenziali.

In tale prospettiva, il Gruppo si è impegnato a fare in modo che i suoi principali fornitori siano valutati almeno una volta ogni due anni; Kering e i suoi marchi li aiuteranno ad adottare le migliori prassi e a conformarsi al codice etico.

Oltre ai programmi di audit e verifiche, operiamo per istituire partenariati duraturi con i nostri fornitori e subfornitori, affiancandoli con programmi di formazione, sviluppo delle competenze e condivisione delle buone prassi.

Infine, crediamo in una concorrenza libera, aperta e leale, fattore di progresso economico e sociale, esercitata sia sui prezzi che sulla qualità e l'estensione dell'offerta, nell'interesse del consumatore e del cliente finale. Intendiamo conformarci strettamente alle normative applicabili in tema di concorrenza nell'Unione europea e in ciascuno dei mercati in cui il Gruppo esercita un'attività.

# carta fornitori del gruppo

**1** Il Gruppo Kering e i diversi marchi che lo compongono dichiarano il proprio impegno a rispettare le disposizioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), e in particolare le convenzioni tese all'eliminazione del lavoro dei bambini e all'abolizione della schiavitù e del lavoro forzato e obbligatorio. Il Gruppo ricorda, inoltre, di aver sottoscritto dal 2008 il Patto Mondiale (Global Compact) e sottolinea con tale adesione di difendere i 10 principi sanciti da tale Patto.

**2** In tal senso, Kering e i suoi marchi esigono che i propri fornitori si impegnino a loro volta sul rispetto dei seguenti principi fondamentali, che costituiscono, nel loro insieme, la Carta Fornitori di Kering:

- **Proibire il lavoro dei minori di età inferiore a 15 anni**, salvo clausola derogatoria dell'ILO che autorizzi il lavoro dei minori a partire da 14 anni;
- **Proibire il ricorso, qualunque ne sia la forma, alla schiavitù, alla servitù per debiti e all'utilizzo del lavoro forzato o obbligatorio, nonché a prodotti o servizi creati con tali mezzi**. Il termine «lavoro forzato o obbligatorio» indica qualsiasi lavoro o servizio imposto a un individuo con la minaccia di una qualunque pena o senza ricevere una retribuzione e per il quale la persona non si sia offerta di propria iniziativa;
- **Proibire qualunque tipo di lavoro che**, per propria natura o per le condizioni in cui lo si esercita, **possa compromettere la salute, la sicurezza o la moralità**;
- **Proibire qualunque comportamento contrario alla dignità al lavoro**, in particolare qualunque pratica contraria alle normative sociali, riguardante in particolare la retribuzione, gli orari e le condizioni di lavoro;
- **Rispettare il diritto direttamente applicabile di rappresentanza ed espressione dei lavoratori**;
- **Proibire la discriminazione**, in particolare razziale, etnica e di genere;
- **Proibire qualunque comportamento che dia luogo a molestie sessuali o mobbing**;
- **Procedere ad un'appropriata diffusione dei principi della Carta tra i propri collaboratori**;
- **Adottare misure appropriate per l'effettiva applicazione dei principi della Carta ai propri fornitori**;
- **Informare lealmente Kering e/o le sue marche di qualunque seria difficoltà di applicazione della Carta**.
- **Rispettare la normativa ambientale direttamente applicabile** e adoperarsi altresì per l'attuazione dei 3 principi del Global Compact in materia di protezione dell'ambiente:
  - Applicare un principio precauzionale a fronte di problemi che riguardano l'ambiente,
  - Prendere iniziative tese a promuovere una maggiore responsabilizzazione in tema ambientale,
  - Incoraggiare la messa a punto e la diffusione di tecnologie rispettose dell'ambiente.

**3**----- La pratica illecita del lavoro dei bambini o del lavoro forzato o obbligatorio costituisce un elemento contrario a qualsiasi relazione commerciale di Kering e dei suoi marchi con un fornitore.

**In linea generale, Kering e i suoi marchi si adopereranno per aiutare qualunque fornitore a migliorare i propri standard, in modo da rispettare gli obiettivi previsti dalla presente Carta.**

**4**----- **Prima di qualunque relazione contrattuale** in materia di approvvigionamento di beni e servizi di qualsiasi entità di Kering, dei rappresentanti di Kering e/o delle sue marche, eventualmente accompagnati da osservatori esterni, avranno libero accesso ai documenti amministrativi, al personale e ai siti produttivi, di confezionamento e di trasporto dei prodotti e servizi oggetto di contrattazione, in modo da poter valutare le condizioni di corretta esecuzione della Carta.

Tali visite potranno essere rinnovate ogni qualvolta sarà considerato pertinente. Le visite saranno oggetto di rapporti di valutazione, redatti secondo precisi criteri. Kering si riserva il diritto di divulgare tali rapporti in modo adeguato.

**5**----- **Durante lo svolgimento del contratto**, rappresentanti di Kering e/o delle sue marche o un partner esterno incaricato da Kering e/o dalle sue marche potranno controllare, senza preventiva notifica, il rispetto da parte dei fornitori degli impegni sanciti nella presente Carta. Il fornitore dovrà facilitare l'accesso a qualunque documento amministrativo, a qualsiasi persona e ai locali di lavoro e di soggiorno.

**6**----- Per qualunque contraente di Kering o delle sue marche, **il rispetto della Carta costituisce, indipendentemente da qualsiasi clausola contrattuale, una condizione essenziale della relazione commerciale.** In caso di significativa inosservanza della Carta, Kering o le sue marche definiranno le misure correttive da applicare per permettere, se del caso, la continuazione delle relazioni commerciali.

# *monitoraggio dell'applicazione del codice*

Il Codice etico di Kering è destinato a ciascuno dei dipendenti del Gruppo.

Il Codice, disponibile on line nelle principali lingue parlate nel Gruppo, può essere scaricato dal sito di Kering ([www.kering.com](http://www.kering.com)) e sull'intranet del Gruppo (360°).

Parallelamente alla divulgazione del codice, dal 2005 è stato creato un Comitato etico del Gruppo Kering. Tale organo è oggi completato da 2 Comitati etici regionali: il Comitato etico Asia-Pacifico (APAC) e il Comitato etico Americhe (Americas), e da una linea telefonica mondiale e accessibile a tutti, nelle 11 lingue di traduzione del Codice.

## **I Comitati etici svolgono 3 missioni:**

- **seguire l'adeguata diffusione e la corretta applicazione del Codice etico e dei principi sanciti;**
- **rispondere alle richieste di ogni collaboratore del Gruppo**, dalle semplici domande di chiarimenti a quelle relative all'interpretazione del Codice e alla sua applicazione, fino alle denunce inviate al Comitato per presunta inosservanza di uno dei principi etici del Gruppo;
- **porsi come forza propositiva, tesa a far evolvere la politica e le azioni del Gruppo in tema di sviluppo sostenibile.**

I Comitati etici sono composti da rappresentanti dei marchi del Gruppo e da collaboratori di Kering (corporate o Kering APAC o Kering Americas). La loro natura regionale è parte della delegazione di responsabilità vigente nel Gruppo, che consente di ottenere le risposte più adatte agli interrogativi. La loro funzione come organo di ultimo ricorso, sotto l'autorità del Comitato etico del Gruppo da cui dipendono, garantisce la coerenza dell'applicazione dei principi etici nel Gruppo.

In pratica, il collaboratore dovrà indirizzare ai propri superiori qualunque richiesta di chiarimento o interrogativo che potrebbe porsi riguardo all'interpretazione del Codice o ad una presunta inosservanza dei principi da questo sanciti. Potrà anche parlarne ai rappresentanti del personale, alla direzione degli affari legali, alla direzione dell'audit interno o ai Comitati CHSCT (Comitati igiene, sicurezza condizioni di lavoro).

Se lo preferisce, e senza bisogno di giustificarsi, potrà comunque scegliere di contattare uno dei 3 Comitati etici: il Comitato Gruppo, il Comitato APAC o il Comitato Americas. Tali Comitati non prendono in considerazione domande anonime, salvo obblighi legali pertinenti. Essi garantiscono una totale riservatezza nella gestione delle questioni sottoposte al loro vaglio (esame di una denuncia in assenza del rappresentante del marchio da cui dipende la società oggetto della denuncia; necessario accordo del denunciante prima di qualunque azione richiesta dal Comitato etico alla società interessata; anonimato dei casi affrontati dal Comitato etico nella reportistica relativa alle attività...)

## COMITATO ETICO GRUPPO KERING

COMITATO ETICO  
**KERING APAC**

COMITATO ETICO  
**KERING AMERICAS**

Infine, il collaboratore potrà anche scegliere di rivolgersi direttamente alla hotline etica mondiale predisposta per documentare e registrare le domande ricevute e trasmetterle al o ai Comitati etici interessati. Questa hotline risponde ai collaboratori in tutte le lingue in cui è tradotto il Codice (francese, inglese, italiano, tedesco, spagnolo, olandese, russo, brasiliano, cinese, giapponese e coreano), è confidenziale.

Da notare che i casi urgenti, che implicano in particolar modo un pericolo per altri soggetti, saranno affrontati con adeguate procedure di emergenza.

I Comitati etici formulano raccomandazioni precise, alle società interessate alla denuncia, ai soggetti più idonei a poterle applicare. Essi costituiscono

una struttura aperta di ascolto e consulenza, che garantisce che qualunque collaboratore del Gruppo sia testimone dell'inosservanza di uno dei principi etici sanciti nel Codice etico del Gruppo abbia la possibilità, se lo giudica opportuno, di essere ascoltato e di ottenere l'apertura di un'indagine in forma riservata. I Comitati etici si accertano che non sia adottato alcun tipo di provvedimento nei confronti di un collaboratore che ha segnalato in buona fede un caso di inosservanza di un principio etico del Codice, a causa della suddetta segnalazione.

# *domande ed esempi utili per l'applicazione del codice*

## ***È legale?***

Posso prendere una decisione o agire soltanto se la risposta è SÌ, in considerazione della normativa applicabile. Non devo agire se la risposta è NO o se esistono forti probabilità che sia NO. In caso di dubbio, posso parlarne con i miei superiori, con la direzione affari legali o la direzione dell'audit interno del mio marchio o del Gruppo Kering, o posso direttamente rivolgermi ai Comitati Etici (Gruppo o regionali).

## ***Le mie azioni, il mio comportamento o un comportamento di cui sono informato possono nuocere agli interessi del Gruppo nel breve, medio o lungo periodo?***

Può trattarsi, ad esempio, di pratiche ambientali che possono avere conseguenze sanitarie o finanziarie gravi entro alcuni anni. In tal caso, applico un principio precauzionale, sospendendo tali pratiche e chiedendo consiglio ai miei superiori o ai Comitati etici (Gruppo o regionali).

## ***Sono certo/a di rispettare la riservatezza degli affari?***

Se non sono certo/a che quello di cui sto parlando sia riservato, devo astenermi dal parlarne, anche se si tratta, a prima vista, di informazioni banali. In particolare, in qualunque situazione all'esterno dell'azienda, quando mi trovo in trasferta, in riunione presso clienti, per strada, al ristorante, devo gestire con la massima precauzione qualunque conversazione che riguardi gli affari del Gruppo e dei suoi marchi, in modo da essere certo di non divulgare né commentare informazioni riservate, che rischiano di essere ascoltate da terzi.

## ***Posso parlarne liberamente?***

Se mi è difficile parlare liberamente di quello che sto facendo o di ciò di cui sono a conoscenza, al di fuori degli obblighi di riserva, ciò significa che tale azione non è in linea con i principi del Codice.

## ***Che cosa devo fare se non posso parlarne liberamente con i miei superiori?***

Indipendentemente dal fatto che l'azione sia realizzata o no, sono invitato/a a parlarne con i Comitati Etici (Gruppo o regionali), che mi consiglieranno sul da farsi. Qualunque problema sottoposto ad un Comitato Etico sarà affrontato in modo confidenziale, nel legittimo interesse del lavoratore, della sua marca e del Gruppo.

## ***Come comportarmi nei confronti di azioni che disapprovo?***

Esistono varie possibilità. Posso parlarne direttamente alle persone in questione o al mio superiore. Posso anche rivolgermi al mio responsabile delle risorse umane, ai rappresentanti del personale o ai diversi organi rappresentativi della mia azienda. Posso altresì rivolgermi alla direzione affari legali o alla direzione dell'audit interno del mio marchio o di Kering.

In termini più generali, posso rivolgere qualunque richiesta o denuncia ai Comitati Etici (Gruppo o regionali), che si impegnano a trattare la mia domanda in modo confidenziale e a non comunicare che ne sono l'autore se non a seguito della mia autorizzazione. Nel caso in cui non desidero che il mio nome compaia nell'inchiesta aperta per accertare la veridicità dei fatti allegati, sarà preservata la riservatezza sulla mia identità. In ogni caso, sarò tenuto/a informato/a dell'esito della mia richiesta.

# per contattarci

## PER CONTATTARE IL COMITATO ETICO:

### GRUPPO KERING

ethique@kering.com

o ethics@kering.com

### KERING APAC

ethics.asiapacific@kering.com

### KERING AMERICAS

ethics.americas@kering.com

## PER CONTATTARE LA HOTLINE ETICA DI KERING DAI SEGUENTI TERRITORI

Arabia Saudita 00 44 121 629 0395	Cina settentrionale 1 0800 712 2685	Hong Kong 0 800 900 508	Marocco 00 44 121 629 0395	Singapore 0 800 120 6193
Argentina 0 800 222 2192	Cipro 00 44 121 629 0394	India 00 44 121 629 0381	Messico 001 877 5500 673	Slovacchia 0 800 002 319
Armenia 00 44 121 629 0395	Corea 003 0813 2841	Indonesia 001 803 011 3699	Monaco 800 93 497	Spagna 0 800 600 953
Aruba 00 44 121 629 0392	Croazia 00 44 121 629 0390	Irlanda 00 44 121 629 0394	Norvegia 800 15 838	Stati Uniti 1 855 265 4200
Australia 1 800 621 390	Danimarca 802 50 543	Isole Vergini 011 44 121 629 0395	Nuova Zelanda 0 800 446 198	Sud Africa 00 44 121 629 0396
Austria 0 800 006 652	Emirati Arabi Uniti 8000 4444 098	Israele 1 809 494 298	Paesi Bassi 800 0222 398	Svezia 0 200 883 702
Azerbaijan 00 44 121 629 0395	Estonia 00 44 121 629 0391	Italia 800 897 580	Perù 00 44 121 629 0386	Svizzera 0 800 002 170
Bahamas 011 44 121 629 0395	Filippine 00 44 121 629 0395	Kazakistan 8 10 44 121 629 0395	Polonia 0 0800 121 1495	Tailandia 001 44 121 629 0395
Bahrein 00 44 121 629 0395	Finlandia 0 800 114 217	Kowait 00 44 121 629 0393	Porto Rico 011 44 121 629 0395	Taiwan 0 0801 136 354
Belgio 0 800 74 189	Francia 0 805 103 040	Libano 00 44 121 629 0395	Portogallo 8 800 855 753	Turchia 00 44 121 629 0383
Brasile 0 800 020 1614	Germania 0 800 723 5206	Lituania 880 031 748	Qatar 00 44 121 629 0385	Ucraina 0808 129 0498
Bulgaria 00 44 121 629 0389	Giappone 00 66 3313 2761	Lussemburgo 00 44 121 629 0395	Repubblica ceca 800 200 251	Ungheria 06 800 188 94
Canada 1 866 606 5211	Gran Bretagna 0 800 501 926	Macao 00 44 121 629 0382	Romania 00 44 121 629 0388	Uruguay 00 44 121 629 0394
Cile 1 2300 205 765	Grecia 0 0800 127 578	Malesia 01 800 815 895	Russia 8 800 100 6475	Vietnam 00 44 121 629 0384
Cina meridionale 1 0800 120 2685	Guam 011 44 121 629 0387	Malta 00 44 121 629 0394	Serbia 00 44 121 629 0394	

Kering – Società anonima con capitale sociale 466,808 € – 552 075 020 RCS Parigi – kering.com

Ideazione e realizzazione: **IAVAS** WORLDWIDE PARIS

Pubblicazione: 2013

Empowering Imagination