

ALLEGATO B

## CODICE ETICO

Versione approvata dal Consiglio di Amministrazione in data

13/05/2021

### INDICE

INTRODUZIONE	2
AMBITO DI APPLICAZIONE	3
ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO	3
VALORI ETICI E PRINCIPI DI COMPORTAMENTO	4
<b>A. LEGALITÀ – IL RISPETTO DELLA LEGGE</b>	<b>4</b>
A.1 Concorrenza e diritto industriale	5
A.2 Commercio internazionale	5
A.3 Riciclaggio	5
<b>B. L'ONESTÀ – RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E CON LE CONTROPARTI CONTRATTUALI</b>	<b>6</b>
<b>C. LA TRASPARENZA – GESTIONE DELLA SOCIETÀ, COMUNICAZIONI E ASSETS</b>	<b>8</b>
<b>D. RESPONSABILITÀ – RAPPORTI CON I DESTINATARI E SOCIAL RESPONSABILITY</b>	<b>10</b>

## INTRODUZIONE

Take Off S.p.A. (di seguito, "**Take Off**" o la "**Società**") è operativa, tra le altre, nel settore del commercio, nell'importazione e nell'esportazione di maglierie, capi di abbigliamento, articoli di vestiario ed accessori, tessuti e prodotti tessili, articoli da viaggio, articoli di profumeria e cosmesi, borse, calzature e accessori.

La Società, consapevole della complessità del settore in cui opera, connotato da una forte competitività tra gli operatori, e dei rischi connessi allo svolgimento della propria attività, ha predisposto il presente documento (di seguito, il "**Codice Etico**") al fine di definire chiaramente, sia nei confronti dei soggetti interni a Take Off sia nei confronti degli esterni, i valori etici – ed i connessi principi di comportamento – cui conformarsi nello svolgimento delle attività della Società.

Il Codice Etico, infatti, consiste in un insieme di principi e valori cui tutti i soggetti che operano all'interno, nell'interesse e/o per conto di Take Off sono chiamati a conformarsi, al fine non solo di preservare nel tempo il valore e l'integrità della Società, ma anche per prevenire eventuali danni, anche di natura reputazionale, per la Società stessa.

Il Codice Etico, inoltre, in linea con le previsioni di cui alle Linee Guida per la costruzione dei modelli di organizzazione, gestione e controllo approvate da Confindustria – cui la Società si è ispirata nella predisposizione del presente documento – è elemento essenziale nel sistema di controllo interno adottato dalla Società anche ai fini del D.Lgs. 231/2001 (in materia di responsabilità amministrativa dipendente da reato delle persone giuridiche).

In tal senso, infatti, i principi ed i valori di cui al Codice Etico, i divieti previsti per alcune condotte esplicitate nello stesso (e indipendentemente da quanto previsto a livello normativo), la previsione di sanzioni disciplinari da applicarsi proporzionalmente alla gravità delle eventuali infrazioni commesse, sono, *inter alia*, strumentali ad evitare condotte rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001. Il Codice Etico, inoltre, è d'ausilio nell'individuare situazioni ambigue e anche solo potenzialmente rischiose che possano presentarsi nel corso dello svolgimento dell'attività nonché nell'identificare relazioni e/o comportamenti che potrebbero, anche solo potenzialmente, danneggiare la Società.

La Società è impegnata nell'assicurare che il Codice Etico sia sempre aggiornato ed in linea con le variazioni del contesto economico, finanziario e commerciale della Società, con eventuali mutamenti nella struttura organizzativa o gestionale della stessa nonché in relazione ad eventuali violazioni riscontrate e all'evoluzione del dato normativo rilevante.

Il presente Codice Etico è stato approvato, nella sua prima versione, dal Consiglio di Amministrazione di Take Off in data 13/05/2021.

## AMBITO DI APPLICAZIONE

Il Codice Etico ha l'obiettivo di ispirare la condotta di tutti gli *stakeholders* della Società e, quindi, di tutti quei soggetti che, direttamente o indirettamente, entrino in relazioni con la Società, sia quali interni (a titolo esemplificativo, dipendenti e componenti degli organi sociali) sia quali esterni (a titolo esemplificativo, i fornitori).

Il Codice Etico è dunque vincolante per i dipendenti e i collaboratori di Take Off, i membri degli organi amministrativi e di controllo (di seguito, i "**Destinatari**"), nonché per qualsiasi altro soggetto che agisce in nome e/o per conto e/o nell'interesse della Società.

Talune parti del presente Codice Etico, infatti, sono vincolanti anche nei confronti di soggetti esterni (a titolo esemplificativo, i fornitori di Take Off) nella misura in cui gli stessi operino in nome e/o per conto e/o nell'interesse di Take Off. A tal fine, la Società si impegna a richiedere a detti terzi il rispetto dei valori e dei principi di cui al Codice Etico loro applicabili mediante la negoziazione di apposite clausole contrattuali che prevedano, nei casi più gravi, la facoltà per la Società di risolvere il contratto, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1456 cod. civ..

## ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO

Al fine di garantire l'attuazione del Codice Etico, la Società provvede non solo alla massima diffusione dello stesso, sia all'interno che all'esterno della Società (anche mediante pubblicazione sul sito *web* della Società), ma anche alla predisposizione di idonei strumenti esplicativi dello stesso, utili a garantire la conoscenza e la sensibilizzazione con riferimento ai contenuti del Codice Etico (anche mediante apposite sessioni di *training* ai Destinatari).

Inoltre, nell'ambito del complessivo sistema di controlli interni adottato dalla Società (e comprensivo del Modello di organizzazione, gestione e controllo di cui al D.Lgs. 231/2001), la Società ha previsto:

- a) lo svolgimento di verifiche periodiche volte a monitorare il grado di osservanza delle disposizioni del Codice Etico;
- b) l'adozione, in caso di accertate violazioni delle disposizioni di cui al Codice Etico, di idonee misure sanzionatorie, proporzionate alla violazione contestata, nonché la tempestiva ed efficace applicazione delle stesse, sia nei confronti dei Destinatari (tramite attivazione del sistema disciplinare), sia nei confronti di eventuali terzi (tramite attivazione delle apposite clausole contrattuali);
- c) la predisposizione di appositi canali per denunciare le violazioni delle disposizioni del Codice Etico idonei a tutelare la riservatezza dell'identità del segnalante nonché la previsione di sanzioni per eventuali atti o comportamenti ritorsivi e/o discriminatori nei confronti del segnalante per motivi collegati, direttamente o indirettamente, alla segnalazione.

La Società affida alla funzione HR il compito di fornire ai Destinatari ogni eventuale chiarimento richiesto in merito alle disposizioni di cui al Codice Etico ed alla loro applicazione.

## VALORI ETICI E PRINCIPI DI COMPORTAMENTO

I valori etici cui la Società intende conformare tutte le proprie attività sono generalmente riconosciuti dalla comunità come validi presupposti per ogni comportamento. La Società ha adottato il Codice Etico proprio al fine di fare propri – formalmente e sostanzialmente – detti valori, che applica, anche tramite i connessi principi di comportamento, nell'esercizio delle proprie attività.

### A. LEGALITÀ – Il rispetto della legge

La Società adotta, quale valore irrinunciabile e imprescindibile, quello della legalità, ossia dell'agire rispettando leggi e regolamenti vigenti nel mercato in cui opera. Il mancato rispetto di tale valore non è in alcun modo e in nessun caso giustificato.

Conformarsi al valore della legalità – sia nei rapporti con le Autorità Pubbliche e con i loro funzionari, sia nei confronti delle imprese private e della collettività in generale, ivi inclusi i concorrenti della Società – è un obbligo per tutti i Destinatari nonché per i terzi che agiscono in nome, per conto e/o nell'interesse della Società. Take Off, infatti, non intende iniziare e/o proseguire alcun tipo di rapporto con soggetti che non intendano conformarsi a tale valore.

In tale contesto, dunque, i Destinatari nonché i terzi che agiscono in nome, per conto e/o nell'interesse della Società sono chiamati a conformare la propria condotta alle leggi di qualsiasi livello (nazionale, regionale e locale) nonché ad ogni regolamento e/o atto di natura amministrativa. Inoltre, agli stessi è vietato, sempre e in ogni circostanza, perseguire scopi illeciti, tenere comportamenti illegali, ricorrere a mezzi illegittimi e/o fraudolenti, adoperare pratiche abusive, collusive o elusive di norme.

La Società si adopera per predisporre e attuare un adeguato programma di formazione e sensibilizzazione periodica dei Destinatari, anche alla luce delle complessità in cui gli stessi potrebbero incorrere nella conoscenza e nella comprensione delle normative vigenti e connesse al corretto svolgimento delle proprie attività.

Al fine di meglio specificare, in concreto, la portata del valore della legalità, vengono svolte qui di seguito alcune esemplificazioni, in uno con l'indicazione di specifici principi di comportamento a cui i Destinatari devono attenersi.

## A.1 Concorrenza e diritto industriale

La Società impronta la propria presenza sul mercato al pieno rispetto della concorrenza e delle leggi che la regolano, ivi incluso il diritto industriale, osservando le norme ad essa applicabili.

I Destinatari, pertanto, trattano i clienti e i concorrenti in maniera corretta, evitando di utilizzare metodi ingannevoli o fuorvianti per guadagnare vantaggi competitivi e presentando i prodotti commercializzati in modo chiaro ed onesto, senza commentare e/o comparare con i prodotti dei concorrenti in modo inaccurato, non veritiero o, comunque, denigratorio. L'utilizzo di eventuali diritti industriali di terzi è sempre soggetto al preventivo consenso di questi.

In tale ottica, a titolo esemplificativo, ai Destinatari è vietato:

- a) concludere accordi con i concorrenti della Società al fine di fissare i prezzi, allocare vendite e clienti sul territorio, coordinare la partecipazione alle gare o boicottare un'altra società;
- b) fornire ai concorrenti e/o ricevere dai concorrenti, informazioni che possono incidere su una corretta concorrenza, quali informazioni sui prezzi, sul mercato, sui clienti, sulle offerte, sui prodotti e sulle capacità di vendita, sui costi e sugli incassi, nonché sulle strategie di *marketing*;
- c) ottenere informazioni rilevanti ai fini della concorrenza in maniera illegale.

## A.2 Commercio internazionale

In materia di importazioni ed esportazioni, i Destinatari:

- a) sono tenuti a conformarsi ad ogni legge applicabile all'importazione e/o all'esportazione dei prodotti;
- b) determinano, con il supporto della funzione Acquisti e Fornitori, se è necessaria un'autorizzazione per l'importazione dei prodotti, a seconda della loro classificazione e, prima di ogni accordo, si assicurano che tutte le necessarie autorizzazioni e/o licenze siano state ottenute.

## A.3 Riciclaggio

La Società si adopera per prevenire la commissione e/o l'agevolazione dei reati di riciclaggio<sup>1</sup> e autoriciclaggio<sup>2</sup>, rispettando tutte le leggi applicabili in materia.

<sup>1</sup> Ai sensi dell'art. 648 *bis* c.p., il riciclaggio consiste nel sostituire o trasferire denaro, beni o altre utilità provenienti da delitto non colposo, ovvero nel compiere in relazione ad essi altre operazioni volte ad ostacolare l'identificazione della loro provenienza delittuosa.

<sup>2</sup> Ai sensi dell'art. 648 *ter.1* c.p., l'autoriciclaggio consiste nell'impiegare, sostituire o trasferire in attività economiche, finanziarie, imprenditoriali o speculative denaro, beni o altre utilità provenienti dalla

In tale ottica, i Destinatari richiedono alle controparti contrattuali tutte le informazioni necessarie per lo svolgimento delle opportune verifiche e omettono, in ogni caso, di

intrattenere rapporti commerciali con controparti che non intendano fornire la documentazione richiesta. Inoltre, ai Destinatari è vietato:

- a) accettare pagamenti in contanti, salvo nei casi ed entro i limiti previsti dalla legge;
- b) ricevere pagamenti da parte di soggetti che non sono controparti contrattuali della Società e/o in una valuta differente da quella prevista nel contratto;
- c) ricevere pagamenti in forma diversa dal denaro.

## **B. L'ONESTÀ – Rapporti con la Pubblica Amministrazione e con le controparti contrattuali**

L'**onestà** è un valore che la Società riconosce come necessario per rafforzare la fiducia nella stessa da parte del mercato e per instaurare rapporti fondati sulla lealtà con tutti gli *stakeholders* e, soprattutto, con i propri clienti

In tale ottica, pertanto, la Società vieta ogni forma di corruzione e richiede ai Destinatari nonché ai terzi che operano in nome, per conto e/o nell'interesse della Società, di astenersi da qualsiasi pratica contraria alla legge e/o ai normali usi commerciali. In particolare, ai Destinatari è proibita:

- a) ogni attività corruttiva, ivi inclusa ogni offerta e/o ricezione di regali (tra cui rimborsi spese, eventi e viaggi) che possa avere un impatto sul processo decisionale (della Società o della controparte), a prescindere che sia da parte, e/o in favore, di soggetti pubblici o privati;
- b) ogni offerta e/o accettazione di qualsiasi oggetto, servizio, prestazione di valore per ottenere un trattamento più favorevole in relazione a qualsiasi rapporto intrattenuto dalla Società con controparte pubblica o privata.

La Società consente esclusivamente omaggi e/o doni che, tenuto conto delle circostanze specifiche, siano inclusi negli usi commerciali e, in ogni caso, siano di modico valore. In ogni caso, sono vietati omaggi e/o doni che possono essere interpretati come una ricerca di favori e, comunque, eccedenti le normali pratiche commerciali e di cortesia.

---

commissione o dal concorso in un delitto non colposo, in modo da ostacolare concretamente l'identificazione della loro provenienza delittuosa.

Sono inclusi nel divieto che precede non solo i pagamenti illeciti e/o le elargizioni di utilità offerti (o ricevuti) direttamente, ma anche i pagamenti illeciti e/o le elargizioni di utilità offerti (o ricevuti/e) tramite persone che agiscono per conto della Società (in Italia o all'estero) o comunque riconducibili alla Società e/o ai Destinatari. Pertanto, se la Società utilizza un consulente o un soggetto terzo per essere rappresentata nei rapporti con le controparti, occorrerà applicare verso detto terzo gli stessi principi che precedono.

Al fine di meglio specificare, in concreto, la portata del valore dell'onestà, vengono svolte qui di seguito alcune esemplificazioni, in uno con l'indicazione dei principi di comportamento a cui i Destinatari devono attenersi:

- a) è consentito offrire o ricevere regali di valore meramente nominale, se è uso del mercato;
- b) è consentito offrire o ricevere regali di valore modesto, se è presente il logo della Società (e/o, in caso di ricezione, della controparte contrattuale, del *partner* commerciale e del fornitore);
- c) è consentito pranzare o cenare, come pure partecipare ad eventi pubblici, con controparti, *partner* commerciali e fornitori, a condizione che ciò avvenga in maniera occasionale, insieme a loro, e i costi siano in linea con gli usi del mercato;
- d) è vietato accettare (o dare) denaro o suoi equivalenti (*gift-card*), come pure organizzare eventi quali cene, in maniera segreta o frequente;
- e) è vietato rimborsare i costi dei familiari delle controparti contrattuali, *partner* commerciali e fornitori.

Inoltre, quando è in corso una qualsiasi trattativa, richiesta o rapporto con una terza parte, pubblica o privata, i Destinatari non devono cercare di influenzare impropriamente le decisioni della terza parte, comprese quelle dei funzionari che trattano o prendono decisioni per conto della Pubblica Amministrazione. Pertanto, nel corso di una trattativa, richiesta o rapporto commerciale, sono vietate (direttamente o indirettamente) le seguenti azioni:

- a) esaminare e/o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare i dipendenti della controparte a titolo personale;
- b) offrire e/o fornire omaggi estranei ai consueti usi (ad esempio, il pagamento delle spese di viaggio);
- c) sollecitare e/o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti.

## C. LA TRASPARENZA – Gestione della Società, comunicazioni e assets

Il valore della **trasparenza** riveste un ruolo preminente nei rapporti con gli *stakeholders* della Società. In tale ottica, la Società agisce e comunica con gli *stakeholders* in ossequio a tale valore in modo da incrementare l'integrità della Società stessa e la fiducia nei suoi confronti.

Il valore della trasparenza comporta, da un lato, che la gestione della Società sia improntata a principi di chiarezza, legittimità, coerenza, congruità e verificabilità, mentre, dall'altro lato, che la comunicazione verso l'esterno sia semplice, corretta, tempestiva e veritiera e - se di natura pubblica - facilmente accessibile a tutti.

La verificabilità implica che le operazioni della Società devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e

svolgimento. Per tale ragione, è necessario un supporto documentale per ogni operazione, idoneo a permettere i controlli necessari ad attestare le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuare chi ha autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione stessa.

La Società, poi, raccomanda ai Destinatari, nelle loro comunicazioni esterne, di tenere una condotta corretta, che non ingeneri nei terzi promesse e/o affidamenti rispetto a prospettive di affari o lavoro con la Società. In ogni caso, è vietato rilasciare informazioni e/o assumere impegni per la Società senza una specifica procura e/o autorizzazione.

In tale contesto, inoltre, la Società riconosce l'importanza che tutti i soggetti posti a capo della stessa siano in grado ed intendano, in ogni circostanza, guidare e governare l'azienda in modo equilibrato e proficuo. Ciascuno all'interno della Società – e soprattutto i vertici aziendali – è chiamato a svolgere le proprie funzioni fornendo e pretendendo sempre *standard* di qualità e responsabilità elevati. L'attuazione di questo principio include, tra le altre:

- a) offrire e pretendere sempre, in ogni contesto, servizi di qualità anche in ottica di valorizzazione della Società nel tempo;
- b) impegnarsi nel diffondere principi chiari per l'assunzione delle decisioni all'interno della Società, anche contemperando i rischi esistenti, sia individuali che generali;
- c) attivarsi, in relazione alle competenze e alle funzioni di ognuno, al fine di migliorare nel tempo il posizionamento della Società all'interno del proprio mercato di riferimento nonché, se del caso, in ulteriori e più ampi scenari, nel rispetto di tutti i principi etici e procedurali previsti dalla Società stessa.

Trasparenza, inoltre, significa che i Destinatari devono agire nel migliore interesse della Società, evitando ogni eventuale e anche solo potenziale conflitto di interessi. Il conflitto di interessi ha un effetto diretto sul Destinatario che ne è coinvolto, limitandone e/o influenzandone la libertà decisionale. In particolare, il conflitto tra l'interesse personale e



quello della Società si manifesta quando una condotta assunta in ambito lavorativo può generare un vantaggio per se stessi, i propri familiari, amici o conoscenti, a discapito dell'interesse della Società.

A titolo esemplificativo, conflitti di interessi possono sorgere:

- a) nel caso di relazioni personali, interne o esterne alla Società, come nel caso in cui amici e/o familiari collaborino con i fornitori della Società, e ciò possa influenzare la decisione da assumere nel migliore interesse della Società;
- b) ferma la libertà di investimento di ogni Destinatario, nel caso di interessi economici in controparti contrattuali della Società;
- c) nel caso in cui il Destinatario abbia una seconda occupazione, ove la stessa possa pregiudicare il corretto svolgimento delle proprie attività presso la Società;
- d) nel caso si approfitti personalmente, direttamente e/o indirettamente, di opportunità di *business* di cui si viene a conoscenza durante lo svolgimento delle proprie attività per la Società.

I Destinatari:

- a) in caso di conflitto di interessi, devono astenersi dal proseguire l'attività e darne immediatamente informativa all'Amministratore Delegato (o, in caso di conflitto inerente a detto Amministratore Delegato, al Consiglio di Amministrazione);
- b) devono segnalare i casi di familiari impiegati presso Autorità Pubbliche nonché presso fornitori, clienti o concorrenti della Società, quando la loro attività o funzione possa avere un riflesso sulla Società e sulle sue attività;
- c) ove abbiano dubbi in merito alla sussistenza di un'ipotesi di conflitto di interessi, devono rivolgersi all'Amministratore Delegato per chiarire i termini della situazione e per le necessarie autorizzazioni.

Trasparenza, infine, significa agire in maniera leale verso la Società, tutelandone gli *assets*. Il comportamento corretto e leale verso la Società, dunque, implica anche l'impegno a garantire l'integrità dei beni della Società e, soprattutto, delle informazioni della Società a cui i Destinatari hanno accesso. Per tale ragione, ogni Destinatario deve:

- a) utilizzare con scrupolo e attenzione i beni della Società che gli sono affidati, evitando ogni utilizzo improprio e/o in contrasto con l'interesse della Società;
- b) adottare le misure più opportune per prevenire furti e/o minacce ai beni lui affidati, informando tempestivamente la funzione Organizzazione in caso di eventi dannosi, anche solo potenziali;
- c) adoperarsi perché le informazioni della Società, di natura confidenziale e/o riservata (in quanto inerenti, ad esempio, a scelte di *marketing*, di *business*, clienti, fornitori, modalità di vendita, etc.) non siano divulgate all'esterno, salvo espressa autorizzazione dell'Amministratore Delegato; lo stesso principio di

- d) comportamento trova applicazione in relazione alle eventuali informazioni confidenziali e/o riservate di terzi di cui la Società è legittimamente in possesso.

I principi di comportamento di cui sopra si applicano, inoltre, agli strumenti informatici fornite dalla Società, nell'utilizzo delle quali ogni Destinatario deve:

- a) rispettare le politiche aziendali di sicurezza e non utilizzare le dotazioni informatiche della Società per fini illegali o che possano comprometterne la funzionalità;
- b) non inviare messaggi di posta elettronica offensivi, con espressioni e/o pareri che potrebbero offendere le persone e/o compromettere l'immagine della Società;
- c) non navigare in siti *internet* con contenuti indecorosi e/o offensivi.

### D. RESPONSABILITÀ – Rapporti con i Destinatari e Social Responsibility

La Società opera in maniera **responsabile**, considerando le conseguenze delle proprie azioni ed il loro impatto sui Destinatari nonché, in generale, sugli *stakeholders* e sulle comunità presso cui opera, in un'ottica di crescita nel lungo termine.

In quest'ottica, la Società pone il rispetto quale valore fondante in ogni e qualsiasi attività dalla stessa svolta.

Rispetto significa, anzitutto, protezione dell'integrità fisica e morale del personale e la sua valorizzazione quale risorsa della Società per il perseguimento degli obiettivi della stessa. Rispetto significa, inoltre, mantenere rapporti professionali con clienti, fornitori e, in generale, con tutte le controparti contrattuali della Società, ed implica altresì capacità e volontà di ascoltare gli *stakeholders*, informarli e coinvolgerli (ove opportuno) nonché di operare in modo compatibile con l'ambiente circostante e nell'interesse di tutti.

In concreto, il valore della responsabilità si esplica, tra le altre, nell'applicazione dei seguenti principi di comportamento da parte dei Destinatari:

- a) divieto di comportamenti lesivi della dignità umana, ivi inclusi i comportamenti discriminatori e/o violenti;
- b) divieto di molestie, verbali e/o fisiche, come pure di ogni comportamento che possa risultare spiacevole in quanto relativo a provocazioni sessuali e/o a richieste di favori sessuali, a pornografia e/o a immagini violente, a insulti, bullismo, intimidazioni;
- c) divieto di utilizzo di droghe e/o alcol durante l'orario di lavoro;
- d) impegno a rimuovere, nell'ambito aziendale, le barriere fisiche che possano compromettere e/o limitare la capacità lavorativa di dipendenti con disabilità;
- e) impegno al rispetto di tutti gli obblighi contrattuali assunti con fornitori e/o ulteriori controparti, secondo correttezza, equità e lealtà;
- f) impegno a collaborare attivamente con autorità, istituzioni ed associazioni, in

occasione di eventuali interlocuzioni con le stesse, fornendo tutti i dati e le informazioni richieste, in ottica di trasparenza e leale collaborazione.

- g) impegno al rispetto dell'ambiente e degli interessi della comunità in cui la Società opera, al fine di evitare – e/o, almeno, limitare – l'impatto delle attività sul territorio, nel rispetto di tutte le normative applicabili, nonché impegno a condividere queste previsioni con le controparti contrattuali, mediante clausole contrattuali specifiche.

Ma ciò non basta. La Società, infatti, in ottica di responsabilizzazione, si conforma anche, nell'espletamento di tutte le sue attività, al principio dell'equità, base imprescindibile di ulteriori valori fondamentali, quali la lealtà, l'imparzialità e l'onestà. L'equità si sostanzia nell'effettuare sempre, in modo imparziale, un bilanciamento tra i vari interessi in gioco (a

titolo esemplificativo, tra quelli dell'individuo e della Società). Tale principio è rilevante in tutti i rapporti e, per tale ragione, la Società richiede ai Destinatari di conformarsi ad esso nello svolgimento di tutte le funzioni loro affidate e, in particolare:

- a) nei rapporti con il personale, le cui capacità, meriti, competenze e doveri devono sempre essere considerati equamente; a titolo esemplificativo, le funzioni preposte sono chiamate ad assumere il personale secondo equità e nel rispetto del principio pari opportunità, secondo criteri prestabiliti e comunicati con trasparenza e, in ogni caso, in base alle specifiche competenze e capacità di ogni soggetto nonché delle esigenze della Società;
- b) nei rapporti con i fornitori e, in generale, con le controparti contrattuali, che devono sempre improntarsi al principio di non discriminazione e imparzialità; in tale contesto, le funzioni preposte sono chiamate a selezionare le offerte di fornitori, collaboratori e/o *partners* secondo criteri volti esclusivamente a valutare la migliore offerta per la Società, sia in termini economici che di qualità della prestazione offerta e sempre nel rispetto del principio di pari opportunità;
- c) nel rapporto con la collettività, in cui deve sempre essere attuato un contemperamento di interessi al fine di migliorarne nel tempo il benessere.

La Società, inoltre, è impegnata ad eliminare o, ove ciò non sia possibile, ridurre al minimo, i rischi per i Destinatari sul luogo di lavoro nonché a rispettare la legislazione in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, attuando le misure preventive per evitare – o quantomeno minimizzare – i rischi connessi allo svolgimento dell'attività lavorativa nel rispetto di tutte le normative applicabili, in linea con le previsioni di cui al modello di organizzazione, gestione e controllo adottato dalla Società. La Società, in ogni caso, in linea con le previsioni del D.Lgs. 81/2008, è impegnata a:

- a) valutare tutti i rischi che non possono essere eliminati e ad adoperarsi al fine di ridurre i rischi alla fonte;
- b) rispettare i principi ergonomici e di salubrità nei luoghi di lavoro,

# TAKE OFF

THE OUTLET COMPANY

nell'organizzazione del lavoro, nella concezione dei posti di lavoro e la scelta delle attrezzature di lavoro, nella definizione dei metodi di lavoro e di produzione, in particolare, al fine di ridurre gli effetti sulla salute del lavoro monotono e di quello ripetitivo;

- c) sostituire ciò che è pericoloso con ciò che non è pericoloso o che è meno pericoloso;
- d) programmare le misure ritenute opportune per garantire il miglioramento nel tempo dei livelli di sicurezza, anche attraverso l'adozione di codici di condotta e buone prassi;
- e) dare la priorità alle misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale;
- f) impartire adeguate istruzioni ai lavoratori.

TAKE OFF S.p.A.

Il presidente del C.d.A

