

ANNEXE B

CODE DE DEONTOLOGIE

Version approuvée par le Conseil d'administration le 13/05/2021

SOMMAIRE

INTRODUCTION	2
CHAMP D'APPLICATION	3
MISE EN ŒUVRE DU CODE D DÉONTOLOGIE	3
VALEURS ÉTHIQUES ET PRINCIPES DE CONDUITE	4
A. LÉGALITÉ – CONFORMITE AVEC LA LOI	4
A.1 Concurrence et droit du travail	5
A.2 Commerce international	5
A.3 Blanchiment	5
B. HONNÊTETÉ – RELATIONS AVEC L'ADMINISTRATION PUBLIQUE ET LES CONTREPARTIES CONTRACTUELLES	6
C. TRANSPARENCE – DIRECTION DE LA SOCIETE, COMMUNICATIONS ET ACTIFS	8
D. RESPONSABILITÉ – RELATIONS AVEC LES DESTINATAIRES ET RESPONSABILITE SOCIALE	10

INTRODUCTION

Take Off S.p.A. (« **Take Off** » ou « **Société** ») opère, entre autres, dans le secteur du commerce, de l'importation et de l'exportation de tricot, d'articles d'habillement, de vêtements et d'accessoires, de tissus et de produits textiles, d'articles de voyage, de parfumerie et de cosmétiques, de sacs, de chaussures et d'accessoires.

La Société, consciente de la complexité du secteur dans lequel elle opère, caractérisé par une forte concurrence entre les opérateurs, et des risques liés à l'exercice de son activité, a préparé le présent document (« **Code de déontologie** ») afin de préciser, aux parties internes et externes à Take Off, les valeurs éthiques - et les principes de conduite correspondants - qui doivent être suivis dans l'exercice des activités de la Société.

En effet, le Code de déontologie consiste en un ensemble de principes et de valeurs auxquels toutes les parties opérant au sein de Take Off, dans l'intérêt et/ou pour le compte de cette dernière, sont invitées à respecter, afin non seulement de maintenir dans le temps la valeur et l'intégrité de la Société, mais aussi de prévenir tout préjudice, vis-à-vis de sa réputation ou d'autre nature, à la Société.

En outre, le Code de déontologie, conformément aux dispositions des Lignes directrices pour le développement de modèles d'organisation, de gestion et de contrôle approuvées par Confindustria - que la Société a prises comme référence pour la rédaction du présent document - est un élément clé du système de contrôle interne adopté par la Société également aux fins du décret législatif italien n° 231/2001 (concernant la responsabilité administrative des personnes morales).

Dans ce sens, en effet, les principes et les valeurs du Code de déontologie, les interdictions de certaines conduites qui y sont énoncées (indépendamment des dispositions législatives et réglementaires), la spécification des mesures disciplinaires à appliquer en fonction de la gravité des infractions commises, servent, entre autres, à éviter les conduites relevant du décret législatif italien n° 231/2001. Le Code de déontologie vise également à identifier les situations ambiguës et même seulement potentiellement risquées qui peuvent se produire pendant l'exercice de l'activité ainsi qu'à identifier les relations et/ou les conduites qui pourraient entraîner des préjudices pour la Société, réels ou potentiels.

La Société s'engage à maintenir le Code de déontologie à jour, en veillant à ce qu'il soit conforme à l'évolution du contexte économique, financier et commercial de la Société, à toute modification de sa structure organisationnelle ou de gestion ainsi qu'à toute infraction constatée et à l'évolution du cadre juridique pertinent.

Le présent Code de déontologie a été approuvé, dans sa première version, par le Conseil d'administration de Take Off le 13/05/2021.

CHAMP D'APPLICATION

Le Code de déontologie a pour objectif de guider la conduite de toutes les parties prenantes de la Société et, par conséquent, de toutes les parties qui, directement ou indirectement, ont une relation avec la Société, tant au sein de la Société (par exemple, les employés et les membres des organes sociaux) qu'à l'extérieur (par exemple, les fournisseurs).

Le Code de déontologie est donc contraignant pour les employés et les contractants de Take Off, les membres des organes d'administration et de surveillance (« Destinataires »), ainsi que pour toute autre partie agissant au nom et/ou pour le compte et/ou dans l'intérêt de la Société.

Certaines parties de ce Code de déontologie ont également contraignantes pour des parties extérieures à la Société (par exemple, les fournisseurs de Take Off) dans la mesure où celles-ci agissent au nom et/ou pour le compte et/ou dans l'intérêt de Take Off. Par conséquent, la Société demande à ces tiers de respecter les valeurs et les principes du Code de déontologie qui leur sont applicables, en négociant des clauses contractuelles spéciales qui prévoient, dans les cas les plus graves, le droit pour la Société de résilier le contrat, conformément à l'art. 1456 du Code civil italien.

MISE EN ŒUVRE DU CODE D DÉONTOLOGIE

Afin de garantir la mise en œuvre du Code de déontologie, la Société assure non seulement sa plus large diffusion, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la Société (également par le biais de la publication sur le site Internet de la Société), mais fournit également des instruments explicatifs appropriés, afin de garantir la connaissance et la sensibilisation en ce qui concerne le contenu du Code de déontologie (également par le biais de sessions de formation spéciales offertes aux Destinataires).

En outre, dans le cadre du système global de contrôle interne adopté par la Société (comprenant le modèle d'organisation, de gestion et de contrôle spécifié par le décret législatif italien n° 231/2001), la Société a prévu :

- a) des audits réguliers pour contrôler le niveau de respect des dispositions du Code de déontologie ;
- b) l'adoption, en cas de constatation d'infractions aux dispositions du Code d'éthique, de sanctions appropriées, proportionnelles à l'infraction alléguée, ainsi que leur application rapide et efficace, tant à l'égard des Destinataires (par l'activation du système disciplinaire), que de tout tiers (par l'activation des clauses contractuelles spéciales) ;
- c) la mise en place de canaux spéciaux pour signaler les infractions aux dispositions du Code de déontologie, capables de protéger la confidentialité de l'identité de la personne qui signale, ainsi que la mise en place de sanctions pour toute forme de représailles et/ou de discrimination envers la personne effectue le signalement, pour des raisons directement ou indirectement liées à ce dernier.

La Société a confié au service des Ressources Humaines la tâche de fournir aux destinataires des explications sur les dispositions du Code de déontologie et leur application.

VALEURS ÉTHIQUES ET PRINCIPES DE CONDUITE

Les valeurs éthiques que la Société entend respecter dans toutes ses activités sont généralement reconnues par la communauté comme des conditions préalables valables pour tout comportement. La Société a adopté le Code de déontologie précisément pour s'approprier, formellement et substantiellement, ces valeurs, qu'elle applique, également à travers les principes de conduite qui y sont liés, dans l'exercice de ses activités.

A. LÉGALITÉ – Conformité avec la loi

La Société a adopté la légalité comme valeur indispensable et essentielle, où l'on entend par légalité le fait d'agir en conformité avec les lois et les règlements en vigueur sur le marché dans lequel elle opère. Le non-respect de cette valeur n'est en aucune façon et en aucun cas acceptable.

Le respect de la valeur de la légalité - dans les relations tant avec les Autorités Publiques et les fonctionnaires, qu'avec les entreprises privées et la communauté en général, y compris les concurrents de la Société - est une obligation pour tous les Destinataires ainsi que pour les tiers qui agissent au nom, pour le compte et/ou dans l'intérêt de la Société. Take Off refuse d'initier et/ou de maintenir des relations de toute nature avec des parties qui ne sont pas disposées à respecter cette valeur.

Par conséquent, les Destinataires ainsi que les tiers qui agissent au nom, pour le compte et/ou dans l'intérêt de la Société sont priés de s'assurer que leur conduite est conforme aux lois de tout niveau (national, régional et local) ainsi qu'à toute mesure réglementaire et/ou administrative. En outre, il est interdit à ces parties, toujours et en toutes circonstances, de poursuivre des objectifs illicites, d'adopter des comportements illégaux, de recourir à des moyens illégitimes et/ou frauduleux, d'utiliser des pratiques abusives, collusoires ou évasives.

La Société a conçu et mis en œuvre un programme adéquat de formation et de sensibilisation régulières des Destinataires, compte tenu également des problèmes complexes que ceux-ci peuvent rencontrer dans la connaissance et la compréhension des lois et règlements en vigueur, liés au bon déroulement de leurs activités.

Pour mieux préciser, dans la pratique, la portée de la valeur de légalité, des exemples sont fournis ci-dessous, ainsi que l'indication de principes de conduite spécifiques que les destinataires doivent suivre.

A.1 Concurrence et droit du travail

La Société opère sur le marché en acceptant pleinement la concurrence et les lois qui la régissent, y compris le droit du travail, en respectant les règles applicables.

Les Destinataires, par conséquent, doivent traiter les clients et les concurrents de manière équitable, en évitant l'utilisation de méthodes trompeuses ou mensongères pour obtenir un avantage concurrentiel, en présentant les produits vendus de manière claire et honnête, sans commenter et/ou comparer avec les produits des concurrents de manière inexacte, mensongère ou, en tout cas, dépréciative. L'utilisation des droits de propriété industrielle de tiers est toujours soumise à leur consentement préalable.

Par conséquent, à titre d'exemple, les Destinataires ne doivent pas :

- a) conclure des accords avec les concurrents de la Société pour fixer les prix, allouer les ventes et les clients dans une zone, coordonner la participation aux appels d'offres ou boycotter une autre entreprise ;
- b) fournir aux concurrents et/ou recevoir d'eux des informations susceptibles de restreindre la concurrence, telles que des informations sur les prix, les marchés, les clients, les offres, les produits et la capacité de vente, sur les coûts et les revenus, et les stratégies de marketing ;
- c) obtenir illégalement des informations pertinentes pour la concurrence.

A.2 Commerce international

En ce qui concerne l'importation et l'exportation, les destinataires doivent :

- a) respecter toutes les lois qui s'appliquent à l'importation et/ou à l'exportation des produits ;
- b) évaluer, avec le soutien du service Achats, si une autorisation est nécessaire pour l'importation des produits, en fonction de leur classification et, avant tout accord, s'assurer que toutes les autorisations et/ou licences nécessaires ont été obtenues.

A.3 Blanchiment

La Société ne ménagera aucun effort pour empêcher que les délits de blanchiment¹ et d'auto-blanchiment² soient commis et/ou facilités, en respectant toutes les lois applicables en la matière.

¹ Conformément à l'art. 648 *bis* du Code pénal italien, le blanchiment consiste à échanger ou à transférer des fonds, des biens ou d'autres avantages provenant d'actes criminels intentionnels, ou à effectuer à leur égard d'autres opérations visant à empêcher l'identification de leur origine illicite.

² Conformément à l'art. 648 *ter.1* du Code Pénal italien, l'auto-blanchiment consiste à utiliser, échanger ou transférer dans des actifs économiques, financiers, commerciaux ou spéculatifs, de l'argent, des biens ou d'autres avantages obtenus après avoir commis ou aider à commettre des actes criminels intentionnels, dans le but d'empêcher l'identification de leur origine illicite.

Par conséquent, les Destinataires doivent demander aux contreparties contractuelles de fournir toutes les informations nécessaires pour effectuer les vérifications appropriées et éviter, en tout état de cause,

d'entretenir des relations commerciales avec des contreparties qui ne sont pas disposées à fournir la documentation demandée. En outre, les Destinataires ne doivent pas :

- a) accepter des paiements en espèces, à l'exclusion des cas et dans les limites prévues par la loi ;
- b) recevoir des paiements par des parties qui ne sont pas des Contreparties contractuelles de la Société et/ou dans une devise autre que celle indiquée dans le contrat ;
- c) recevoir des paiements sous une forme non monétaire.

B. HONNÊTETÉ – Relations avec l'administration publique et les contreparties contractuelles

L'honnêteté est une valeur que la Société reconnaît comme nécessaire pour renforcer la confiance reçue par le marché et pour établir des relations basées sur la loyauté avec toutes les parties prenantes et, en particulier, avec ses clients.

Par conséquent, la Société interdit toute forme de corruption et demande aux Destinataires ainsi qu'aux tiers qui opèrent au nom, pour le compte et/ou dans l'intérêt de la Société, d'éviter toute pratique s'écartant de la loi et/ou des pratiques commerciales normales. En particulier, les Destinataires doivent éviter :

- a) toute activité de corruption, y compris l'offre et/ou la réception de cadeaux (tels que le remboursement de frais, d'événements et de voyages), pouvant avoir un impact sur le processus de prise de décision (de la Société ou de la contrepartie), indépendamment du fait qu'elle soit réalisée par, et/ou en faveur, de parties publiques ou privées ;
- b) offrir et/ou accepter tout bien, service, prestation de valeur pour obtenir un traitement plus favorable dans le cadre de toute relation entretenue par la Société avec une contrepartie publique ou privée.

La Société n'autorise que la remise d'articles gratuits et/ou de cadeaux qui, compte tenu des circonstances particulières, sont des pratiques commerciales courantes et, en tout état de cause, sont de valeur modeste. En tout état de cause, les articles et/ou cadeaux gratuits qui peuvent être interprétés comme une sollicitation de traitement de faveur et qui, dans tous les cas, dépassent les pratiques commerciales courantes et la courtoisie ne sont pas autorisés.

Cette interdiction s'étend non seulement aux paiements et/ou avantages illicites offerts (ou reçus) directement, mais aussi aux paiements et/ou avantages illicites offerts (ou reçus) par l'intermédiaire de personnes agissant pour le compte de la Société (en Italie

ou à l'étranger) ou en tout cas attribuables à la Société et/ou aux Destinataires. Par conséquent, si la Société fait appel à un consultant ou à un tiers pour être représentée dans les relations avec les contreparties, les principes énoncés ci-dessus s'appliquent à ce tiers.

Pour mieux préciser, dans la pratique, la portée de la valeur de légalité, des exemples sont fournis ci-dessous, ainsi que l'indication de principes de conduite spécifiques que les destinataires doivent suivre :

- a) Les destinataires peuvent offrir ou recevoir des cadeaux d'une valeur nominale, s'il s'agit d'une pratique habituelle sur le marché ;
- b) Les destinataires peuvent offrir ou recevoir des cadeaux de valeur modeste si le logo de la société y figure (et/ou, s'ils les reçoivent, le logo de la contrepartie contractuelle, du partenaire commercial et du fournisseur) ;
- c) Les destinataires peuvent déjeuner ou dîner, ou assister à des événements publics, avec des contreparties contractuelles, des contractants et des fournisseurs, à condition que cela ait lieu occasionnellement, que ces parties soient présentes et que les coûts soient conformes aux pratiques du marché ;
- d) Les destinataires ne peuvent pas accepter (ou offrir) de l'argent liquide ou ses équivalents (cartes-cadeaux), ni organiser secrètement ou fréquemment des événements tels que des dîners ;
- e) Les destinataires ne peuvent pas rembourser les frais des membres de la famille des contreparties contractuelles, des partenaires commerciaux et des fournisseurs.

En outre, lorsqu'une négociation, une demande ou une relation avec une tierce partie, publique ou privée, est en cours, les destinataires ne peuvent pas chercher à influencer indûment les décisions du tiers, y compris celles des fonctionnaires qui négocient ou prennent des décisions au nom de l'administration publique. Par conséquent, au cours d'une négociation, d'une demande ou d'une relation d'affaires, les activités suivantes sont interdites (directement ou indirectement) :

- a) envisager et/ou proposer des opportunités d'emploi et/ou d'affaires qui peuvent bénéficier personnellement aux employés de la contrepartie ;
- b) offrir et/ou recevoir des avantages qui ne font pas partie des pratiques courantes (par exemple, le paiement de frais de voyage) ;
- c) demander et/ou obtenir des informations confidentielles qui pourraient compromettre l'intégrité ou la réputation des deux parties.

C. TRANSPARENCE – Direction de la société, communications et actifs

La valeur de la transparence joue un rôle important dans les relations avec les parties prenantes de la société. Par conséquent, l'entreprise agit et communique avec les parties prenantes dans le respect de cette valeur afin d'accroître l'intégrité de l'entreprise et la confiance qui lui est accordée.

La valeur de transparence exige, d'une part, que la gestion de la société soit basée sur des principes de clarté, de légitimité, de cohérence, de congruence et de vérifiabilité et, d'autre part, que sa communication externe soit simple, correcte, opportune et véridique et (si elle est publique) facilement accessible à tous.

La vérifiabilité implique que les transactions de la société soient dûment enregistrées et qu'il soit possible de vérifier la prise de décision, l'autorisation et

le processus d'exécution. Par conséquent, des justificatifs sont requis pour toute transaction, afin de permettre les contrôles nécessaires pour prouver les caractéristiques et les motivations de la transaction et pour identifier la partie qui a autorisé, exécuté, enregistré et vérifié la transaction.

La Société recommande également aux destinataires, dans leurs communications externes, de se comporter correctement, sans faire de promesses et/ou fournir des assurances à des tiers autres que ceux qui proposent des affaires ou de travailler avec la Société. Dans tous les cas, il est interdit de communiquer des informations et/ou d'offrir des engagements au nom de la Société sans un mandat et/ou une autorisation spécifique.

Dans ce contexte, la Société reconnaît également la nécessité pour tous les cadres supérieurs d'être capables et désireux, en toutes circonstances, de guider et de gouverner la Société de manière équilibrée et profitable. Toutes les personnes travaillant au sein de la société (en particulier les cadres supérieurs) doivent exercer leurs fonctions en respectant des normes exigeantes en termes de qualité et de responsabilité, pour elles-mêmes et pour les autres. La mise en œuvre de ce principe implique, entre autres, de :

- a) toujours offrir et exiger, dans n'importe quel contexte, des services de haute qualité également pour augmenter la valeur de la Société dans le temps ;
- b) travailler à la diffusion de principes clairs pour la prise de décision au sein de l'entreprise, en atténuant également les risques existants, tant spécifiques que généraux ;
- c) travailler, en ce qui concerne les compétences et les fonctions de chacun, pour améliorer dans le temps le positionnement de la Société sur son marché de référence et, si nécessaire, dans des scénarios plus larges, dans le respect de tous les principes éthiques et procéduraux établis par la Société.

La transparence implique également que les destinataires agissent dans le meilleur intérêt de la Société, en évitant tout conflit d'intérêts, réel ou potentiel. Les conflits d'intérêts ont

un effet direct sur les destinataires concernés, limitant et/ou affectant leur liberté de choix. En particulier, le conflit entre l'intérêt personnel et l'intérêt de la Société se produit lorsqu'un comportement adopté au travail peut générer un avantage pour soi-même, sa famille, ses amis ou ses connaissances, aux dépens de la Société.

Par exemple, des conflits d'intérêts peuvent survenir :

- a) dans le cas de relations personnelles, à l'intérieur ou à l'extérieur de la Société, comme dans le cas où des amis et/ou de la famille travaillent avec les fournisseurs de la Société, ce qui peut influencer la décision à prendre dans le meilleur intérêt de la Société ;
- b) sans préjudice de la liberté d'investissement du destinataire, dans le cas d'intérêts économiques dans des contreparties contractuelles de la Société ;
- c) si les destinataires ont un second emploi, lorsque cela peut les empêcher d'exercer correctement leurs activités au sein de la Société ;
- d) si un avantage personnel est obtenu, directement et/ou indirectement, grâce à des opportunités d'affaires dont les Destinataires ont connaissance au cours de l'exercice de leurs
- e) activités pour la Société.

Les Destinataires :

- a) en cas de conflit d'intérêts, doivent suspendre leur activité et en informer immédiatement l'administrateur délégué (ou, si le conflit concerne l'administrateur délégué, le conseil d'administration) ;
- b) doivent informer les instances des membres de leur famille employés par les autorités publiques, les fournisseurs, les clients ou les concurrents de la Société, lorsque leur activité ou leur fonction peut avoir des conséquences pour la Société et ses activités ;
- c) en cas de doute sur l'existence d'un conflit d'intérêts, contacter l'administrateur délégué pour clarifier la situation et obtenir les autorisations nécessaires.

Enfin, la transparence signifie agir avec loyauté envers la Société, en protégeant son patrimoine. Le comportement correct et loyal envers la Société implique donc également de s'engager à garantir l'intégrité des biens de la Société et, en particulier, des informations de la Société auxquelles les Destinataires ont accès. Par conséquent, les Destinataires doivent :

- a) utiliser avec soin et attention les biens de la Société qui leur sont confiés, sans en faire un usage abusif et/ou contraire aux intérêts de la Société ;
- b) adopter les mesures les plus appropriées pour prévenir le vol et/ou les menaces sur les biens qui leur sont confiés, en informant rapidement la fonction Organisation des événements dommageables, réels ou potentiels ;
- c) veiller à ce que les informations confidentielles et/ou à diffusion restreinte de la Société (par exemple, sur les décisions concernant le marketing, les affaires, les clients, les fournisseurs, les méthodes de vente, etc.) ne soient pas divulguées au public, sauf autorisation expresse de l'administrateur délégué ; ce principe de

- d) conduite s'applique à l'égard de toute information confidentielle et/ou à diffusion restreinte de tiers dont la Société est légitimement en possession.

Ces principes de conduite s'appliquent également aux outils informatiques mis à disposition par la Société, pour l'utilisation desquels tout Destinataire devra :

- a) suivre les politiques de sécurité de l'entreprise et éviter d'utiliser les équipements informatiques de la société à des fins illégales ou d'une manière qui pourrait compromettre leur fonctionnalité ;
- b) éviter d'envoyer des messages électroniques offensants, contenant des expressions et/ou des opinions qui pourraient offenser et/ou porter atteinte à l'image de la Société ;
- c) éviter de naviguer sur des sites web au contenu indécent et/ou offensant.

D. RESPONSABILITÉ – Relations avec les destinataires et responsabilité sociale

La société opère de manière **responsable** en tenant compte des conséquences de ses activités sur les destinataires et, plus généralement, sur les parties prenantes et les communautés dans lesquelles elle opère, dans une optique de croissance à long terme.

Dans cet esprit, la Société fait du respect une valeur essentielle pour toutes ses activités.

Le respect signifie, tout d'abord, préserver l'intégrité physique et morale des employés et l'utiliser comme une ressource de la société pour la poursuite de ses objectifs. Le respect signifie également entretenir des relations professionnelles avec les clients, les fournisseurs et, en général, avec toutes les contreparties contractuelles de la société ; il implique la capacité et la volonté d'écouter les parties prenantes, de les informer et de les impliquer (le cas échéant) et d'opérer d'une manière compatible avec le milieu environnant et dans l'intérêt de tous.

En pratique, la valeur de la responsabilité s'exprime, entre autres, par l'application des principes de conduite suivants de la part des destinataires :

- a) interdiction de tout comportement portant atteinte à la dignité humaine, y compris les comportements discriminatoires et/ou violents ;
- b) interdiction de toute forme de harcèlement verbal et/ou physique, ainsi que de tout comportement qui pourrait être malvenu parce que consistant en des provocations sexuelles et/ou des demandes de faveurs sexuelles, de la pornographie et/ou des images violentes, des insultes, des brimades, des intimidations ;
- c) interdiction de la consommation de drogues et/ou d'alcool pendant les heures de travail ;
- d) engagement à éliminer, au sein de la société, les barrières physiques qui peuvent compromettre et/ou limiter la capacité de travail des employés handicapés ;
- e) engagement de respecter toutes les obligations contractuelles contractées avec les fournisseurs et/ou d'autres contreparties, en garantissant l'exactitude, l'équité et la loyauté ;
- f) engagement à coopérer activement avec les autorités, les institutions et les associations,

chaque fois que le contact est établi, en fournissant toutes les données et informations demandées, en assurant la transparence et la coopération loyale ;

- g) engagement de respecter l'environnement et les intérêts de la communauté dans laquelle la société opère, en évitant (et/ou au moins en limitant) l'impact des activités au niveau local, conformément à toutes les réglementations applicables, ainsi que l'engagement de partager ces dispositions avec les contreparties contractuelles, par le biais de clauses contractuelles spécifiques.

Mais cela ne suffit pas. En effet, pour garantir la responsabilité, la société respecte également, dans l'exercice de toutes ses activités, le principe d'équité, base essentielle d'autres valeurs fondamentales, telles que la loyauté, l'impartialité et l'honnêteté. L'équité consiste à toujours équilibrer de manière impartiale les différents intérêts en jeu

(par exemple, ceux de l'individu et ceux de la société). Ce principe est pertinent dans toutes les relations et, pour cette raison, la Société demande aux Destinataires de le respecter dans l'exercice de toutes les fonctions qui leur sont confiées et, en particulier :

- a) dans les rapports avec les employés, dont les capacités, les mérites, les compétences et les fonctions doivent toujours être évalués avec équité ; par exemple, les décisions d'embauche par les fonctions responsables doivent être équitables et respecter le principe de l'égalité des chances, en suivant des critères préétablis, communiqués de manière transparente, et, en tout cas, en fonction des compétences et des capacités spécifiques de chaque personne ainsi que des besoins de la Société ;
- b) dans les relations avec les fournisseurs et, 'une manière générale, les contreparties contractuelles, qui doivent toujours être basées sur le principe de non-discrimination et d'impartialité ; dans ce contexte, les fonctions responsables doivent choisir parmi les offres des fournisseurs, contractants et/ou partenaires en cherchant exclusivement à trouver la meilleure offre pour la Société, tant en termes économiques qu'en termes de qualité du service offert, en respectant toujours le principe d'égalité des chances ;
- c) dans la relation avec la communauté, dans laquelle un équilibre des intérêts doit toujours être trouvé pour augmenter son bien-être dans le temps.

La Société s'engage également à éliminer ou, lorsque cela n'est pas possible, à minimiser les risques pour les Destinataires sur le lieu de travail ainsi qu'à respecter la législation sur la santé et la sécurité sur le lieu de travail, en mettant en œuvre des mesures préventives pour éviter (ou au moins minimiser) les risques liés à l'exécution des activités de travail dans le respect de toutes les lois et réglementations applicables, conformément aux dispositions du modèle d'organisation, de gestion et de contrôle adopté par la Société. Conformément aux dispositions du décret législatif n° 81/2008, la Société doit, dans tous les cas :

- a) évaluer tous les risques qui ne peuvent être éliminés et s'efforcer de réduire les risques à leur source ;
- b) suivre les principes d'ergonomie et de salubrité sur le lieu de travail, dans l'organisation du travail, dans la conception des lieux de travail et le choix des équipements de travail, dans la définition des méthodes de travail et de production,

- notamment pour réduire les effets sur la santé du travail monotone et répétitif ;
- c) remplacer ce qui est dangereux par ce qui n'est pas dangereux ou moins dangereux ;
 - d) prévoir les mesures jugées les plus appropriées pour assurer une amélioration des niveaux de sécurité dans le temps, également par l'adoption de codes de conduite et de bonnes pratiques ;
 - e) donner la priorité aux mesures de protection collective sur les mesures de protection individuelle ;
 - f) donner des instructions appropriées aux employés.

TAKE OFF S.p.A.

Le Président du Conseil d'Administration