



**CODICE ETICO
GRC Parfum S.p.a.
(D. Lgs. 231/2001)**

Rev. 4

31 marzo 2025

Indice

1	Introduzione	4
1.1	Codice Etico	4
1.2	Adozione del Codice Etico nell'Ambito del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001	4
1.3	Rispetto delle Norme.....	5
1.4	Comportamenti non Etici.....	5
1.5	Il Valore della Reputazione e dei Doveri Fiduciari.....	5
1.6	Il Valore della Reciprocità.....	6
2	Principi generali.....	6
2.1	Imparzialità.....	6
2.2	Correttezza in Caso di Potenziali Conflitti di Interesse	6
2.3	Correttezza nei rapporti con la Pubblica Amministrazione	6
2.4	Riservatezza	7
2.5	Relazioni con gli Azionisti	7
2.6	Valore delle Risorse	7
2.7	Equità dell'Autorità.....	7
2.8	Integrità Morale della Persona.....	8
2.9	Trasparenza e Completezza delle Informazioni	8
2.10	Diligenza e Accuratezza nell'Esecuzione dei Compiti e dei Contratti.	8
2.11	Correttezza ed Equità nella Gestione dei Rapporti Contrattuali	8
2.12	Tracciabilità e correttezza delle operazioni.....	8
2.13	Qualità dei servizi e dei prodotti.....	9
2.14	Concorrenza leale.....	9
2.15	Responsabilità verso la Collettività.....	9
2.16	Tutela Ambientale	9
2.17	Utilizzo delle Risorse Finanziarie.....	9
2.18	Prudenza.....	10
3	Criteri di condotta.....	10
3.1	Trattamento delle Informazioni.....	10
3.2	Regali, Omaggi e Benefici	10
3.3	Tenuta della contabilità e nella comunicazione delle informazioni economiche, patrimoniali e finanziarie	11
3.4	Comunicazione all'Esterno	11
3.5	Selezione del Personale.....	12
3.6	Costituzione del Rapporto di Lavoro.....	12
3.7	Gestione del Personale	12
3.8	Interventi sulla Riorganizzazione del Lavoro	13
3.9	Sicurezza e Salute.....	13
3.10	Tutela della Privacy.....	14
3.11	Integrità e Tutela della Persona.....	14
3.12	Doveri dei Collaboratori	15
3.13	Imparzialità e Correttezza nei Rapporti con i Clienti	16
3.14	Comunicazione ai Clienti.....	16
3.15	Stile di Comportamento dei Collaboratori.....	16
3.16	Controllo della Qualità	16
3.17	Coinvolgimento della Clientela	17
3.18	Gestione delle Posizioni Creditorie.....	17
3.19	Scelta del Fornitore.....	17
3.20	Integrità e indipendenza nei Rapporti con i Fornitori/Partner commerciali..	18

3.21	Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni	18
3.22	Contributi e Sponsorizzazioni	19
3.23	Rapporti Istituzionali	19
3.24	Rapporti con la Pubblica Amministrazione	19
3.25	Antitrust e Organi Regolatori	20
3.26	Gestione dei supporti informatici funzionali ai servizi	20
4	Modalità di attuazione	21
4.1	Organismo di Vigilanza	21
4.2	Compiti dell'Organismo di Vigilanza in materia di attuazione e controllo del Codice Etico	22
4.3	Comunicazione e formazione	22
4.4	Segnalazioni dell'Organismo di Vigilanza	23
4.5	Violazioni del Codice Etico	23

1 Introduzione

1.1 Codice Etico

Il Codice Etico forma parte integrante del Modello di Organizzazione e Gestione (il "MOG") adottato da GRC PARFUM S.P.A. (la "Società") ed esprime l'insieme dei doveri e delle responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali in genere (collettivamente "Attività Aziendali") della Società.

I destinatari del Codice Etico sono i medesimi del MOG e, in particolare:


- i. i soggetti, legati o meno da un rapporto di lavoro subordinato con la Società, che esercitino funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione della Società stessa o di una sua unità organizzativa dotata di autonomia finanziaria e funzionale, oppure esercitino, anche di fatto, la gestione e il controllo della Società;
- ii. i soggetti, legati o meno da un rapporto di lavoro subordinato con la Società, sottoposti alla direzione o alla vigilanza dei soggetti di cui nella lettera sub (i);
- iii. i membri degli organi societari, anche qualora non rientranti nella lettera sub (i);
- iv. tutti i soggetti esterni alla Società che agiscono, per conto della Società stessa, nell'ambito delle attività di cui al Modello (quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, fornitori, agenti, consulenti, professionisti, lavoratori autonomi o parasubordinati, partner commerciali, incaricati della revisione o del controllo contabile).

(tutti tali soggetti, collettivamente, i "Destinatari").

I principi e le norme di comportamento del Codice Etico arricchiscono i processi decisionali, la formazione professionale ed orientano i comportamenti della Società e sono vincolanti per i Destinatari.

Il Codice Etico si compone:

- ◆ di principi generali sulle relazioni tra la Società ed i Destinatari e tra i Destinatari stessi; tali principi definiscono i valori di riferimento nelle Attività Aziendali della Società;

	<p>CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01</p>	<p>Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025</p>
--	---	--

- ◆ di criteri di condotta che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali la Società ed i Destinatari sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- ◆ di meccanismi necessari ad attuare, monitorare e diffondere il rispetto e la conformità al medesimo codice.

1.2 Codice Etico e comportamenti indispensabili a garantire il suo continuo miglioramento. Rispetto delle norme

La Società e tutti i Destinatari si impegnano a rispettare:

- a) tutte le leggi e le norme vigenti in ciascun Paese o contesto ove la Società esercita le proprie Attività Aziendali,
- b) il Codice Etico (e le disposizioni del MOG di cui al punto 1.2. che precede, di cui il Codice Etico è parte integrante) e
- c) i regolamenti interni di volta in volta applicabili (collettivamente "Norme").

Qualsiasi comportamento posto in violazione delle Norme, cui possa conseguire un rischio di coinvolgimento della Società, deve essere immediatamente interrotto e comunicato all'Organismo di Vigilanza della Società.

La convinzione di agire a vantaggio della Società non può, in alcun modo, giustificare la tenuta di comportamenti in contrasto con i principi dettati dal presente Codice Etico, la cui generalizzata osservanza è di fondamentale importanza per il buon funzionamento ed il prestigio della Società.

1.3 Un approccio cooperativo di trasparenza

La Società aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia e di trasparenza:

- a) tra la stessa Società ed i Destinatari,
- b) tra i Destinatari,
- c) nei rapporti con la società di revisione, gli organi sociali, le autorità di vigilanza o altri enti di controllo, al fine di assicurare il corretto e il completo svolgimento delle attività di controllo e di revisione
- d) con tutti i portatori di interessi (c.d. stakeholders)


1.4 Comportamenti non etici

Nella condotta degli Affari Aziendali i comportamenti contrari ai principi sanciti nel presente Codice Etico, e ogni comportamento contrario alla normativa volta per volta applicabile, compromettono il rapporto di fiducia tra la Società ed i Destinatari, tra i Destinatari stessi e con gli interlocutori esterni della Società.

1.5 Il valore della reputazione e dei doveri fiduciari

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale e:

- a) all'esterno favorisce gli investimenti degli azionisti, la fedeltà dei clienti, l'attrazione delle migliori risorse umane, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i creditori, e l'efficacia nei rapporti con gli interlocutori;
- b) all'interno, essa consente di prendere e attuare le decisioni senza frizioni tra i Destinatari e di organizzare il lavoro senza controlli burocratici ed esercizi eccessivi dell'autorità.

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

Il Codice Etico è uno degli elementi propedeutici alla buona reputazione della Società e, pertanto, la sua effettiva osservanza costituisce uno degli elementi essenziali in base ai quali giudicare la reputazione della Società.

1.6 Il valore della reciprocità

Questo Codice è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno.

La Società richiede perciò che ciascuno dei Destinatari agisca secondo i principi e le regole di cui al presente Codice

2 Principi generali

2.1 Imparzialità

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i Destinatari e con gli interlocutori esterni, incluse senza limitazione, la scelta dei clienti da servire, i rapporti con gli azionisti, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni, la Società evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose.

2.2 Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse


Nella conduzione delle Attività Aziendali devono sempre evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse, dovendosi con ciò intendere sia il caso in cui un Destinatario persegua un interesse diverso dalle direttive della Società e dal bilanciamento degli interessi degli azionisti o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari della Società, sia il caso in cui i rappresentanti degli interlocutori esterni agiscano in contrasto con i doveri fiduciari o istituzionali legati alla loro posizione.

2.3 Correttezza nei rapporti con la Pubblica Amministrazione

I soggetti cui sono attribuite le funzioni di rappresentanza nei confronti delle pubbliche amministrazioni e di funzionari stranieri o appartenenti ad organizzazioni internazionali dovranno ispirarsi ai principi di cui al presente Codice, senza compromettere in alcun modo l'integrità o la reputazione della Società.

Non è permesso ai dipendenti offrire o dare a terzi (compreso rappresentanti della Pubblica Amministrazione, italiana o straniera, o loro parenti o affini) vantaggi diretti o indiretti influenzando in modo sleale le decisioni economiche, sia attraverso pagamenti di somme che con altri mezzi, da cui possa conseguire un interesse o un vantaggio per la Società.

La Società condanna qualsiasi comportamento volto a ottenere dalla Pubblica Amministrazione (a livello locale, nazionale o europeo) qualsiasi tipo di contributo, finanziamento o altra erogazione dello stesso tipo per mezzo di dichiarazioni e/o documenti non veritieri o per il tramite di informazioni omesse volte ad indurre in errore l'ente erogatore.

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

2.4 Riservatezza

La Società assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e fermi, comunque, i limiti di legge. I Destinatari sono inoltre tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

2.5 Relazioni con gli azionisti

La Società crea le condizioni affinché la partecipazione degli azionisti alle decisioni di loro competenza sia diffusa e consapevole e promuove la parità di informazione e tutela l'azionista da azioni intentate da coalizioni di soci volte a far prevalere i loro interessi particolari; la Società si adopera, inoltre, affinché le performance economico-finanziarie siano tali da salvaguardare ed accrescere il valore dell'impresa al fine di remunerare adeguatamente il rischio che gli azionisti assumono con l'investimento dei propri capitali.

2.6 Valore delle risorse

La Società si impegna a valorizzare le proprie risorse necessarie per il raggiungimento dell'oggetto sociale ed in funzione di tale scopo la Società promuove il valore delle risorse per migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute.

2.7 Equità dell'autorità

Nei rapporti contrattuali ed organizzativi che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche all'interno della Società, chiunque si trovi in posizione gerarchicamente superiore si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitando ogni abuso. In particolare, la Società garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e autonomia del collaboratore e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei collaboratori.


2.8 Integrità morale della persona

La Società si impegna a tutelare l'integrità morale dei Destinatari, offrendo condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri; non sono pertanto in alcun modo tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

2.9 Trasparenza e completezza delle informazioni

I Destinatari sono tenuti a dare informazioni complete, corrette, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nei rapporti con la Società, gli interlocutori, di qualsivoglia genere, siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti. Nella formulazione dei rapporti contrattuali, la Società ha cura di specificare al contraente i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste, in modo chiaro e comprensibile.

2.10 Diligenza e accuratezza nell'esecuzione dei compiti e dei contratti

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti; la Società si impegna a non sfruttare condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

2.11 Correttezza ed equità nella gestione dei rapporti contrattuali

Chiunque operi in nome e per conto della Società non può approfittare di lacune contrattuali, o di eventi imprevisti, per rinegoziare il contratto al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza nelle quali l'interlocutore si sia venuto a trovare.

Inoltre, nell'avvio di relazioni commerciali con nuovi fornitori/clienti e nella gestione di quelle già in essere, tenuto conto delle informazioni disponibili, non devono intrattenersi rapporti con soggetti implicati in attività illecite, in particolare connesse al riciclaggio, al terrorismo, al crimine organizzato e comunque con persone prive dei necessari requisiti di onorabilità, professionalità ed affidabilità.

2.12 Tracciabilità e correttezza delle operazioni

Tutte le operazioni e le transazioni, intese nel senso più ampio del termine, devono essere autorizzate dalla Società e registrate nel rispetto dei principi di onestà e imparzialità. I collaboratori della Società sono tenuti ad operare con la dovuta diligenza al fine di garantire che le attività svolte siano supportate dalle procedure autorizzative e da riscontri documentali e/o informatici.

La Società promuove il principio del corretto comportamento nelle attività d'impresa in modo che, anche con la eventuale collaborazione di terzi, siano proibiti comportamenti tali da favorire attività di riciclaggio, ricettazione e impiego di beni e denaro e utilità di provenienza illecita.

2.13 Qualità dei servizi e dei prodotti

La Società orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei propri clienti dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi, ed in tal senso la Società indirizza le proprie attività di ricerca, sviluppo e commercializzazione ad elevati standard di qualità dei propri servizi e prodotti.

2.14 Concorrenza leale


La Società intende tutelare il valore della concorrenza leale, astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante e si impegna a denunciare agli organi competenti, mediante strumenti di reporting adeguati, tutte le pratiche volte a ridurre la libera concorrenza nel mercato.

2.15 Responsabilità verso la collettività

La Società è consapevole dell'influenza che le proprie attività possono avere sulle condizioni e sul benessere generale della collettività ed in tal senso opera attraverso un rigoroso programma di autocontrollo e di rispetto del presente Codice Etico.

2.16 Tutela ambientale

La Società si impegna a rispettare le leggi e i regolamenti vigenti, in materia ambientale, in ogni

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

Paese ove si svolga la sua attività.

2.17 Utilizzo delle risorse finanziarie

La Società richiede a tutti i soggetti che utilizzano risorse finanziarie della Società stessa, di agire secondo criteri improntati a legalità e correttezza, e ad informare, quando necessario o ragionevolmente opportuno, l'Organismo di Vigilanza sull'uso di esse.

È fatto divieto di sostituire o trasferire denaro, beni o altre utilità provenienti da attività illecite; ovvero compiere in relazione ad essi altre operazioni, in modo da ostacolare l'identificazione della loro provenienza. È fatto, altresì, divieto di impiegare in attività economiche o finanziarie i già menzionati beni.

A tal fine, la Società ed i suoi dipendenti non devono mai svolgere o essere coinvolti in attività tali da implicare il riciclaggio (cioè l'accettazione o il trattamento) di introiti da attività criminali, in qualsiasi forma o modo.

Devono essere verificate, in via preventiva, le informazioni disponibili (incluse le informazioni finanziarie) su controparti commerciali e fornitori, al fine di appurare la loro rispettabilità e la legittimità della loro attività prima di instaurare con questi rapporti di affari.

È vietato, inoltre, mettere in circolazione banconote, monete, carte di pubblico credito, valori di bollo e carta filigranata false o contraffatte.

Chiunque riceva in pagamento banconote o monete o carte di pubblico credito false o rubate, per rapporti imputabili alla Società, ha l'obbligo di informare il proprio superiore, affinché si provveda alle opportune denunce.

La Società garantisce inoltre che le sovvenzioni, i contributi o i finanziamenti ottenuti siano impiegati per le finalità per cui sono stati richiesti e concessi.

A fronte di finanziamenti ricevuti, la Società rispetta rigorosamente gli impegni presi con gli enti erogatori e le relative scadenze concordate.


2.18 Prudenza

La Società richiede che i Destinatari agiscano con piena consapevolezza dei rischi e con l'obiettivo di una sana gestione degli stessi. Tale principio si concretizza in comportamenti prudenti, soprattutto quando dalle proprie azioni e decisioni possa risultare un danno alle persone e alle cose.

3 Criteri di condotta

3.1 Trattamento delle informazioni

Qualsiasi informazione afferente alle Attività Aziendali deve essere trattata nel pieno rispetto della riservatezza e della normativa a tutela della privacy, con particolare riferimento al Regolamento (UE) 2016/679, al D.lgs. 196/2003 e ss.mm.ii. e alle indicazioni dell'Autorità Garante della Protezione dei Dati Personali (nel complesso, la "Normativa Privacy") A tal fine, la Società adotta

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

e aggiorna costantemente politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni. In particolare, la Società:

- ◆ definisce un'organizzazione per il trattamento delle informazioni che assicuri la corretta separazione dei ruoli e delle responsabilità;
- ◆ classifica le informazioni per livelli di criticità crescenti e adotta opportune contromisure in ciascuna fase del trattamento;
- ◆ sottopone i soggetti terzi che intervengono nel trattamento delle informazioni alla sottoscrizione di patti di riservatezza.

3.2 Regali, omaggi e benefici

Non è ammessa alcuna forma di regalo, omaggio o beneficio che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile alla Società ed in particolare è vietata qualsiasi forma di regalo, omaggio o beneficio a funzionari pubblici italiani ed esteri, o a loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Tale norma, che non ammette deroghe, concerne sia i regali promessi o offerti sia quelli ricevuti; si precisa che per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio.

In ogni caso la Società si astiene da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dai codici etici - se noti - delle aziende o degli enti con cui ha rapporti.

I regali offerti - salvo quelli di modico valore - devono essere documentati in modo adeguato a consentire verifiche e autorizzati dal responsabile di funzione, il quale provvede a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza.


I Destinatari che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite sono tenuti, secondo le procedure stabilite, a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza che ne valuta l'appropriatezza e provvede, se lo ritiene necessario, a far notificare al mittente la politica della Società in materia.

3.3 Tenuta della contabilità e nella comunicazione delle informazioni economiche, patrimoniali e finanziarie

La Società si adopera per mantenere un sistema amministrativo-contabile affidabile al fine di predisporre e pubblicare dati economici e finanziari accurati e completi per una rappresentazione chiara, veritiera e corretta dei fatti di gestione, in attuazione dei principi generali di trasparenza e completezza delle informazioni e prudenza.

Inoltre, la Società si adopera per l'istituzione e l'utilizzo di idonei strumenti per identificare, prevenire e gestire i rischi di qualsivoglia natura, le frodi e i comportamenti scorretti.

I Destinatari, in ragione del proprio ruolo nella Società, si impegnano affinché le rilevazioni contabili, e i relativi documenti, siano sempre basati su informazioni precise, esaurienti e verificabili, e riflettano la natura dell'operazione cui fanno riferimento nel rispetto dei vincoli esterni (norme di

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

legge e principi contabili), nonché delle politiche, dei regolamenti e delle procedure interne; inoltre, devono essere corredati della relativa documentazione di supporto necessaria a consentire analisi e verifiche obiettive.

Tutti i Destinatari, a qualsiasi titolo coinvolti nelle attività di formazione del bilancio e delle altre comunicazioni sociali previste dalla legge, devono tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e regolamentari e delle procedure aziendali, al fine di fornire ai Soci e alle parti terze interessate in generale un'informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società.

3.4 Comunicazione all'esterno

La comunicazione della Società verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione ed in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi; ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività, salvaguardando, tra le altre, le informazioni price sensitive ed i segreti industriali. È evitata ogni forma di pressione o di acquisizione di atteggiamenti di favore da parte dei mezzi di comunicazione.

3.5 Selezione del personale

La valutazione dei candidati avviene sulla base della corrispondenza tra i profili professionali attesi e le esigenze aziendali, garantendo pari opportunità a tutti i soggetti interessati, senza alcuna discriminazione di sesso, età, credo o stato civile, in conformità ai principi sanciti dal Codice delle pari opportunità tra uomo e donna (D. Lgs. 11 aprile 2006, n. 198). Le informazioni richieste ai candidati sono strettamente pertinenti alla verifica delle competenze professionali e delle attitudini psico-comportamentali, nel pieno rispetto della sfera privata e delle opinioni personali. La Direzione del Personale, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta misure adeguate a prevenire favoritismi, nepotismi o qualsiasi forma di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione.

3.6 Costituzione del rapporto di lavoro

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro e non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare ed alla costituzione del rapporto di lavoro ogni collaboratore riceve accurate e chiare informazioni relative a:

- ◆ caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere;
- ◆ elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto collettivo di lavoro applicabile;
- ◆ norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- ◆ un estratto del Codice Etico della Società.

3.7 Gestione del personale

Con riferimento alla gestione del personale, trovano, senza pregiudizio per la applicazione delle regole generali poste dal presente Codice Etico, i seguenti principi:

- a) la Società evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei collaboratori e nell'ambito


dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai collaboratori e/o su considerazioni di merito;

- b) l'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità;
- c) l'assunzione di ex impiegati della Pubblica Amministrazione, o di parenti o affini di rappresentanti della stessa, è soggetta all'attenta valutazione da parte delle funzioni a ciò deputate.
- d) la valutazione dei collaboratori è effettuata in maniera allargata coinvolgendo i responsabili, la Direzione del personale e, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato;
- e) nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della privacy, la Direzione Generale opera per impedire forme di "nepotismo";
- f) i responsabili utilizzano e valorizzano pienamente tutte le professionalità presenti nella struttura mediante l'attivazione delle leve disponibili per favorire lo sviluppo e la crescita dei propri collaboratori ed in quest'ambito, riveste particolare importanza la comunicazione da parte dei responsabili dei punti di forza e di debolezza del collaboratore, in modo che quest'ultimo possa tendere al miglioramento delle proprie competenze anche attraverso una formazione mirata;
- g) la Società mette a disposizione di tutti i collaboratori strumenti informativi e formativi, con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze;
- h) ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro;
- i) costituisce abuso della posizione di autorità richiedere, come atto dovuto al superiore gerarchico, prestazioni, favori personali o qualunque comportamento che configuri una violazione del presente Codice Etico;
- j) è assicurato il coinvolgimento dei collaboratori nello svolgimento del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi aziendali e ciascun collaboratore deve partecipare a tali momenti con spirito di collaborazione ed indipendenza di giudizio;
- k) l'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali; il collaboratore deve, comunque, concorrere sempre all'attuazione delle attività stabilite.

3.8 Interventi sulla riorganizzazione del lavoro

Nel caso di riorganizzazione del lavoro è salvaguardato il valore delle risorse umane prevedendo, ove necessario, azioni di formazione e/o di riqualificazione professionale, attenendosi la Società ai seguenti criteri generali:

- ◆ i soggetti terzi che intervengono nel trattamento delle informazioni sono tenuti alla sottoscrizione di patti di riservatezza;
- ◆ gli oneri delle riorganizzazioni del lavoro devono essere distribuiti il più uniformemente

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

possibile tra tutti i collaboratori, coerentemente con l'esercizio efficace ed efficiente dell'attività d'impresa;

- ◆ in caso di eventi nuovi o imprevisti, che devono essere comunque esplicitati, il collaboratore può essere assegnato a incarichi diversi a rispetto a quelli svolti in precedenza, avendo cura di salvaguardare le sue competenze professionali.

3.9 Sicurezza e salute

La Società si impegna a rispettare la normativa vigente in tema di sicurezza sul luogo di lavoro e, per realizzare tale obiettivo, si impegna a diffondere e a consolidare una cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori. La Società inoltre opera per preservare, soprattutto con azioni preventive la salute e la sicurezza dei lavoratori.

In ogni caso la Società rispetta le disposizioni di cui al D.lgs. n. 81/2008 (Testo Unico sulla Sicurezza e successive integrazioni e modifiche). A tal fine, la Società realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa, concernenti:

- ◆ l'introduzione di un sistema di gestione dei rischi e della sicurezza;
- ◆ una continua analisi del rischio e della criticità dei processi e delle risorse da proteggere;
- ◆ l'adozione delle migliori tecnologie idonee a prevenire l'insorgere di rischi attinenti alla sicurezza e/o alla salute dei lavoratori;
- ◆ il controllo e l'aggiornamento delle metodologie di lavoro;
- ◆ l'apporto di interventi formativi e di comunicazione.

3.10 Tutela della privacy


Le Attività Aziendali devono essere svolte in modo tale da garantire la tutela della privacy di ogni persona fisica, in particolare di dipendenti, collaboratori, clienti e fornitori, nel rispetto della Normativa Privacy e degli standard adottati dalla Società.

3.11 Integrità e tutela della persona

La Società si impegna a tutelare l'integrità morale dei collaboratori garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona e per questo motivo essa salvaguarda i lavoratori da atti di violenza psicologica, e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze.

Non sono ammesse molestie sessuali o di altra natura e devono essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

Il collaboratore della Società che ritenga di essere stato oggetto di molestie o di essere stato discriminato per motivi legati all'età, al sesso, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose, o per qualsiasi altra ragione, può segnalare l'accaduto al diretto responsabile (se non autore della presunta discriminazione, in tal caso potrà segnalare alla Direzione del Personale), che riferirà all'Organismo di Vigilanza per la valutazione dell'effettiva violazione del Codice Etico.


	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

Le disparità, non motivate dalle ragioni di cui sopra, non sono considerate discriminazione se giustificate o giustificabili sulla base di comprovati criteri oggettivi.

3.12 Doveri dei collaboratori

Senza pregiudizio per l'osservanza della generalità delle regole contenute nel presente Codice Etico, i doveri dei collaboratori della Società si conformano ai seguenti principi:

- a) Il collaboratore deve agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando le prestazioni richieste;
- b) il collaboratore deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza, delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità ed è tenuto ad elaborare i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta;
- c) i collaboratori della Società sono tenuti ad evitare le situazioni in cui si possono manifestare conflitti di interessi e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni; a titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare conflitto di interessi le seguenti situazioni: (i) svolgere una funzione di vertice e avere interessi economici con fornitori, clienti, o concorrenti anche attraverso i familiari, (ii) curare i rapporti con i fornitori e svolgere attività lavorativa, anche da parte di un familiare, presso fornitori, (iii) accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con la Società;
- d) nel caso in cui si manifesti anche solo l'apparenza di un conflitto di interessi il collaboratore è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa l'Organismo di Vigilanza, che ne valuta caso per caso l'effettiva presenza;
- e) il collaboratore è tenuto, inoltre, a dare informazioni circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano concretamente apparire in conflitto di interessi con la Società;
- f) ogni collaboratore è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego. In particolare, ogni collaboratore deve (i) utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni a lui affidati, prestando particolare attenzione alla gestione delle risorse finanziarie della Società di cui sia in possesso e (ii) evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'azienda;
- g) ogni collaboratore è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente le unità preposte di eventuali rischi o eventi dannosi per la Società;
- h) la Società si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture attraverso l'impiego di sistemi contabili, di reporting di controllo finanziario e di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti;
- i) per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ogni collaboratore è tenuto a: (i) adottare

	CODICE ETICO GRC Parfums S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	--	---

scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici; (ii) utilizzare i mezzi informatici della Società allo scopo di migliorare le proprie conoscenze tecniche; (iii) evitare l'uso dei mezzi informatici della Società per visitare i siti internet dal basso contenuto morale, o usare tali mezzi per diffondere informazioni personali, riservate e qualsiasi altro materiale della Società.

3.13 Imparzialità e correttezza nei rapporti con i clienti

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri clienti. La contrattazione con i clienti avviene in linea con il principio normativo della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche e nella pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla Società, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono peraltro ed in ogni caso da evitare pratiche elusive o comunque scorrette.

La Società si impegna, inoltre a non mantenere rapporti di clientela con soggetti (persone fisiche o giuridiche) potenzialmente collegati al terrorismo o che siano controllati da soggetti collegati al terrorismo, alla criminalità organizzata, o che siano controllati da soggetti collegati agli stessi.

3.14 Comunicazioni con i clienti

Le comunicazioni con i clienti della Società, compresi i messaggi pubblicitari ed il contenuto del sito internet aziendale, devono essere:


- ◆ chiare e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- ◆ conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- ◆ complete, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente;
- ◆ vere e non ingannevoli quanto al contenuto ed allo strumento di comunicazione.

3.15 Stile di comportamento dei collaboratori

Lo stile di comportamento della Società e dei propri collaboratori nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

3.16 Controllo della qualità

La Società si impegna a garantire adeguati standard di qualità dei servizi/prodotti offerti sulla base di livelli predefiniti e a monitorare periodicamente la qualità percepita.

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

3.17 Coinvolgimento dei clienti

La Società si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti e delle associazioni a loro tutela, avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi ed è cura della Società informare i clienti del ricevimento delle loro comunicazioni e dei tempi necessari per le risposte che, comunque, dovranno essere brevi. Per garantire il rispetto di tali standard di comportamento è presente un sistema di controllo sulle procedure che regolano il rapporto con i clienti.

3.18 Gestione delle posizioni creditorie

La Società si impegna a non abusare delle proprie posizioni creditorie verso i propri clienti, al fine di trarne vantaggio o qualsiasi altra utilità.

Nel recupero del credito, la Società agisce secondo criteri oggettivi e documentabili applicando i seguenti principi:

- ◆ avviamento di procedure di recupero a partire dalle posizioni creditorie più risalenti;
- ◆ informazione preventiva al debitore sulla posizione e sull'ammontare del credito vantato.

Nella misura massima compatibile con gli interessi aziendali, favorisce la risoluzione amichevole di eventuali controversie.

3.19 Scelta dei fornitori

Ferma la applicazione delle regole generali poste nel presente Codice Etico, nonché di ogni disposizione di legge applicabile, i processi di acquisto sono improntati in linea con i seguenti criteri:

- a) la ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società, la concessione delle pari opportunità per ogni fornitore, la lealtà e l'imparzialità;
- b) in particolare, i collaboratori addetti a tali processi sono tenuti a (i) non precludere ad alcuno in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili, e (ii) assicurare una concorrenza sufficiente;
- c) per alcune categorie merceologiche, la Società può disporre di un albo fornitori i cui criteri di qualificazione non costituiscono barriera di accesso;
- d) sono requisiti di riferimento: (i) la disponibilità opportunamente documentata di mezzi, anche finanziari, strutture organizzative, capacità e risorse progettuali, know-how; (ii) l'esistenza ed effettiva attuazione, nei casi in cui le specifiche della Società lo prevedano, di sistemi di qualità aziendali adeguati;

la Società si riserva il diritto, senza pregiudizio nei confronti di altri possibili fornitori, di instaurare rapporti privilegiati con tutti soggetti che adottino degli impegni e delle responsabilità etiche in sintonia con quelli adottati dalla Società nel presente Codice Etico.

3.20 Integrità e indipendenza nei rapporti con i fornitori/partner commerciali

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri fornitori. La contrattazione con i fornitori avviene in linea con il principio normativo della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche e nella pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla Società, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono peraltro ed in ogni caso da evitare pratiche elusive o comunque scorrette.

I singoli fornitori, in sede contrattuale, dichiarano di condividere i principi enunciati dal presente Codice e si impegnano a rispettarli. La violazione dei principi in esso stabiliti costituisce un inadempimento contrattuale, pena l'interruzione del contratto in essere.

Le relazioni con i fornitori sono oggetto di un costante monitoraggio da parte della Società e dei suoi organi preposti e la stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando, ove possibile, forme di dipendenza. Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto la Società si ispira al principio che prevede:

- ◆ la separazione dei ruoli tra l'unità richiedente la fornitura e l'unità stipulante il contratto
- ◆ un'adeguata ricostruibilità delle scelte adottate.

La conservazione delle informazioni nonché dei documenti ufficiali di gara e contrattuali per la durata di tre anni, fermo restando un maggior termine previsto dalla legge applicabile.

La Società impronta i rapporti con i propri *partner* commerciali alla puntuale osservanza delle leggi, delle regole di mercato e dei principi ispiratori della concorrenza leale, contrastando ogni forma di accordo o comportamento potenzialmente illecito o collusivo.


I dipendenti ed i collaboratori della società non eseguono operazioni commerciali e/o finanziarie, sia in via diretta che per il tramite di interposta persona, con soggetti (persone fisiche o giuridiche) potenzialmente collegati al terrorismo, al crimine organizzato, o che siano controllati da soggetti collegati agli stessi.

3.21 Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni

La Società non finanzia partiti o associazioni con finalità politiche sia in Italia che all'estero, i loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica. Si astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici. La Società non eroga contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi.

È tuttavia possibile cooperare, anche finanziariamente, con tali organizzazioni per specifici progetti in base ai seguenti criteri:

- ◆ finalità riconducibile all'oggetto sociale della Società;
- ◆ destinazione chiara e documentabile delle risorse;
- ◆ l'espressa autorizzazione da parte delle funzioni preposte alla gestione di tali rapporti nell'ambito della Società.

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

3.22 Contributi e sponsorizzazioni

La Società può aderire alle richieste di contributi limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti e atti costitutivi, che siano di elevato valore culturale.

Le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo, e dell'arte, sono destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità o per i quali la Società può collaborare alla progettazione, in modo da garantirne originalità ed efficacia.

In ogni caso, nella scelta delle proposte cui aderire, la Società presta particolare attenzione verso ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale.

3.23 Rapporti istituzionali

Ogni rapporto con le istituzioni anche internazionali è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a valutare le implicazioni dell'attività legislativa e amministrativa nei confronti della Società, a rispondere a richieste informali e ad atti di sindacato ispettivo o comunque a rendere nota la posizione su temi rilevanti per la Società.

A tal fine, la Società si impegna a:

- ◆ instaurare, senza alcun tipo di discriminazione, canali stabili di comunicazione con tutti gli interlocutori istituzionali a livello internazionale, comunitario e territoriale;
- ◆ rappresentare gli interessi e le posizioni della Società in maniera trasparente, rigorosa e coerente, evitando atteggiamenti di natura collusiva.

Al fine di garantire la massima chiarezza nei rapporti, i contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente tramite referenti che abbiano ricevuto esplicito mandato dal vertice della Società.

3.24 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I rapporti della Società con le Istituzioni Pubbliche locali, nazionali, comunitarie e internazionali sono intrattenuti dai soli Destinatari allo scopo incaricati, nel rispetto della normativa vigente.

Nei casi di partecipazione a bandi per contributi o sovvenzioni, o in generale nella richiesta di una qualche utilità nei confronti della Pubblica Amministrazione, la Società opera nel rispetto della legge e con la massima trasparenza. Fermi restando tutti gli obblighi imposti dalla vigente normativa in materia, ai Destinatari è fatto divieto - nel corso di rapporti con le Istituzioni Pubbliche o con Pubblici Funzionari - di intraprendere (direttamente o indirettamente) le seguenti azioni:

- ◆ esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti delle Istituzioni Pubbliche o Pubblici Funzionari, a titolo personale o procurare in alcun modo una utilità agli stessi;
- ◆ offrire, o in alcun modo fornire, accettare o incoraggiare omaggi, favori o pratiche commerciali o comportamentali che non siano improntati alla più aperta trasparenza, correttezza e lealtà e, in ogni caso, che non siano conformi alla vigente normativa applicabile;
- ◆ promettere ovvero offrire a Pubblici Ufficiali, incaricati di Pubblico Servizio o a dipendenti in

genere della Pubblica Amministrazione o di altre Istituzioni Pubbliche denaro, beni o, più in generale, utilità di varia natura a titolo di compensazione di atti del loro ufficio al fine di promuovere e favorire gli interessi propri, della Società o ottenere l'esecuzione di atti contrari ai doveri del loro ufficio;

- ◆ sollecitare o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti o che comunque violino la parità di trattamento e le procedure di evidenza pubblica attivate dalle Istituzioni Pubbliche o da Pubblici Funzionari.

In generale, nei rapporti con le Istituzioni Pubbliche e la Pubblica Amministrazione i Destinatari non devono operare singolarmente ma coinvolgendo almeno un'altra funzione aziendale e sono tenuti al rispetto della legge e alla massima trasparenza, chiarezza, correttezza al fine di non indurre a interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti i soggetti istituzionali, con i quali si intrattengono relazioni a vario titolo.

Le dichiarazioni rese alle Istituzioni e alla Pubblica Amministrazione devono contenere solo elementi veritieri, devono essere complete e basate su validi documenti al fine di garantirne la corretta valutazione da parte dell'Istituzione Pubblica e Pubblica Amministrazione interessata.

3.25 Antitrust e Organi regolatori

La Società dà piena e scrupolosa osservanza alle regole antitrust ed alle disposizioni emanate dalle Authority regolatrici del mercato, se applicabili, ed è tenuta a comunicare tutte le iniziative di rilevanza antitrust da essa intraprese.

In tal senso la Società non rifiuta, nasconde o ritarda alcuna informazione richiesta dall'autorità antitrust e agli organismi regolamentari nelle loro funzioni ispettive, e collabora attivamente nel corso delle procedure istruttorie.

La società non negozia, accetta o propone accordi, intese che non siano conformi alla normativa antitrust.


Per garantire la massima trasparenza, la Società si impegna a non trovarsi con dipendenti di qualsiasi Authority e loro familiari in situazioni di conflitto di interessi.

3.26 Gestione dei supporti informatici funzionali ai servizi

La Società considera la sicurezza e l'adeguatezza delle condizioni di gestione e di manutenzione delle infrastrutture (locali, supporti informatici, etc.) elementi da salvaguardare e da perseguire in un'ottica di continuo miglioramento. L'attività della Società è indirizzata al rispetto delle normative vigenti e all'adozione di comportamenti improntati alla correttezza e all'efficienza.

Pertanto, la Società assicura, nell'ambito dei processi aziendali, una gestione (efficiente) delle informazioni e dei sistemi informativi, considerando tale aspetto:

- ◆ un elemento imprescindibile per offrire un servizio "completo" alla clientela;
- ◆ una fonte di vantaggio competitivo per l'impresa.

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

flessibilità e tracciabilità, la Società fa esplicito divieto ai Destinatari del presente Codice Etico di alterare in qualsiasi modo il funzionamento dei sistemi informatici o telematici in uso presso la Società ovvero di intervenire illegalmente con qualsiasi modalità su dati, informazioni e programmi in questi contenuti o a questi pertinenti.

3.27 Reati tributari

Adempimenti tributari

La Società effettua con completezza e trasparenza tutti gli adempimenti tributari previsti a suo carico dalla normativa vigente e a collaborare, ove previsto, con l'Amministrazione finanziaria.

Le dichiarazioni fiscali e il versamento delle imposte rappresentano comportamenti non solo obbligatori sotto un profilo giuridico, ma anche ineludibili nell'ambito della responsabilità sociale della Società.

Sono vietate espressamente quelle condotte criminose che possono comportare il coinvolgimento in sede penale della Società ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

4 Modalità di attuazione


4.1 Organismo di Vigilanza

Con la approvazione del MOG, di cui il Codice Etico è parte integrante, è stato istituito l'Organismo di Vigilanza ("ODV") della Società, a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento del MOG e curarne l'aggiornamento, come meglio indicato nel MOG stesso.

4.2 Compiti dell'Organismo di Vigilanza in materia di attuazione e controllo del Codice Etico

Tra compiti dell'Organismo di Vigilanza, le cui funzioni ed attribuzioni specifiche sono elencate nel MOG, vi sono i seguenti:

- a) vigilanza dell'effettività del MOG (e quindi del Codice Etico) con verifica della coerenza tra i comportamenti concreti ed il Modello istituito;
- b) disamina in merito alla adeguatezza del MOG (e quindi del Codice Etico), ossia delle suereali capacità di prevenire, in linea di massima, comportamenti contrari alle disposizioni del MOG (e quindi del Codice Etico);
- c) analisi circa il mantenimento nel tempo dei requisiti di solidità e funzionalità del MOG (e quindi del Codice Etico);
- d) sviluppo di proposte di aggiornamento ed adeguamento del MOG (e quindi del Codice Etico) in ragione dello sviluppo della disciplina normativa applicabile con riferimento alla conduzione delle Attività Aziendali;
- e) verifica delle situazioni di violazione del MOG (e quindi del Codice Etico) e predisposizione di un sistema di misure sanzionatorie da adottarsi da parte della Società;
- f) esprimere pareri per la Società in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure aziendali allo scopo di garantirne la coerenza con il MOG (e quindi con il Codice

	CODICE ETICO GRC Parfum S.p.A. D.lgs. 231/01	Mod.: CDE Revisione: 4 del 31/03/2025
--	---	---

Etico).

4.3 Comunicazione e formazione

È compito del Consiglio di amministrazione in coordinamento con l'Organismo di Vigilanza assicurarsi che il Codice Etico sia portato alla conoscenza di tutti i Destinatari e nella misura massima possibile degli Interlocutori Esterni.

In tal senso la Società predispone apposite ed idonee attività di comunicazione (tra le quali, ad es., consegna di una copia del Codice Etico a tutti i Destinatari, predisposizione di apposizione del sito internet, inserimento di apposite clausole contrattuali che fanno riferimento al Codice Etico).

Allo scopo di favorire la corretta comprensione del Codice Etico, la funzione del personale della Società organizza un piano di formazione ed informazione – in coerenza con quanto già previsto dal MOG – volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme del Codice Etico.

4.4 Segnalazioni dell'Organismo di Vigilanza

Tutti i Destinatari sono tenuti a comunicare direttamente, senza obbligo di passare per via gerarchica, all'Organismo di Vigilanza, situazioni, fatti o atti che, nell'ambito delle Attività Aziendali, si pongano in violazione con le disposizioni del Codice Etico.

4.5 Violazioni del Codice Etico

L'Organismo di Vigilanza accerta le violazioni del Codice Etico e comunica, con sufficiente dettaglio di informazioni, le proprie risultanze all'organo competente della Società per l'adozione dei provvedimenti o delle sanzioni del caso, in coerenza con quanto previsto dettagliatamente nel MOG adottato dalla Società.