

GAIA
SEGATTINI
KNOTWEAR

CODICE ETICO
E
DI CONDOTTA

GAIA SEGATTINI KNOTWEAR SRL
Via Monte San Michele 15, 60124 Ancona (AN) Italy
www.gaiasegattiniknotwear.it
071/7989085

GSK S.r.l. (di seguito "GSK" o "Impresa" o "Società") è una micro-impresa con sede nella regione Marche (Italia), dedicata alla vendita B2C di prodotti d'abbigliamento non convenzionali dal punto di vista ideologico ed estetico. L'Impresa si connota per l'unicità della metodologia progettuale, produttiva e commerciale.

La filosofia del brand costituisce una presa di posizione chiara e coraggiosa, contrapposta al modello del *fast fashion*. Il prodotto, che nasce dall'unione tra manualità artigianale, creatività e alto livello tecnologico dei processi produttivi, è concepito non solo come capo d'abbigliamento, ma anche come un vero *lifestyle* promotore di consumo critico, di valori etici, culturali e sociali - senza rinunciare all'empatia sincera e al buonumore.

I principi che ispirano le attività sono:

- **L'utilizzo di materie prime di altissima qualità**

Le creazioni GSK sono realizzate con filati di giacenza o rigenerati, tutti di eccellenza: filati fine-cono della migliore qualità e ad alta performance già disponibili nel magazzino del maglificio deputato alla produzione, ovvero cascami di produzioni tessili di brand *premium* riciclati, che provengono da aziende italiane specializzate. Inoltre, si utilizzano solo materie prime di origine naturale e *mulesing-free*, quali: cotone rigenerato, lana shetland, merinos, mohair, alpaca.

- **Processo creativo virtuoso e innovativo**

L'uso di filati già esistenti consente di attuare un processo di eco-ideazione inverso rispetto a quello industriale: anziché partire dal bozzetto si inventa il modello iniziando dalla materia prima. Tutti i capi vengono ideati e progettati in base alla selezione dei materiali disponibili e all'analisi della tecnologia.

- **Limited edition, seasonless**

Il brand non realizza collezioni stagionali, bensì serie di mono-prodotto presentati tutto l'anno con riassortimenti mensili. Poiché i quantitativi di filato sono ridotti, per ogni modello esistono solo pochi esemplari. Tuttavia, ciascun modello è realizzato in numerose combinazioni di colore, offrendo così un'estrema varietà e irripetibilità, che tende all'unicità. Tutti i capi hanno un nome proprio, come fossero degli amici.

- **Riciclo, unicità, manifattura specialistica e artigianalità**

I capi sono prodotti con macchinari avanzati per maglieria e vengono anche arricchiti con dettagli realizzati a mano: questo consente al tempo stesso di mantenere un alto livello di creatività del design, di rendere ogni capo un autentico pezzo unico e di favorire l'ulteriore recupero di filati e scarti di produzione.

L'elevata qualità consente di prolungare il ciclo di vita e l'utilizzo del capo, che invitiamo a riparare o rammentare se danneggiato.

- **Il forte legame con il territorio**

I prodotti vengono realizzati attraverso una filiera cortissima, grazie alla sinergia con una piccola azienda manifatturiera storica, che ha sede nelle Marche. Ciò consente di preservare l'alta qualità del prodotto, sostenere l'eccellenza del *know-how* dell'indotto locale, contribuendo al supporto della filiera e alla valorizzazione del capitale umano coinvolto nel progetto.

- **Formazione e valorizzazione del rapporto con le persone**

L'Impresa mira ad arrivare direttamente alle persone, non trattandole come meri clienti. L'obiettivo è di creare sintonia valoriale ed estetica, in connubio con il desiderio di un capo unico ma mai troppo básico. La quantità limitata dei filati consente di poter accontentare una persona alla volta, la particolarità dell'approccio e design sono orientati all'unicità. Il cliente target non ha lo stesso sesso, taglia o età, ma la stessa curiosità e consapevolezza di sé: per questo i maglioni sono spesso unisex e possono essere indossati da taglie diverse.

"Produciamo capi che dimostrano una sostenibilità autentica e utile. Grazie alla coerenza dell'intero processo, compresa la comunicazione, riduciamo la quantità di quello che produciamo, non abbiamo giacenze di magazzino, facciamo in modo che le cose che proponiamo durino più a lungo. Non facciamo capi di moda che durano una stagione, ma capi che si ritrovano ogni anno e che si possono stratificare per creare il proprio stile personale"
- Gaia Segattini, CEO

Nota preliminare

Il Codice Etico e di Condotta (di seguito "Codice") contiene l'insieme dei principi deontologici e delinea i diritti e doveri a cui tutti gli eventuali dipendenti, collaboratori e fornitori di GSK- a qualsiasi titolo e a tutti i livelli - devono attenersi nel proprio agire quotidiano, in quanto la reputazione e l'immagine aziendale si fondano sulla piena capacità di allinearsi ai valori ivi indicati.

*Il Codice, fortemente voluto e condiviso dai membri del Consiglio di Amministrazione e dalla CEO Gaia Segattini, viene adottato nel convincimento che l'agire in modo responsabile e trasparente sia alla base del successo dell'impresa, che ambisce a crescere generando un **cambiamento positivo di cui possa beneficiare l'intera collettività**, promuovendo iniziative e soluzioni in grado di incrementare il benessere sociale e ambientale in senso ampio, comunicando in modo efficace con i clienti e gli stakeholders rilevanti.*

Il Codice si ispira alle principali normative, linee guida e regolamentazioni vigenti a livello nazionale e internazionale in tema di responsabilità sociale d'impresa, corporate governance, diritti umani, lavoro e ambiente. In particolare, sono stati presi a riferimento i Principi del UN Global Compact, dei UN Guiding Principles on Business and Human Rights e delle Convenzioni ILO sui Diritti del Lavoratori.

*Questo strumento, inoltre, consacra l'impegno aziendale per l'attuazione del **SDG 12**, fissato dall'**Agenda 2030**. GSK aderisce infatti all'obiettivo di favorire consumo e produzione sostenibile, puntando a "fare di più e meglio con meno" e aumentando i benefici in termini di benessere derivante dalle attività economiche. A tal fine, si impegna per la riduzione delle risorse e dell'inquinamento lungo l'intero ciclo produttivo, nonché per il coinvolgimento attivo dei consumatori, mediante iniziative di **sensibilizzazione al consumo e a stili di vita sostenibili**, offrendo loro adeguate informazioni e coinvolgendoli, tra le altre cose, nell'approvvigionamento di prodotti sostenibili e artigianali.*

In tale cornice, l'osservanza del Codice è considerata presupposto imprescindibile ai fini di un'efficace, prudente e corretta gestione aziendale, oltre che per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione dell'impresa, ad integrazione di quanto già previsto dalla normativa civile, amministrativa e penale, dai regolamenti vigenti e dalla contrattazione collettiva.

*Il Codice si propone altresì di improntare ai **valori** di lealtà, integrità, diligenza, imparzialità, correttezza e trasparenza le operazioni ed il modo di agire nei rapporti interni ed esterni all'impresa, ponendo al centro dell'attenzione l'osservanza delle leggi e dei regolamenti, oltre al rispetto delle procedure aziendali.*

In tale cornice normativa, il Codice mira a raccomandare, promuovere o vietare determinati comportamenti - anche al di là del disposto normativo - prevedendo sanzioni proporzionate alla gravità delle eventuali violazioni commesse.

*Tutti coloro che operano in e per GSK sono impegnati ad osservare e a fare osservare i principi del presente Codice, che rappresentano una **base valoriale comune ed inderogabile**, nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità.*

In nessun modo la convinzione di agire a vantaggio o nell'interesse di GSK può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con i principi di seguito illustrati.

Al fine di garantirne massima visibilità, il Codice è diffuso in maniera capillare nell'organizzazione aziendale, nonché liberamente scaricabile dal sito internet dell'impresa.



Sommario

1. PRINCIPI GENERALI	6
1.1. AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI.....	6
1.2. OBBLIGHI DEI DESTINATARI.....	6
1.3. RISPETTO DELLE LEGGI E DEI REGOLAMENTI.....	2
1.4. RISPETTO DELLE PERSONE.....	2
1.5. RISPETTO DELL'AMBIENTE: MODELLO DI BUSINESS CIRCOLARE	3
1.6. MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCES AMBIENTALI LUNGO TUTTO IL CICLO DI VITA DEL PRODOTTO	3
1.7. SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ	4
1.8. TRADIZIONE E <i>HERITAGE</i>	4
1.9. DIVULGAZIONE RESPONSABILITÀ D'IMPRESA E STRATEGIE DI <i>PRICING</i>	5
1.10. SOSTEGNO A ONG ED ENTI NO PROFIT	5
1.11. TUTELA DELLA LIBERA E LEALE CONCORRENZA.....	6
1.12. IMPARZIALITÀ, CONFLITTO DI INTERESSI ED INDIPENDENZA	6
2. TUTELA DELLE RISORSE E DELLE INFORMAZIONI.....	8
2.1. RISPETTO DEI BENI AZIENDALI.....	8
2.2. TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE	8
2.3. CORRETTEZZA, AFFIDABILITÀ E TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI SOCIETARIE.....	9
2.4. CORRETTO UTILIZZO DEGLI STRUMENTI INFORMATICI.....	10
2.5. SEGRETEZZA, RISERVATEZZA E PRIVACY.....	10
2.6. PREVENZIONE DI RICICLAGGIO E RICETTAZIONE	10
3. CRITERI DI CONDOTTA.....	12
3.1 RESPONSABILITÀ VERSO I COLLABORATORI	12
3.1.1. NON DISCRIMINAZIONE	12
3.1.2. PARI OPPORTUNITÀ E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	12
3.1.3. INCLUSIONE E DIVERSITÀ.....	12
3.1.4. EQUA RETRIBUZIONE.....	12
3.1.5. CONCILIAZIONE LAVORO-VITA PRIVATA	13
3.1.6. LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE SINDACALE E DIRITTO ALLA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	13
3.1.7. SICUREZZA E SALUTE	13
3.2 RESPONSABILITÀ VERSO GLI STAKEHOLDER ESTERNI.....	15
3.2.1 RAPPORTI CON I CLIENTI.....	15
3.2.2. COMUNICAZIONE CON I CLIENTI	15
3.2.3. RAPPORTI CON FORNITORI, RIVENDITORI E <i>PARTNER</i> COMMERCIALI	16
3.2.4. RAPPORTI CON LA CONCORRENZA.....	17
3.2.6. RAPPORTI CON L'AUTORITÀ GIUDIZIARIA	18
3.2.7. RAPPORTI CON ENTI DI CARATTERE ASSOCIATIVO.....	18
3.2.8. RAPPORTI CON GLI ORGANI DI INFORMAZIONE E I <i>MEDIA</i>	18
3.2.9. UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA DA PARTE DEI DESTINATARI.....	20
4. MODALITÀ DI ATTUAZIONE.....	21
4.1. DIFFUSIONE DEL CODICE	21
4.2. VIOLAZIONI E SISTEMA SANZIONATORIO	21
4.3. MODALITÀ DI SEGNALAZIONE	22
4.4 APPROVAZIONE DEL CODICE E RELATIVE MODIFICHE.....	22

1. PRINCIPI GENERALI

1.1. Ambito di applicazione e Destinatari

Il presente Codice è adottato da GSK e **governa tutte le decisioni e azioni** nelle sedi dell'Impresa, nei siti produttivi e nei magazzini aziendali.

Il Codice guida in maniera vincolante la condotta di **amministratori** e componenti degli organi sociali, di tutto il **personale** che operi per perseguire gli obiettivi aziendali (ivi inclusi eventuali lavoratori a tempo indeterminato, a termine, a tempo parziale, a chiamata, ecc.), nonché dei **collaboratori esterni** e dei **fornitori diretti** in tutti i Paesi in cui la Società è attiva (di seguito "Destinatari").

L'inosservanza dei principi fissati nel Codice compromette il rapporto fiduciario tra l'Impresa e i Destinatari. Pertanto, GSK **non avvia né prosegue alcun rapporto di tipo professionale o commerciale con chi non intenda aderire ai principi fissati nel presente documento.**

1.2. Obblighi dei Destinatari

L'osservanza del presente Codice deve considerarsi parte essenziale degli obblighi dei Destinatari, i quali sono tenuti a conoscerne e a rispettarne le disposizioni sia nei rapporti interni, sia nei rapporti con i terzi, nonché a contribuire alla sua concreta attuazione.

Tutti i Destinatari hanno gli obblighi di:

- **conoscere e rispettare** diligentemente le disposizioni contenute nel Codice, come pure le *policy* aziendali che riguardano la responsabilità e l'impegno etico nel lavoro, astenendosi da ogni comportamento contrario;
- **segnalare** prontamente condotte proprie o altrui che potrebbero essere incompatibili con leggi, regolamenti e con il presente Codice;
- **cooperare** tra loro nelle attività di controllo, ispezione e vigilanza;
- **contribuire alla diffusione** dei contenuti del Codice, **supportare** eventuali *partner* nel comprenderne l'applicazione pratica, esigerne il **rispetto** ed adottare le iniziative previste in caso di mancato adempimento.

I **soci**, gli **amministratori della Società** e le **figure apicali** si impegnano specificamente a rispettare i principi del Codice nel fissare gli obiettivi dell'impresa, nel proporre investimenti e *partnership*, nel realizzare progetti e nell'adottare qualsiasi decisione relativa alla gestione della Società. Tale onere si estende sia all'interno dell'Impresa che nei confronti dei terzi con i quali la Società instauri rapporti commerciali.

Laddove vi sia la necessità di gestire e dirigere gruppi di lavoro, i soggetti a ciò preposti hanno le seguenti responsabilità aggiuntive:

- promuovere un clima positivo all'interno dell'Impresa, attraverso una *leadership* e una guida conforme ai principi contenuti nel Codice;
- promuovere una cultura etica in azienda, affinché i lavoratori siano consapevoli che l'assolvimento dei propri compiti non è disgiunto dal rispetto delle disposizioni del Codice;
- sostenere i colleghi qualora pongano domande e/o sollevino preoccupazioni circa le azioni proprie o altrui, anche accertandosi che non si perpetrino violazioni del Codice o della legge;
- assicurarsi di affrontare in modo adeguato ogni violazione e/o sospetto di violazione del Codice o della legge di cui siano venuti a conoscenza;
- adoperarsi in modo proattivo per assicurare il pieno rispetto del Codice.

1.3. Rispetto delle leggi e dei regolamenti

GSK ispira la propria azione ai principi di **legalità e legittimità**, al rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti in tutti i Paesi nei quali svolge la propria attività produttiva e/o commerciale. Parimenti, assicura il rispetto dei regolamenti aziendali e del presente Codice.

1.4. Rispetto delle Persone

GSK riconosce e promuove il valore e la dignità delle persone, rispetta i diritti umani, valorizza le diversità, assicura pari opportunità, salvaguarda l'integrità fisica, culturale e morale di tutte le donne e gli uomini con cui si relaziona, a qualsiasi titolo.

La centralità della persona nel sistema organizzativo interno è ritenuta *il* fattore generativo di valore. Pertanto, l'Impresa:

- promuove il **dialogo** e la **partecipazione attiva** di ogni eventuale dipendente o collaboratore;
- sostiene la valorizzazione delle **diverse professionalità**, delle **qualità** e **attitudini** del singolo;
- incentiva l'**accrescimento delle competenze** specialistiche e delle competenze organizzative e relazionali;
- favorisce la **creatività**, la **solidarietà**, la **coesione**, la **reciproca fiducia**, il **benessere** e l'**autonomia** del singolo, quali capisaldi fondamentali su cui si poggia il "capitale umano" aziendale.

All'interno dell'Azienda, tali principi si esprimono mediante la **valorizzazione dei lavoratori**.

All'esterno dell'azienda, i principi summenzionati si estrinsecano nell'attenzione rivolta ai bisogni e alle richieste dei clienti, nella **trasparenza** della comunicazione, nelle attività di **formazione e divulgazione**, nonché nella **buona fede e correttezza** che ispirano la negoziazione con fornitori, rivenditori e altri *partner* commerciali.



1.5. Rispetto dell'Ambiente: modello di business circolare

GSK è consapevole dell'importanza dell'ambiente quale risorsa comune e bene primario da salvaguardare. Per questa ragione ha **improntato il proprio modello di business in ottica di economia circolare**, utilizzando principalmente materiali di giacenza, nonché gestendo in maniera ottimale gli scarti pre-consumo. A beneficio della collettività e delle generazioni future e in un'ottica di sviluppo sostenibile, l'Impresa si impegna altresì a **promuovere comportamenti eco-responsabili**. In questo senso, GSK è attiva nella **sensibilizzazione e formazione** di dipendenti, collaboratori, fornitori, *retailer* e clienti finali, al fine di accrescere la consapevolezza generale circa gli impatti ambientali connessi alle attività produttive e di vendita nel settore fashion.



1.6. Miglioramento delle performances ambientali lungo tutto il ciclo di vita del prodotto

La Società mira ad un miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali e gestisce le proprie attività rispettando rigorosamente la normativa nazionale e internazionale, eliminando o riducendo al minimo i rischi ambientali – anche sfruttando il progresso tecnico.

GSK seleziona materie prime di alta qualità e ridotto impatto ambientale, anche dal punto di vista chimico. Le creazioni sono realizzate prevalentemente con **filati di giacenza o rigenerati**, oppure con **materiali eco-compatibili**, quali: cotone rigenerato, lana shetland, merinos, mohair, alpaca.

Tutti i capi vengono ideati e progettati in base alla selezione dei materiali disponibili in un **numero limitato** di esemplari, anche in ottica di **riduzione delle giacenze**.

Inoltre, il brand non opera secondo la logica delle collezioni stagionali, bensì realizza serie di **mono-prodotto** presentati tutto l'anno con riassortimenti mensili, al fine di **evitare eccedenze o sovrapproduzione**.

La **filiera produttiva** di GSK è, tendenzialmente, radicata nella provincia di Ancona e nella regione Marche, assicurando un minor impatto per quanto riguarda i trasporti.

In conformità ai principi di prevenzione e riduzione dei rifiuti, adotta misure volte a ridurre al minimo l'impatto ambientale dei propri **servizi**, della **logistica**, dei **prodotti** e del relativo **packaging**. I pacchi sono totalmente in carta (scatola, nastro adesivo, busta documenti di viaggio) e le buste in mais e compostabili.

Scarti e teli prova vengono utilizzati come packaging per le collane o come federe per cuscini. I filati che non si riescono a riutilizzare internamente vengono affidati ad una realtà che si occupa di riciclo tessile.

Al fine di allungare la vita del capo a seguito dell'acquisto, GSK fornisce accurate informazioni riguardanti la cura dei prodotti, oltre a somministrare e promuovere servizi di **riparazione**.

1.7. Sostegno alla comunità

GSK è fortemente impegnata nel **sostenere lo sviluppo sociale, culturale, ambientale ed economico** della comunità locale, regionale e nazionale in cui opera.

L'impresa sostiene attivamente **piccole attività**, attive a livello locale, che perseguono **finalità socio-culturali**, mediante sponsorizzazioni, donazioni, elargizioni in denaro, devoluzione di percentuali sul prezzo di vendita dei prodotti, marketing e pubblicità.

Sostiene altresì i progetti di **Banca ETICA**, presso la quale ha acceso un conto e ha acquistato quote azionistiche.

GSK supporta attivamente il volontariato e le altre forme di impegno sociale ed è attivamente impegnata mediante la CEO nella **promozione turistica del territorio marchigiano**.

1.8. Tradizione e heritage

L'impresa è impegnata nella valorizzazione della tradizione e dell'*heritage* e impiega **artigiani locali** per la produzione dei propri capi, sia direttamente che mediante i propri fornitori. Utilizza, inoltre, **tecniche di produzione tradizionali e artigianali, coniugate con le moderne tecnologie**, per realizzare prodotti all'avanguardia, pur nel solco della tradizione e del *savoir-faire* marchigiano.

All'interno di ciascun capo è altresì inserita l'etichetta "**MADE IN LE MARCHE WITH PRIDE**", a sostegno della filiera corta locale.

Oltre alle attività produttive, la Società è attiva nell'attuazione di **collaborazioni con piccoli artigiani** accomunati da una base valoriale affine, per creazione di collezioni e/o prodotti *ad hoc*. Tali relazioni professionali si fondano su un coinvolgimento alla pari e sulla condivisione di una *vision* comune.

Al fine di assicurare un prezzo accessibile per l'utente finale e un maggior controllo della produzione, gli articoli sono offerti in vendita in maniera diretta sui canali delle imprese artigianali partner.



1.9. Divulgazione responsabilità d'impresa e strategie di pricing

I prodotti di GSK sono concepiti non solo come capi d'abbigliamento, bensì come un vero *lifestyle* promotore di senso critico, valori etici, culturali e sociali. In tale ottica, l'impresa mira ad arrivare a una **platea quanto più ampia possibile**, educandola ai valori della sostenibilità e dell'artigianalità.

La strategia di *pricing* è ispirata alla medesima logica: mediante l'applicazione di ricarichi minimi, GSK intende avvicinare i prodotti artigianali di qualità a un pubblico ampio, venendo incontro anche alle esigenze di chi dispone di *budget* inferiori.

1.10. Sostegno a ONG ed enti no profit

La Società è attivamente impegnata per cause di interesse generale e si adopera per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, senza scopo di lucro.

Inoltre, GSK sostiene attivamente enti no-profit nazionali e internazionali con una *mission* affine a quella societaria, tra cui si annoverano:

- rén collective
- Trama Plaza
- SFASHIONET/ WEAVE MAGAZINE
- ActionAid Italia
- Pangea Onlus
- Casa Arcobaleno Milano

Tale supporto si estrinseca in attività di *cause-related marketing*, tra cui elargizione di quote in denaro mediante sponsorizzazioni, donazioni, acquisto di beni o pagine pubblicitarie, devoluzione di parte del ricavato della vendita dei propri prodotti, nella promozione di attività ed eventi, nonché nell'adesione e contributo a progetti istituzionali, *webinar*, eventi di divulgazione e formazione.



1.1.1. Tutela della libera e leale concorrenza

GSK riconosce la libera e leale concorrenza in un'economia di mercato quale fattore decisivo di crescita e costante miglioramento aziendale e ritiene che in tale contesto possa essere **ulteriormente valorizzata la qualità del proprio prodotto**.

La Società agisce nel pieno rispetto della normativa nazionale ed europea, nonché delle normative internazionali assimilabili, a tutela della concorrenza e del libero mercato.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse della Società può giustificare una condotta non conforme ai principi della concorrenza leale.

1.1.2. Imparzialità, conflitto di interessi ed indipendenza

Onestà, correttezza, indipendenza e imparzialità sono principi fondamentali cui GSK si ispira, in conformità dei quali conduce la propria attività e basa la propria reputazione.

In tale prospettiva, nella gestione delle attività societarie e in tutte le relative decisioni (tra le quali, a mero titolo esemplificativo: la gestione del personale e l'organizzazione del lavoro, la selezione e gestione dei fornitori, i rapporti con la collettività e le Istituzioni, ecc.), i Destinatari devono operare con imparzialità e nell'interesse aziendale, agendo con **perizia e rigore professionale**, secondo criteri di valutazione oggettivi e neutrali, non tollerando condotte corruttive e/o collusive, né favoritismi non dovuti.

Tra la Società e i Destinatari sussiste un rapporto di piena **fiducia**, nell'ambito del quale è dovere primario di tutti i soggetti utilizzare le proprie capacità lavorative e i beni dell'impresa per la realizzazione dell'interesse societario ed evitare qualsivoglia circostanza in cui possa sorgere un conflitto di interesse¹ tra le attività economiche personali e le mansioni ricoperte all'interno dell'Azienda.

I Destinatari hanno il **divieto di assoggettare la propria posizione funzionale all'interno dell'Impresa ad una logica di interesse personale, familiare o amicale o all'interesse di altre imprese**.

I Destinatari si astengono dall'adottare o influenzare direttamente o indirettamente (es. partecipando a riunioni, accedendo ad informazioni riservate) le decisioni che potrebbero coinvolgere soggetti o enti con cui possa sussistere un possibile conflitto.

I Destinatari devono astenersi da qualsiasi condotta che, per sua natura, risulti in contrasto con i propri doveri o sia comunque idonea a ledere il presupposto fiduciario del rapporto di lavoro. L'**obbligo di fedeltà** si concreta, peraltro, nel divieto di svolgere attività a favore di terzi, anche non in concorrenza con GSK.

I Destinatari si impegnano ad **informare tempestivamente la Società**, nella figura della CEO, nel caso in cui dovessero trovarsi in situazioni effettive o potenziali di conflitto di interessi, oppure ne venissero a conoscenza.

Il verificarsi di situazioni di conflitto di interessi, oltre ad essere in contrasto con i principi enunciati nel presente Codice, risulta pregiudizievole per l'immagine, la reputazione e l'integrità aziendale, nonché dannoso dal punto di vista finanziario. Le condotte poste in essere in violazione della presente disposizione saranno pertanto sanzionate.

¹ Si ritiene sussistere un **conflitto di interesse** laddove un dipendente, un collaboratore o un amministratore persegua un obiettivo diverso da quello societario, o addirittura a danno degli interessi societari o compia attività che possano, comunque, interferire con la sua capacità di assumere decisioni nell'esclusivo interesse delle Società ovvero si procuri volontariamente o tenti di procurarsi un vantaggio personale/familiare in occasione del compimento di attività svolte nell'interesse della Società, o lo procuri a terzi.



2. TUTELA DELLE RISORSE E DELLE INFORMAZIONI

2.1. Rispetto dei beni aziendali

GSK possiede od ottiene in locazione una serie di beni aziendali che sono essenziali per l'efficace, efficiente e sostenibile gestione delle proprie attività. Tale categoria include sia i **beni materiali** – quali strutture produttive, veicoli, strumenti, forniture, computer – che **immateriali** – quali immagine e reputazione aziendale, dati, informazioni, proprietà intellettuale, *software*, *hardware*.




La Società mette a disposizione di ciascun Destinatario diversi beni e attrezzature aziendali per l'espletamento dei propri compiti e confida nell'utilizzo degli stessi in maniera accurata, **evitandone usi impropri** che possano causare danni o ridurre l'efficienza, o comunque contrastino con l'interesse della Società.

Ciascun Destinatario ha, pertanto, il dovere di tutelare e utilizzare i beni fisici e immateriali dell'Impresa in maniera corretta ed esclusivamente per gli scopi preposti, adottando le opportune cautele per **salvaguardare le risorse aziendali** da qualsiasi forma (anche tentata) di furti, smarrimenti, danneggiamenti, abusi o usi non autorizzati, intrusioni, sabotaggi, o distruzione, compresi usi illegali o altri usi considerati inadeguati sotto qualunque profilo.

2.2. Tutela della proprietà intellettuale

GSK riconosce nella **ricerca** e nell'**innovazione** due fattori determinanti per la competitività e sostenibilità delle aziende, oltre che per il benessere sociale. In tal senso, promuove e protegge le attività di ricerca, sviluppo e innovazione e agisce nel **pieno rispetto dei diritti di proprietà intellettuale** legittimamente detenuti dalla società stessa e da terzi, nonché di leggi, regolamenti e convenzioni, anche in ambito europeo e/o internazionale, a tutela di tali diritti.

La CEO, Gaia Segattini, è titolare dei seguenti marchi registrati, che sono concessi in licenza alla società:

Marchio	Estensione territoriale	Classi di Nizza
 N. Domanda: 018178445	Unione Europea	18, 25, 35, 42
 N. Domanda: 2019000055083	Italia	18, 25, 35, 42
 N. Domanda: UK00918178445	UK	18, 25, 35, 42

I suddetti marchi, nonché le opere protette da copyright (tra cui: software, banche dati, creazioni pubblicitarie e prodotti multimediali), le strategie commerciali, i segreti industriali e le altre informazioni riservate (fra cui i piani industriali e i progetti strategici, i dati di *marketing*, di *pricing* e di vendita, i dettagli commerciali e organizzativi) costituiscono un **patrimonio di estremo valore su cui si basa la forza competitiva di GSK**.

Tutti i Destinatari sono pertanto chiamati a **tutelare il patrimonio intellettuale** della Società e ad evitare ogni violazione del patrimonio intellettuale altrui. In particolare, essi devono segnalare attivamente qualsivoglia violazione e impedire a soggetti terzi di utilizzare i marchi registrati o altri diritti di proprietà intellettuale di titolarità di GSK senza la necessaria autorizzazione e senza un debito accordo di licenza e/o segretezza.

2.3. Correttezza, affidabilità e trasparenza delle informazioni societarie

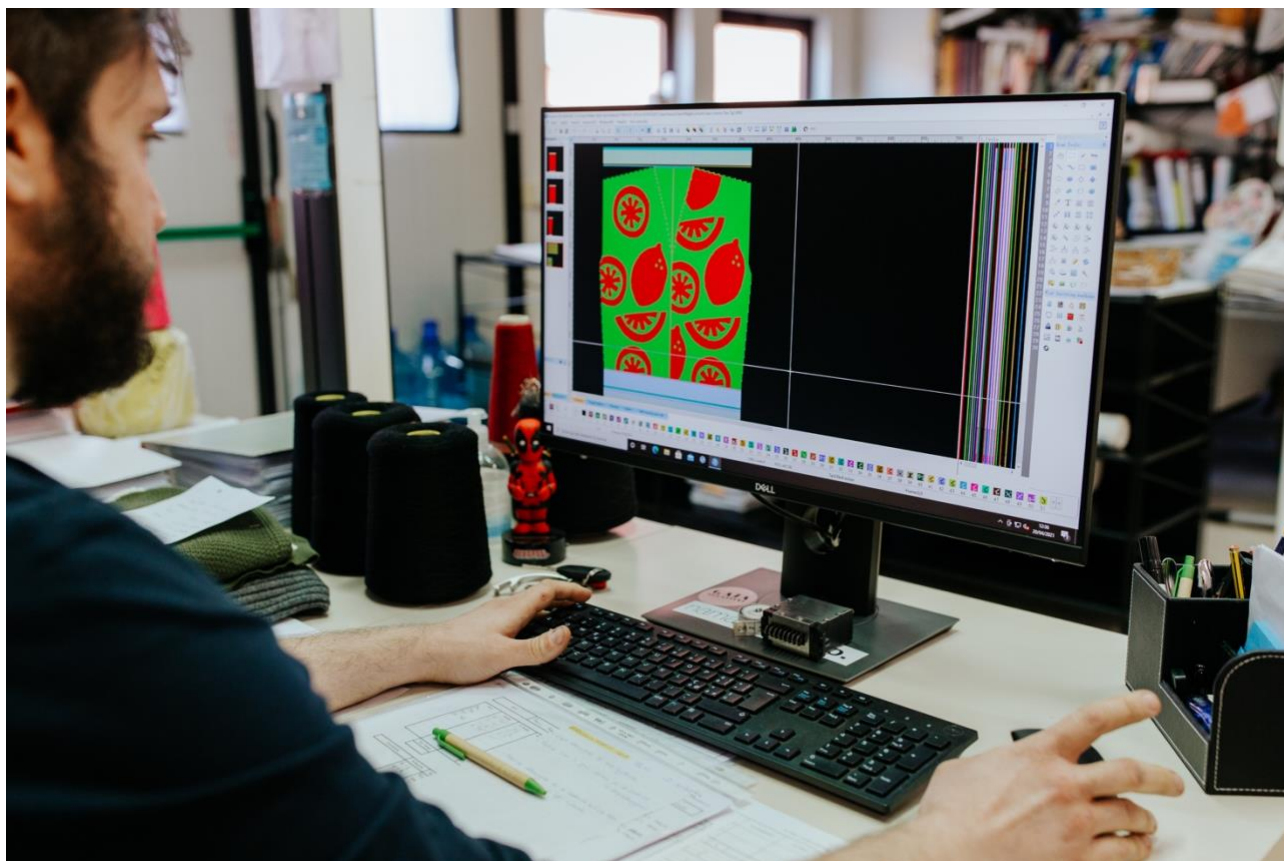
GSK ritiene che la correttezza, veridicità, chiarezza e verificabilità delle informazioni societarie e dei bilanci aziendali siano di cruciale importanza, alla luce della funzione di **verifica interna ed esterna** che la documentazione contabile assolve e in conformità con i criteri indicati dalla legge e dai principi contabili.

La Società assicura quindi che la contabilità ed il bilancio **rappresentino fedelmente la situazione patrimoniale, finanziaria e il risultato economico**.

La Società predispone processi, procedure e sistemi informativi ed informatici rigorosi, puntuali, affidabili ed efficaci. Assicura, altresì, che ogni azione, operazione o transazione sia ricostruita e rappresentata fedelmente nei sistemi amministrativi/contabili, tempestivamente e correttamente registrata, nonché debitamente autorizzata, legittima, coerente e congrua, verificabile sulla base della documentazione di supporto. A tal fine, dispone che tutta la documentazione venga **adeguatamente archiviata e ordinata** secondo criteri logici e livelli di responsabilità, onde garantire la massima trasparenza ed evitare informazioni false, fuorvianti o ingannevoli.

La Società adopera, a tutti i livelli, il **massimo impegno** nel fornire informazioni corrette e veritiere in merito alle attività, beni ed operazioni aziendali, nonché nell'agevolare i processi di controllo interni ed esterni degli organi competenti. I Destinatari sono tenuti, per quanto di loro competenza, a collaborare attivamente al corretto ed efficace funzionamento del sistema dei controlli interni.

GSK osteggia comportamenti che possano eventualmente arrecare pregiudizio alla trasparenza e tracciabilità dell'informativa di bilancio.



2.4. Corretto utilizzo degli strumenti informatici

Le risorse informatiche e telematiche e le banche dati sono uno strumento fondamentale per l'esercizio efficiente e competitivo dell'impresa, in quanto assicurano la rapidità, l'ampiezza e la correttezza dei flussi informativi ed alimentano i processi decisionali e gestionali a tutti i livelli.

Tutti i dati e le informazioni conservati nei sistemi informatici e telematici aziendali, messaggi di posta elettronica inclusi, sono di proprietà di GSK e devono essere utilizzati **esclusivamente per lo svolgimento di attività aziendali**.

La Società, consapevole dell'importanza di garantire la riservatezza dei dati, intesa anche come **protezione delle informazioni da accessi non autorizzati** ovvero **integrità dei dati stessi**, richiede a tutti i Destinatari comportamenti corretti, al fine di scongiurare qualsiasi forma, anche tentata, di indebita intrusione o danneggiamento a dati e sistemi informatici o telematici della Società o altrui e a rispettare le normative atte a prevenire o reprimere i reati informatici.

È altresì vietato l'uso di qualsiasi programma informatico o telematico sul quale siano detenuti diritti d'autore da parte di terzi e che non sia stato previamente oggetto di licenza alla società.

2.5. Segretezza, riservatezza e privacy

GSK si impegna ad assicurare la riservatezza, segretezza ed integrità delle informazioni in suo possesso e si astiene dall'utilizzare dati riservati, salvo il caso di consenso espresso e informato e, comunque, sempre nella più rigorosa osservanza della legislazione vigente in materia di Privacy e protezione dei dati. A tal fine, l'Impresa adotta **regole e procedure dirette a garantire la custodia, segretezza e la sicurezza dei dati destinati al trattamento**, nonché garantisce l'uso di sistemi ICT affidabili, sicuri e protetti.

Allo stesso modo, è fatto obbligo a tutti i Destinatari di trattare dati personali nel rispetto scrupoloso delle normative di riferimento e alle migliori prassi applicate in materia.

In forza del generale **obbligo di fedeltà** di cui all'art. 2105 c.c., i Destinatari devono, inoltre, astenersi dall'utilizzare o divulgare informazioni riservate e non di dominio pubblico, delle quali siano venuti a conoscenza in ragione del loro ufficio e/o professione. Similmente, essi sono chiamati al pieno rispetto degli **accordi di segretezza** (*non-disclosure agreements*) stipulati da GSK con i propri partner commerciali.

Nessun Destinatario può trarre vantaggi di alcun genere, diretti o indiretti, personali o patrimoniali, dall'utilizzo di informazioni riservate o confidenziali sull'Impresa, l'organizzazione e i metodi di produzione, i fornitori, i clienti, i *partner* commerciali o altre terze parti, né comunicare dette informazioni a terzi, raccomandare o indurre terzi all'utilizzo delle stesse.

Sulle **informazioni riservate** (quali processi di lavorazione, tecniche di vendita, liste clienti, prezziari che, seppur non coperte da segreto, costituiscono nozioni capaci di connotare il ciclo produttivo, la qualità ed il prodotto, quindi, per loro natura costituenti elemento caratterizzante e vitale per l'azienda) deve essere mantenuto il più completo riserbo da parte di tutti i Destinatari (indipendentemente dal tipo di collaborazione), eccetto nei casi in cui la divulgazione di tali informazioni sia autorizzata o imposta dalla legge.

L'eventuale comunicazione a terzi di qualsivoglia informazione deve avvenire esclusivamente da parte di soggetti autorizzati e, in ogni caso, in conformità alle disposizioni aziendali e agli accordi di segretezza in essere.

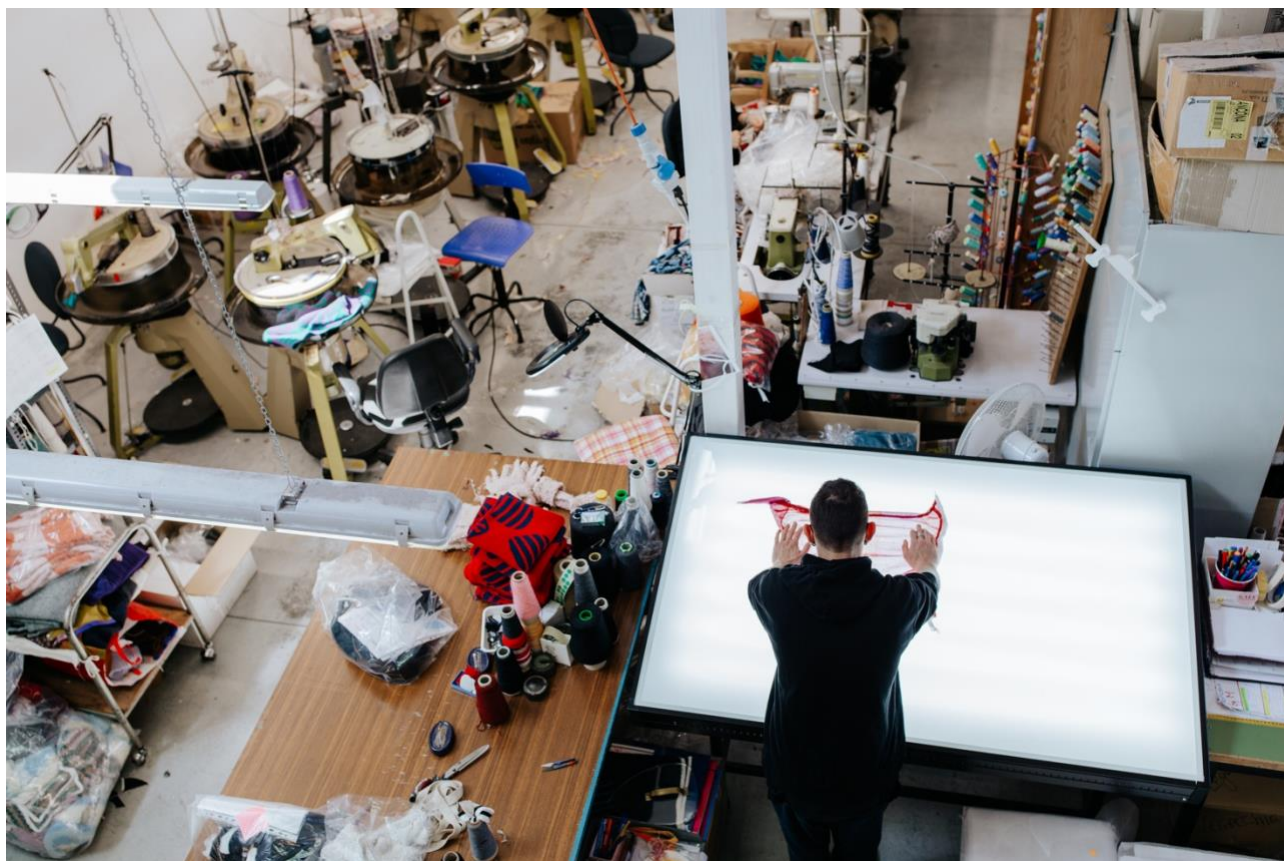
2.6. Prevenzione di riciclaggio e ricettazione

GSK svolge la propria attività ispirandosi ai principi di correttezza e trasparenza, contrastando e reprimendo ogni forma di economia illegale. L'Impresa rispetta scrupolosamente la normativa nazionale e internazionale volta a prevenire fenomeni di riciclaggio, auto-riciclaggio, ricettazione e finanziamento di attività criminose e/o del terrorismo.

A tal fine, i Destinatari non dovranno, in alcun modo e in alcuna circostanza, essere implicati o coinvolti in operazioni idonee, anche potenzialmente, a favorire fenomeni di *money laundering* e/o riciclaggio di proventi da attività criminali ed illecite. In particolare, essi sono chiamati a:

- **verificare accuratamente le informazioni disponibili sulle controparti** – specie se occasionali –, vagliare la loro identità, integrità e reputazione, al fine di appurare la legittimità della loro attività;
- **evitare di intraprendere o mantenere rapporti commerciali o finanziari** nei casi in cui vi sia il ragionevole dubbio che le controparti possano porre in essere condotte che configurino i reati di cui al precedente paragrafo;
- **segnalare** immediatamente situazioni anche solo potenzialmente anomale di cui siano a conoscenza, al fine di agevolare la prevenzione e il contrasto dei reati summenzionati;
- effettuare e accettare **pagamenti in contanti solo nei limiti e per gli importi consentiti dalla legge**; in ogni caso, limitare il più possibile l'utilizzo del denaro contante o altro strumento finanziario al portatore, per assicurare la tracciabilità dei pagamenti;
- non utilizzare conti correnti o libretti di risparmio in forma anonima o con intestazione fittizia;
- assicurare la **massima collaborazione con le autorità competenti** nella prevenzione, contrasto e repressione dei fenomeni concernenti la contraffazione e la falsificazione di banconote, monete e qualsiasi altro mezzo di pagamento.

Nella gestione dei flussi finanziari è **vietato tollerare irregolarità** che, secondo la normale diligenza professionale, diano adito a sospetti sulla legalità e regolare provenienza del denaro ricevuto.



3. CRITERI DI CONDOTTA

3.1 RESPONSABILITÀ VERSO I COLLABORATORI

3.1.1. Non discriminazione

GSK riconosce e preserva la centralità della persona, rispettando e valorizzando i diritti di ogni eventuale dipendente o collaboratore. In tal senso, si impegna a garantire un **ambiente di lavoro sicuro, sano, equo, produttivo, non discriminatorio**, nel quale ognuno venga valutato secondo il proprio personale contributo, in un clima coeso e fondato sulla **reciproca fiducia**.

GSK pone in essere ogni azione atta a **prevenire qualsiasi forma di discriminazione, intimidazione, minaccia, molestia e abuso (psicologico, fisico e sessuale)** di ogni eventuale dipendente o collaboratore.

Non sono in alcun modo tollerati trattamenti denigratori o molesti, in forma sia fisica che verbale.

3.1.2. Pari opportunità e valorizzazione delle risorse umane

GSK garantisce **pari opportunità** a tutti gli eventuali dipendenti e collaboratori, senza alcuna discriminazione motivata da origine etnica, colore della pelle, genere, orientamento sessuale, religione, nazionalità, età, opinione politica, affiliazione sindacale, stato civile, diversa abilità fisica o mentale o qualsiasi altro stato o caratteristica personale.

Le politiche di reclutamento, selezione, sviluppo e retribuzione dell'Impresa si basano sul riconoscimento del **merito**, sono tese alla promozione e valorizzazione delle attitudini e motivazioni, delle qualità personali, della libertà, autonomia e creatività individuale, delle abilità e competenze dei singoli.

La Società ripugna il lavoro irregolare, minorile o di "lavoro nero". Non è parimenti tollerata alcuna azione di sfruttamento o lavoro forzato, e/o l'utilizzo di lavoro derivante da traffici di immigrazione.

L'Impresa punta all'**accrescimento delle competenze**, promuovendo la partecipazione a corsi di formazione del proprio personale, nonché all'apprendimento *on the job*.

L'ambiente di lavoro è improntato alla **collaborazione reciproca** e a favorire lo spirito di squadra, al fine di alimentare il senso di reciproca e proficua interdipendenza nella creazione di valore.

3.1.3. Inclusione e diversità

La Società riconosce le diversità di ciascun lavoratore come un fattore di successo e ne valorizza costantemente le esperienze, le capacità e le qualità. GSK ritiene che l'unicità sia un vantaggio strategico, in quanto foriero di **arricchimento e apertura culturale**, e favorisce un ambiente di lavoro inclusivo, orientato alla collaborazione e allo spirito di appartenenza. In tal senso, **incoraggia ogni persona ad esprimersi liberamente** per poter realizzare il proprio potenziale e aumentare la propria motivazione.

GSK ha, in particolare, a cuore la condizione delle **donne lavoratrici** e mira a garantirne la più ampia ed effettiva partecipazione, rimuovendo gli ostacoli che ne impediscono il pieno inserimento nel mercato del lavoro.

Rispettosa della storia e dell'identità culturale delle proprie maestranze, sostiene inoltre la forza generativa dei **giovani** e coniuga nella sua attività produttiva tradizione ed innovazione, creatività e tecnologia, passato e presente, preservando **l'eredità intergenerazionale**.

3.1.4. Equa retribuzione

GSK rispetta tutte le leggi e i regolamenti relativi a retribuzioni e benefici obbligatori. I collaboratori sono retribuiti in modo equo e tempestivo, sulla base di parametri pre-determinati e congiuntamente stabiliti.

3.1.5. Conciliazione lavoro-vita privata

GSK è conscia delle ricadute positive derivanti da un giusto equilibrio tra lavoro retribuito e vita privata e familiare, in termini di soddisfazione personale e professionale – sia per gli uomini che per le donne – e, conseguentemente, anche di produttività aziendale.

Promuove, pertanto, politiche e strumenti di *work-life balance*, con particolare attenzione nei riguardi di uomini e donne con responsabilità di accudimento o cura, oppure impegnati in percorsi di studio, al fine di consentire loro di conciliare carriera e vita privata.



3.1.6. Libertà di associazione sindacale e diritto alla contrattazione collettiva

GSK riconosce e rispetta il diritto di ogni eventuale dipendente a **organizzarsi o aderire a un'organizzazione sindacale** e di negoziare collettivamente accordi in modo lecito senza subire interferenze, sanzioni, ritorsioni, discriminazione o molestie.

Con lo scopo di tutelare i diritti dei lavoratori, la Società si impegna a favorire buoni e continuativi rapporti con le organizzazioni sindacali. Essa non favorisce o discrimina, né direttamente né indirettamente, nessuna organizzazione sindacale.

Le relazioni con rappresentanti di organizzazioni politiche e sindacali sono riservate agli organi societari a ciò preposti.

3.1.7. Sicurezza e salute

GSK si impegna a diffondere e consolidare la cultura della sicurezza sul lavoro, accrescendo la **consapevolezza dei rischi operativi**, attuando la sorveglianza sanitaria, così come previsto dalla normativa cogente in Italia, e promuovendo comportamenti attenti e responsabili.

I Destinatari del presente Codice sono tenuti a rispettare diligentemente gli obblighi di legge, le procedure e i Regolamenti interni in materia di prevenzione dei rischi, tutela della salute, sicurezza ed igiene sui luoghi di lavoro nel rispetto di quanto previsto dal d.lgs. 81/2008 e s.m.i.

In particolare, è vietata qualsiasi forma di aggressività, sia essa fisica o verbale. È altresì proibito qualsivoglia abuso di bevande alcoliche e/o uso di sostanze stupefacenti o qualsiasi altra sostanza che possa impedire lo svolgimento del lavoro in modo efficace, esponendo sé stessi e gli altri a un rischio per la sicurezza.



3.2 RESPONSABILITÀ VERSO GLI STAKEHOLDER ESTERNI

3.2.1 Rapporti con i Clienti

La Società rispetta le norme poste a tutela del mercato e del consumatore, perseguendo il miglioramento continuo dei propri prodotti. Questi ultimi sono conformi agli standard di settore e **rispondenti alle aspettative ingenerate con i messaggi pubblicitari**.

Nei rapporti con i Clienti, i Destinatari improntano i propri comportamenti all'assoluta **onestà, trasparenza e cortesia**. Si assicura il rispetto dei più alti standard professionali, evitando qualsiasi forma di dazione o promessa di denaro o altra utilità che abbia carattere personale. In particolare, è vietata qualsiasi azione che possa essere anche solo interpretata come finalizzata ad ottenere un trattamento di favore che non sia legittimo e/o determinato dalle regole di mercato.

La Società assicura il corretto e diligente adempimento delle obbligazioni contrattuali. In un'ottica di miglioramento continuo assicura un confronto aperto e dinamico con i Clienti, prestando la **massima attenzione ai suggerimenti e ad eventuali reclami** provenienti da questi ultimi, attraverso un attento sistema di rilevazioni e registrazioni della *Customer Satisfaction*, ed assicurando tempestivamente le più idonee azioni preventive e correttive.

Tutte le informazioni apprese nell'ambito delle attività svolte da / per i Clienti sono trattate come riservate e non possono essere divulgate a terzi, né utilizzate per ottenere vantaggi, diretti o indiretti, per GSK.



3.2.2. Comunicazione con i Clienti

La CEO Gaia Segattini è attiva nella comunicazione digitale e divulgazione a tema sostenibilità da dieci anni. I suoi canali social sono in crescita e contano oltre 40.000 *followers*, una media di 1.500 *likes*, 130 commenti per post e oltre 3.000 visualizzazioni dei video. L'*Engagement Rate* è del 4% superiore rispetto alla media, comparata a profili simili.

La comunicazione di GSK con i Clienti è diretta e quotidiana e avviene tramite mail, *newsletter*, messaggi diretti sui social network (in particolare Instagram), nonché attraverso eventi formativi e informativi.

La Società si impegna a comunicare in modo **accurato, chiaro, veritiero e trasparente**, fornendo informazioni precise circa caratteristiche e composizione dei prodotti, qualità e origine dei materiali, persone coinvolte nel processo produttivo, legame con il territorio. Nella comunicazione si predilige un linguaggio semplice e comprensibile, **finalizzato non meramente alla vendita**, bensì allo **sviluppo di un consumo critico** da parte del cliente.

Il dialogo costante con i Clienti influenza, peraltro, lo studio di prodotti, colori, filati, nonché modalità e luoghi di vendita e contribuisce alla costruzione di una **"community"** consapevole e fidelizzata, in linea con i valori etici, culturali e sociali dell'Impresa.

GSK ripugna il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole, elusiva o scorretta e garantisce il mantenimento delle condizioni di pariteticità ed imparzialità nella gestione della clientela.

L'impresa assicura altresì che la comunicazione e i messaggi pubblicitari indirizzati ai Clienti siano definiti con estrema **cura e sensibilità**, affinché siano in linea con i valori aziendali, rispettino la dignità umana, non siano discriminatori, non richiama comportamenti violenti o modelli comportamentali pericolosi e non promuovano **canoni estetici** che possano indurre a comportamenti lesivi del benessere e della salute dell'individuo.

3.2.3. Rapporti con Fornitori, Rivenditori e Partner commerciali

Anche nei rapporti con i propri fornitori, rivenditori e *partner* commerciali GSK si ispira ai generali valori di correttezza, onestà, integrità, professionalità, trasparenza, legalità e imparzialità, onde creare **relazioni di fiducia e d'affari solide e durature**, nonché **collaborazioni continuative**, in un'ottica di **miglioramento reciproco**.

In linea generale, per la produzione si prediligono **fornitori radicati nella provincia di Ancona o nella regione Marche**, al fine di salvaguardare le maestranze e l'indotto locale, ridurre l'impatto del trasporto e garantire un miglior controllo sulle varie fasi del processo di manifattura.

GSK si avvale esclusivamente di fornitori, rivenditori e *partner* commerciali che operano in conformità con la normativa vigente e alle regole previste in questo Codice. I criteri di selezione si fondano *in primis* sulla **sinergia valoriale**, nonché sulla onorabilità e affidabilità della controparte, oltre che sulla valutazione dei livelli di qualità, convenienza ed economicità delle prestazioni e sull'impatto ambientale delle stesse (anche in termini logistici e di filiera corta).

L'Impresa assicura la professionalità, l'onorabilità e la legittimità dei rapporti, evitando la stipula o la prosecuzione di relazioni con fornitori, rivenditori e *partner* commerciali sospettati di appartenere e/o agevolare organizzazioni criminali o che tengano comportamenti non conformi alle norme applicabili e ai principi stabiliti nel presente Codice.

La Società non abusa del proprio potere contrattuale per imporre condizioni vessatorie o eccessivamente gravose.

Nella scelta di fornitori, rivenditori e *partner* commerciali **non sono ammesse o accettate pressioni indebite, finalizzate a favorire un soggetto a discapito di un altro e tali da minare la credibilità e la fiducia che il mercato ripone nella Società**, in merito alla trasparenza e al rigore nell'applicazione della legge e dei regolamenti interni. In nessun caso un fornitore, rivenditore o *partner* commerciale dovrà essere preferito in ragione di rapporti o vantaggi personali, diversi da quelli dell'esclusivo interesse e beneficio della Società.

L'assunzione di impegni e la gestione dei rapporti con fornitori, rivenditori e *partner* commerciali, attuali e potenziali, deve svolgersi nel rispetto delle direttive dell'Impresa in tema di conflitto di interessi e riservatezza delle informazioni.



3.2.4. Rapporti con la Concorrenza

GSK ritiene di primaria importanza che il mercato sia basato su una concorrenza corretta e leale, che premi la capacità innovativa, la qualità del prodotto, le abilità artigianali, l'esperienza e l'efficienza.

La Società agisce nel **pieno rispetto della normativa antitrust nazionale ed europea**, nonché delle normative extra-UE assimilabili, a tutela della concorrenza e del libero mercato. Inoltre, si impegna a collaborare fattivamente con le autorità preposte e a non negare, nascondere o ritardare la rivelazione di alcuna informazione richiesta nell'ambito di eventuali attività ispettive o procedure istruttorie.

Qualsiasi azione od omissione diretta ad alterare le condizioni di corretta competizione è contraria alla politica aziendale. Di conseguenza, ogni Destinatario che agisce per l'Impresa deve **astenersi dal porre in essere e/o dall'incentivare pratiche commerciali scorrette** al fine di ottenere vantaggi competitivi e comportamenti anticoncorrenziali, quali – a titolo esemplificativo:

- imitazione di prodotti altrui o azioni comunque idonee ad ingenerare confusione con l'attività del concorrente;
- diffusione di notizie e/o apprezzamenti che determinino il discredito dell'attività di un concorrente;
- affermazioni esagerate e iperboliche relative ai propri prodotti, privi di una evidente base oggettiva;
- violazione consapevole dei diritti di proprietà intellettuale di terzi;
- appropriazione dei pregi dei prodotti o dell'impresa altrui.

GSK **non sottoscrive accordi o intese** con concorrenti o controparti volti a porre in essere comportamenti anticoncorrenziali, tra i quali la fissazione dei prezzi o la suddivisione di clienti, fornitori o mercati.

Laddove i Destinatari vengano a conoscenza di potenziali violazioni della normativa *antitrust* poste in essere dalla Società o dai suoi concorrenti, sono tenuti a informare tempestivamente la CEO.

3.2.6. Rapporti con l'Autorità Giudiziaria

GSK impronta i propri rapporti con l'Autorità Giudiziaria ai principi di **correttezza, completezza e veridicità**. Si impegna, altresì, all'attenta osservanza delle regole dettate dalle Autorità di Vigilanza per il rispetto della normativa vigente.

La gestione di rapporti con l'Autorità Giudiziaria e le altre istituzioni sono riservati esclusivamente alle funzioni aziendali a ciò preposte e autorizzate, in base alle correnti deleghe e procure conferite.

L'Impresa risponde in modo corretto e collaborativo alle legittime richieste e agli ordini dell'Autorità Giudiziaria, emessi nel corso di procedimenti giuridici, indagini o ispezioni da essa disposti.

Nelle relazioni con le Autorità è fatto **divieto di tenere comportamenti reticenti od omissivi; esibire documenti falsi, fornire dati mendaci, dichiarazioni alterate e falsificate o tenere un comportamento ingannevole**. Non è consentito nascondere o distruggere informazioni correlate a un'inchiesta, sia che si tratti di procedimenti in corso, che di procedimenti che potrebbero presumibilmente iniziare.

È fatto divieto di esercitare pressioni, di qualsiasi natura, sulla persona chiamata a rendere dichiarazioni davanti all'Autorità Giudiziaria, al fine di indurla a rendere o non rendere testimonianze mendaci.

3.2.7. Rapporti con enti di carattere associativo

GSK promuove la **cittadinanza** e la **partecipazione attiva**, contribuisce al benessere della comunità locale, regionale e nazionale in cui opera, diffonde l'interesse per il bene pubblico attraverso il dialogo con le associazioni politiche, culturali e sociali.

Nei rapporti con le Associazioni portatrici di interessi, l'Impresa favorisce e sostiene **iniziative sociali, umanitarie, turistiche e culturali**, anche per il tramite di erogazione di contributi a favore di fondazioni, istituzioni, organizzazioni o enti non profit dediti allo svolgimento di attività sociali, culturali e, più in generale, orientati al miglioramento delle condizioni di vita e alla diffusione di una cultura della solidarietà.

GSK sostiene attivamente le iniziative di preservazione e valorizzazione del **patrimonio artistico e culturale** ed è fortemente impegnata nella **promozione turistica** della regione Marche.

In quest'ambito, l'Impresa **valuta con attenzione quali iniziative sostenere**, sulla base di criteri di affidabilità, conformità ai valori e alle politiche aziendali, prestando attenzione ad evitare possibili situazioni di conflitto di interessi personali o aziendali. Le suddette forme di cooperazione - di tipo strettamente istituzionale - sono possibili qualora la finalità sia riconducibile alla *mission* aziendale o sia riferibile a progetti di interesse pubblico, l'allocazione delle risorse sia chiara e documentabile e vi sia un'espressa autorizzazione da parte delle cariche aziendali a ciò preposte.

Laddove si pongano in essere attività di **sponsorizzazione**, le medesime devono essere realizzate previa definizione di appositi accordi e verifica dell'onorabilità del soggetto beneficiario e dell'evento/iniziativa promossa, evitando di elargire sponsorizzazioni a controparti di cui sia anche solo sospettata l'appartenenza ad organizzazioni criminali o la commissione di reati in materia di riciclaggio, nel rispetto delle disposizioni di legge vigenti.

In nessun caso è permesso promettere o versare somme, promettere o concedere beni in natura o altri benefici a titolo personale ad enti di qualunque tipo per promuovere o favorire interessi della Società.

3.2.8. Rapporti con gli organi di informazione e i Media

L'attività di comunicazione di GSK verso l'esterno è improntata ai principi di veridicità, correttezza, trasparenza e prudenza, nel rispetto delle leggi, dei regolamenti e del presente Codice.

La comunicazione svolge un ruolo rilevante ai fini della creazione e della valorizzazione dell'immagine pubblica della Società, nonché per la **promozione dei valori** a cui l'attività imprenditoriale si ispira. Pertanto, il sito web e i canali social dell'Impresa sono gestiti e strutturati nel rispetto del presente Codice.

I rapporti con la stampa, i mezzi di comunicazione ed informazione sono **curati esclusivamente da soggetti espressamente a ciò delegati** dalla Società.

Qualsiasi richiesta di notizie da parte della stampa o dei mezzi di comunicazione e informazione ricevuta da eventuali dipendenti o collaboratori della Società sarà comunicata ai soggetti responsabili della comunicazione verso l'esterno, prima di assumere qualsivoglia impegno o esprimere opinioni.

L'Impresa vieta:

- in via generale, la divulgazione o la promessa di divulgare informazioni inerenti all'Impresa, in assenza di specifica autorizzazione da parte delle funzioni competenti;
- la divulgazione di informazioni "sensibili" e/o notizie false o tendenziose inerenti all'Impresa, i concorrenti o altri soggetti con i quali la Società si relaziona nello svolgimento delle proprie attività;
- ogni forma di pressione volta all'acquisizione di favori da parte degli organi di comunicazione o informazione al pubblico.

La gestione dei rapporti con i Media deve svolgersi nel rispetto delle direttive dell'Impresa in tema di conflitto di interessi, tutela della proprietà intellettuale, riservatezza delle informazioni e tutela della concorrenza, come precedentemente descritti.

VOGUE

BRITAIN



FASHION BEAUTY ARTS & LIFESTYLE RUNW



3.2.9. Utilizzo dei social media² da parte dei Destinatari

GSK, consapevole che i social media rappresentano un importante strumento di comunicazione, nonché un fattore di sviluppo del business, auspica l'ottimizzazione delle opportunità derivanti da dette piattaforme e si impegna a minimizzare i rischi potenziali che possono derivare da un utilizzo improprio, incauto o inconsapevole delle stesse, ledendo al buon nome della Società.

Poiché i Destinatari del presente Codice sono sempre ambasciatori della Società, GSK:

- riconosce ai Destinatari la facoltà di utilizzare i social media a titolo personale, sui propri profili privati;
- esorta i Destinatari ad aggiungere una dichiarazione formale, come "*Le opinioni espresse sono quelle personali e non quelle di GSK*" e condividere solo messaggi od opinioni che non si prestino a ripercussioni negative sull'Impresa. In particolare, le opinioni espresse e le attività effettuate online devono essere di buon gusto, in alcun modo discriminatorie, **conformi ai valori della Società**, rispettose della privacy e dei diritti di proprietà intellettuale di clienti, colleghi, collaboratori esterni o partner commerciali, *competitors*;
- fa espresso divieto di discutere di argomenti che riguardano informazioni riservate dell'Impresa, nonché di pubblicare o diffondere documenti, foto, video, immagini ed ogni altro materiale di proprietà dell'Impresa o riferibile all'attività aziendale;
- invita a segnalare alla CEO eventuali commenti (sia positivi che negativi) rilevati on line, che riguardino l'Impresa, le sue persone o le sue attività;
- si riserva la facoltà di ritenere i propri dipendenti responsabili degli eventuali danni economici o reputazionali derivanti da un uso dei social media improprio, contrario al presente Codice o alle regole aziendali, sia all'interno che al di fuori dell'orario di lavoro.



² Con il termine social media si fa riferimento l'uso di tecnologie basate su dispositivi mobili e web che permettono di trasformare la comunicazione in un dialogo interattivo, realizzando comunità sul web. Tra queste si annoverano siti di social networking, piattaforme di condivisione di video, forum e blog quali: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, Wikipedia, WhatsApp, Yelp, Google, Baidu, Myspace, Reddit, Flickr, Snapchat, Strava, blog personali, ecc.

4. MODALITA' DI ATTUAZIONE

4.1. Diffusione del Codice

GSK si impegna a garantire la **massima diffusione e conoscenza** del presente Codice, richiedendone il rispetto, attraverso:

- pubblicazione sul **sito internet aziendale**;
- attività di sensibilizzazione mediante i **canali Social**;
- inserimento **hyperlink** in calce ad ogni **mail aziendale**;
- azioni di **formazione** iniziale - al momento della sua implementazione - e di formazione **continua** sui suoi contenuti ed iniziative a supporto definite dal Codice, impartita dalle figure apicali ai gruppi di lavoro;
- azioni di **diffusione e sensibilizzazione costanti** in occasione di incontri, convegni, riunioni, etc.;
- esposizione in **bacheche** accessibili a tutto il personale e i visitatori aziendali in tutti i luoghi aziendali.

Tutti i Destinatari sono tenuti a conoscere il presente Codice, condividerne i principi e darne attuazione, contribuendo, per quanto di propria spettanza, alla sua osservanza, promozione e diffusione.

4.2. Violazioni e Sistema Sanzionatorio

L'osservanza delle norme contenute nel Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali cui sono tenuti tutti i Destinatari.

La violazione delle disposizioni del presente documento compromette il rapporto fiduciario tra la Società ed i Destinatari, costituendo **inadempimento delle obbligazioni contrattuali** derivanti dal rapporto di lavoro dipendente, di collaborazione professionale, di fornitura, ecc., con ogni conseguente effetto di legge.

In caso di violazione di quanto stabilito dal presente Codice, verranno applicati - a seconda dei casi - provvedimenti adeguati e proporzionati, nei limiti di quanto previsto dalla normativa vigente.

Eventuali violazioni potranno altresì **legittimare la richiesta di risarcimento dei danni** dalle stesse derivanti.

È compito del Consiglio di Amministrazione assicurare che i principi del Codice siano rispettati.



4.3. Modalità di segnalazione

Tutti i Destinatari, nel caso in cui vengano a conoscenza di presunte violazioni del presente Codice o di comportamenti non conformi alle regole di condotta adottate, devono riferire senza indugio al **Consiglio di Amministrazione**, che **effettuerà le debite verifiche e valutazioni per assumere provvedimenti adeguati**.

L'Impresa si impegna a tutelare il segnalante da qualsiasi forma di ritorsione o discriminazione, assicurando la riservatezza, fatta eccezione per gli obblighi di legge.

Tutte le segnalazioni ricevute saranno oggetto di indagini, che saranno condotte, a seconda dei casi, anche con l'ausilio di personale qualificato o da esperti delle materie in oggetto; questi ultimi devono seguire protocolli e procedure che garantiscono l'integrità delle stesse e tutelano l'Impresa in caso di conseguenti azioni legali.

Per nessuna ragione i Destinatari devono indagare in modo indipendente su violazioni note o presunte del Codice.

La Società garantisce che tutti i casi verranno gestiti fino alla definitiva soluzione e si impegna a fornire un **riscontro** in merito all'esito delle indagini a chiunque effettui una segnalazione.

In caso di accertamento di un comportamento scorretto, saranno definite azioni adeguate, indipendentemente dal livello o dalla posizione della/e persona/e coinvolte.

Le procedure di segnalazione e di verifica delle violazioni sono improntate a criteri di **riservatezza e tutela della confidenzialità**.

Le **segnalazioni o le denunce** possono essere effettuate, anche in forma anonima, rivolgendosi direttamente ai membri del Consiglio di Amministrazione.

È altresì possibile:

- **imbucare la segnalazione** nei contenitori posti accanto alle bacheche,
- scrivere al seguente **indirizzo mail**: info@gaiasegattiniknotwear.it, oppure
- spedire le proprie rimostranze **in forma cartacea** al seguente indirizzo fisico: **Gaia Segattini Knotwear Srl, Via Monte San Michele, 15, 60124 Ancona (AN)**.

Le segnalazioni possono essere effettuate in forma palese o anonima. Si rammenta che, per esigenze di praticità, la comunicazione dei propri dati faciliterebbe le procedure di contatto, al fine di reperire ulteriori dettagli e informazioni in fase d'indagine.

Tutte le informazioni fornite e l'identità della persona che ha effettuato la segnalazione saranno **condivise solo con i responsabili delle verifiche e delle indagini**.

Nessuno può essere demansionato, licenziato, sospeso, minacciato, molestato, soggetto ad intimidazioni a seguito di una segnalazione, in buona fede, di comportamenti eticamente scorretti o alla partecipazione ad un'indagine relativa all'applicazione del Codice.

Eventuali ritorsioni o trattamenti discriminatori verso chi, in buona fede, sollevi un problema riguardante una possibile violazione del Codice, effettui una segnalazione o partecipi a un'indagine saranno assoggettate a procedimenti disciplinari che potrebbero anche comportare il licenziamento.

A tutela di GSK, saranno sanzionati i mittenti di segnalazioni effettuate con dolo o colpa grave che si rivelino infondate.

4.4 Approvazione del Codice e relative modifiche

Il presente Codice è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di GSK in data 8 novembre 2021.

Eventuali modifiche e/o aggiornamenti dello stesso saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione e prontamente comunicati ai Destinatari.

GAIA
SEGATTINI
KNOTWEAR

GAIA SEGATTINI KNOTWEAR SRL
Via Monte San Michele 15, 60124 Ancona (AN) Italy
www.gaiasegattiniknotwear.it
071/7989085