

CODE ÉTHIQUE ET DE COMPORTEMENT

Approuvé par délibération du Conseil d'Administration du 24 janvier 2020





Tout un monde à imaginer



Mes parents, **Mario et Matilde**, ont dédié leur vie à un rêve : réaliser des jeux amusants et « utiles » pour les enfants et les adultes et fondés sur la conviction que, comme mon père aimait le répéter, « Jouer est un jeu sérieux. On ne devrait jamais s'arrêter de jouer, particulièrement lorsque l'on grandit ».

Un projet d'entreprise relevant du défi et courageux, né d'une grande intuition et porté en avant avec une énergie et un dévouement constant et dans le respect des règles : ces attentions, aujourd'hui comme à l'époque, guident les activités quotidiennes de tous ceux qui travaillent dans l'entreprise avec pour objectif de continuer de faire grandir cette réalité économique importante, tant pour notre famille que pour la collectivité et le territoire.

Faire jouer est un art précieux, à « manipuler avec précaution » et pour lequel il est nécessaire d'adopter un comportement cohérent et constamment orienté vers l'intégrité, la crédibilité et le respect.

Pour donner corps à ces intentions, nous avons décidé de synthétiser justement dans cette nouvelle version de notre Code Éthique, ces principes et ces priorités qui rendent notre activité unique et qui doivent constituer un point de référence irremplaçable pour tous ceux qui, à différents titres, collaborent avec notre entreprise, qu'il s'agisse d'employés, de fournisseurs ou d'autres tiers.

Les résultats sont aussi importants que la manière de les atteindre : tel est l'axiome qui inspire ce Code qui rappelle, dans chacun des mots qu'il contient, l'engagement de chacun d'entre nous en ce sens.

Je vous invite tous à être partie prenante du processus de croissance continue et de renforcement de la confiance que nos clients et consommateurs placent en nous, pour continuer à leurs côtés à imaginer tout un monde, avec nos produits.

Giovanni Clementoni
PDG



**Jouer est un jeu sérieux.
On ne devrait jamais s'arrêter de jouer,
particulièrement lorsque l'on grandit...**

Mario Clementoni



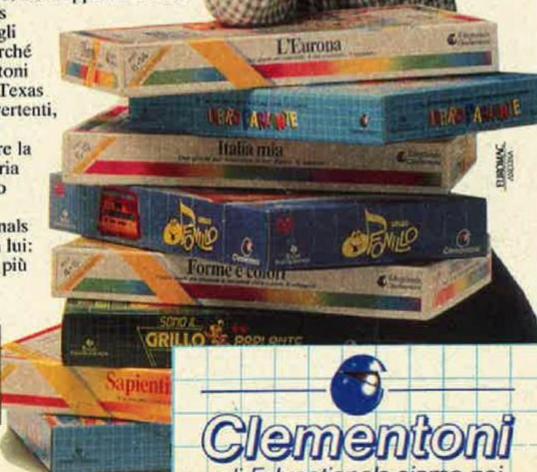
TABLE DES MATIÈRES

PARTIE 1 - INTRODUCTION.....	7	B) RAPPORTS AVEC LES CLIENTS ET CONSOMMATEURS .	16
1. Préambule	7	1. Communications commerciales et publicité	16
2. Destinataires.....	7	2. Assistance après-vente	16
PARTIE 2 - LIGNES DIRECTRICES ET PRINCIPES ÉTHIQUES	9	C) RAPPORTS AVEC LES EMPLOYÉS ET LES COLLABORATEURS.....	17
A) LIGNES DIRECTRICES	9	1. Sélection et gestion du personnel	17
1. Intégrité de l'enfant et de la personne	9	2. Intégrité, santé et sécurité sur le lieu de travail.....	17
2. Respect de l'environnement	9	D) RAPPORTS AVEC LES FOURNISSEURS.....	18
3. Valorisation des ressources humaines	9	E) RAPPORTS AVEC LES ORGANISMES ET RESPONSABLES PUBLICS	18
4. Innovation et compétence.....	9	PARTIE 4 - MISE EN ŒUVRE ET SANCTIONS.....	21
B) PRINCIPES ÉTHIQUES	10	1. Diffusion et connaissance du Code.....	21
1. Légalité	10	2. Application et interprétation.....	21
2. Intégrité et équité	10	3. Signalement des violations.....	21
3. Intégration.....	10	4. Communications à l'Organisme de Vigilance.....	22
4. Qualité et sécurité.....	10	5. Sanctions.....	22
5. Diligence et responsabilité.....	11	6. Mises à jour	22
6. Respect et collaboration loyale.....	11		
7. Transparence et traçabilité des opérations.....	11		
8. Protection des données personnelles.....	11		
PARTIE 3 - RÈGLES COMPORTEMENTALES.....	13		
A) RÈGLES GÉNÉRALES.....	13		
1. Marché et concurrence	13		
2. Patrimoine de l'entreprise	13		
3. Image et réputation de l'entreprise	14		
4. Confidentialité et propriété intellectuelle	14		
5. Engagement social et sur le territoire	14		
6. Conflits d'intérêt.....	15		
7. Corruption et paiements illicites.....	15		
8. Blanchiment	16		

*Dai a tuo figlio
tante vitamine:
fallo giocare.*

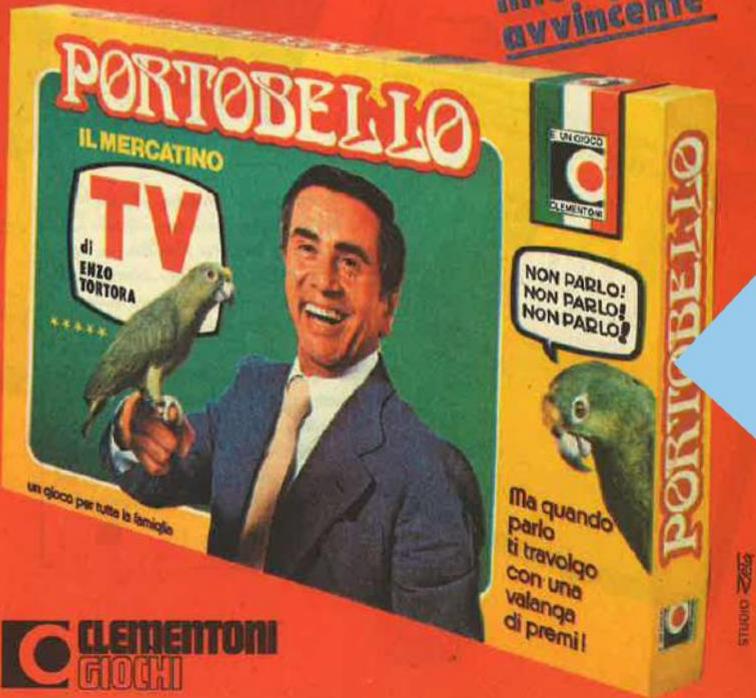
**GLI EDUCATIONALS:
VITAMINE PER IL CERVELLO.**

Cosa vuol dire giocare con il proprio bambino? Vuol dire aiutarlo a crescere, a svilupparsi. E farlo giocare con gli Educationals di Clementoni significa dargli vitamine per il cervello. Perché gli Educationals di Clementoni (e i giochi elettronici della Texas Instruments) sono giochi divertenti, che insegnano tante cose al bambino, lo aiutano a capire la realtà, a sviluppare la propria intelligenza. Dai a tuo figlio tante vitamine per il cervello: dagli gli Educationals di Clementoni. E gioca con lui: è importante, ed è il modo più bello di fare il genitore.



*...e ora
tutti vogliono giocare a
PORTOBELLO
il mercatino tv*

*divertente
intelligente
avvincente*



PARTIE 1 - INTRODUCTION

1. Préambule

En cohérence avec notre vision - faire naître des émotions pour grandir en jouant - Clementoni S.p.A. s'occupe depuis plus de 50 ans, aux côtés des sociétés qui appartiennent au Groupe Clementoni (ci-après désigné « Clementoni » ou « le Groupe »), de la conception, la production, la promotion et la distribution de jeux éducatifs, puzzles, jouets et produits premier âge. La Mission de l'entreprise consiste à favoriser la croissance des petits et des grands avec des expériences de jeu en constante évolution, en nous ouvrant à de nouveaux horizons dans le respect de l'individu et de l'environnement et, en ce sens, elle s'adresse aux « enfants » de 0 à 99 ans. Élevée sur des racines solides, Clementoni a décidé de se doter d'un Code Éthique et de Comportement (ci-après désigné le « Code ») dans lequel sont formellement définis les lignes directrices et les principes de référence pour l'exécution de ses activités, ainsi que les devoirs et les responsabilités qui en découlent pour les sujets qui agissent dans l'intérêt du Groupe et/ou avec lesquels le Groupe est en relation pour la réalisation de son objet social.

2. Destinataires

Le Code est un document formellement approuvé par le Conseil d'Administration de Clementoni S.p.A. et tous les destinataires sont appelés à respecter les principes et les règles qu'il contient, en tenant en outre compte des aspects législatifs, sociaux, économiques et culturels des pays de référence dans lesquels chaque société du Groupe est active.

Les destinataires du Code (ci-après désignés les « Destinataires ») sont notamment :

- les organes sociaux et leurs composants ;
- le management du Groupe, qui comprend les dirigeants et les responsables des différents départements de l'entreprise ;
- les employés ;
- les collaborateurs extérieurs ;
- les fournisseurs de biens et/ou services ;
- tout autre sujet avec lequel les sociétés du Groupe sont en relation dans l'exécution des activités nécessaires pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

**Chaque enfant met en jeu toute la concentration
dont il est capable et se souvient mieux des
choses qu'il fait avec plaisir. Et la chose qu'il
fait avec le plus de plaisir, c'est jouer.**

Mario Clementoni



Clementoni.
Tout un monde à imaginer

PARTIE 2 - LIGNES DIRECTRICES ET PRINCIPES ÉTHIQUES

A) LIGNES DIRECTRICES

1. Intégrité de l'enfant et de la personne

Le Groupe considère la dignité de l'enfant et, de manière plus générale, de la personne comme une valeur essentielle. Il promeut le respect de l'intégrité psycho-physique, morale et culturelle, en reconnaissant et en s'engageant à respecter et à faire respecter les droits fondamentaux (Déclaration universelle des droits de l'homme de l'ONU, Paris, 1948 ; Charte des droits fondamentaux de l'UE, Nice, 2000 ; Convention internationale des droits de l'enfant de l'ONU, 1989) et en élevant au rang de priorité absolue la protection de la vie, de la santé et de la sécurité de tous les sujets qui entrent en contact avec Clementoni et avec ses produits.

2. Respect de l'environnement

Le Groupe respecte l'environnement en tant que bien principal et ressource à protéger, au bénéfice de la collectivité et des générations futures. Clementoni s'engage à diffuser et à consolider une culture vouée à prévenir les risques pour l'environnement, en respectant scrupuleusement les normes en vigueur en la matière, en effectuant une sélection attentive de ses fournisseurs, en recherchant toujours le meilleur équilibre entre initiative économique et impact écologique et en promouvant avec énergie auprès des jeunes la nécessité d'une plus grande connaissance des thèmes environnementaux. Tout cela également par le biais de ses produits.

3. Valorisation des ressources humaines

Clementoni est totalement consciente du rôle central des ressources humaines dans l'atteinte des objectifs de l'entreprise et reconnaît donc l'importance et la valeur de ses collaborateurs, patrimoine fondamental de l'entreprise et élément indispensable pour son développement continu. Elle en promeut la valorisation constante et la croissance, notamment par le biais de parcours de formation et de mise à niveau, et promeut un style de travail fondé sur l'esprit d'équipe.

4. Innovation et compétence

Le défi quotidien de Clementoni consiste à affronter le changement et à interpréter avec une réactivité maximale l'évolution de plus en plus rapide du contexte social, économique et technologique, en pensant et en agissant avec passion de manière créative et professionnelle, non seulement dans la conception et la réalisation des produits, mais aussi à n'importe moment de la vie de l'entreprise, dans une optique d'amélioration continue autorisée par la compétence. Parce que pour Clementoni, jouer est un jeu sérieux.

B) PRINCIPES ÉTHIQUES

1. Legalité

Le Groupe considère le respect des règles comme une valeur fondamentale à la base de la cohabitation civile et c'est pour cette raison qu'il s'engage à agir dans le respect absolu des normes en vigueur dans tous les pays dans lesquels il est actif, ainsi qu'en conformité avec les dispositions du présent Code et des procédures de l'entreprise.

Le Groupe s'engage en outre à promouvoir et diffuser une culture de légalité auprès des Destinataires. Chaque Destinataire est toujours tenu au respect scrupuleux des lois et des règlements, en assurant l'observation totale du cadre législatif de référence. En aucun cas la conviction d'agir dans l'intérêt ou au profit de Clementoni ne peut justifier l'adoption de comportements qui divergent des normes, même de manière minime.

2. Intégrité et équité

Les relations humaines représentent une composante fondamentale du modèle économique de Clementoni. Chaque action est inspirée par des principes d'intégrité morale et par des valeurs d'honnêteté, d'équité et de bonne foi.

3. Intégration

Clementoni vit la diversité comme une source d'inspiration, une véritable ressource et une occasion de croissance. C'est pourquoi Clementoni, dans l'exercice de chacune de ses activités, promeut l'intégration et condamne fermement tout type de discrimination et toute distinction de traitement basée sur des critères d'âge, sexe, sexualité, état de santé, race, nationalité, opinions politiques et religieuses.

4. Qualité et sécurité

L'esprit d'excellence est à la base de la politique de l'entreprise et, en cohérence avec les attentes des clients et des consommateurs et avec les exigences du marché, le Groupe oriente ses activités de recherche, développement et commercialisation vers de hauts niveaux de qualité, en promouvant toute activité ayant pour but l'amélioration et en garantissant la sécurité des produits et la satisfaction de tous ceux qui placent leur confiance en Clementoni.

Les Destinataires sont tenus au respect rigoureux de la législation en vigueur en matière de sécurité du produit et du jouet, des procédures d'entreprise adoptées en la matière par l'entreprise et au signalement rapide à leur responsable ou à l'Organisme de Vigilance des éventuelles violations ainsi que des dangers relatifs aux produits et des carences dans l'évaluation des risques.

La Politique de Qualité et, d'une manière générale, tout le Système de Gestion de la Qualité adopté par l'entreprise ont obtenu la certification ISO 9001:2015.

5. Diligence et responsabilité

Le Groupe s'engage à mener son activité et à employer toutes les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs qu'il s'est préalablement fixés avec la diligence nécessaire.

Chaque Destinataire est tenu de mener son activité avec la diligence maximale, en utilisant au mieux le temps et les outils à sa disposition et en assumant les responsabilités liées aux tâches relevant de sa compétence.

6. Respect et collaboration loyale

Chez Clementoni, la collaboration entre ressources internes et externes et avec les partenaires commerciaux est fondamentale pour le bon déroulement de l'activité.

Aux Destinataires, il est demandé le respect maximal du travail d'autrui et la collaboration avec tous les interlocuteurs avec lesquels ils entretiennent des rapports professionnels, ce qui favorise un climat de travail serein à la poursuite du succès de l'entreprise.

7. Transparence et traçabilité des opérations

Clementoni adopte des règles claires et formalisées, qui identifient des acteurs et des responsables, fournissent des critères objectifs d'évaluation et de décision, et identifient les modalités d'enregistrement des opérations, garantissant ainsi la traçabilité et la possibilité de vérification des processus de décision, d'autorisation et de mise en œuvre.

Les Destinataires sont tenus de garantir que chaque activité menée est accompagnée des documents adéquats pour pouvoir en vérifier les caractéristiques, les motivations et tout le cycle d'approbation.

8. Protection des données personnelles

Le Groupe garantit la confidentialité des données personnelles faisant l'objet de traitements réalisés en son sein, ainsi que leur protection par des mesures adaptées. Clementoni s'en tient aux dispositions du Règlement UE du 27 avril 2016 n° 679, le Règlement Général sur la Protection des Données, et garantit à n'importe quel individu les droits prévus par les législations nationales ou supranationales applicables.

Les Destinataires sont tenus d'observer les mesures prévues et les éventuels accords avec les sociétés du Groupe en matière de protection des données personnelles, ainsi que les procédures internes adoptées par Clementoni, sans communiquer à des tiers, divulguer ni utiliser les informations relatives à l'entreprise et les données personnelles dont Clementoni ou les autres sociétés du Groupe sont titulaires, à l'exception des cas expressément prévus et autorisés.



 **Clementoni®**
Tout un monde à imaginer

PARTIE 3 - RÈGLES COMPORTEMENTALES

A) RÈGLES GÉNÉRALES

1. Marché et concurrence

Clementoni croit en la concurrence libre et loyale, basée sur le mérite, la capacité, l'expérience et l'efficacité. C'est pourquoi le Groupe caractérise ses actions par les principes d'honnêteté et d'équité, dans le plein respect de la législation en matière de concurrence et anti-trust.

Il est interdit aux destinataires, dans l'exécution des activités relevant de leurs compétences, de :

- faire obstacle, de quelque manière que ce soit, au bon déroulement de l'activité commerciale des concurrents ;
- diffuser des nouvelles et informations sur les produits et sur l'activité d'un concurrent qui seraient ne serait-ce que potentiellement susceptibles de le discréditer ;
- mener toute forme d'activité d'intimidation ou vexatoire portant préjudice aux concurrents ;
- mener toute activité qui pourrait être considérée comme une forme de concurrence non pleinement correcte et transparente.

2. Patrimoine de l'entreprise

Les Destinataires sont tenus d'agir avec diligence pour la sauvegarde des ressources de l'entreprise qui constituent le patrimoine des sociétés du Groupe (biens mobiliers, immobiliers, ressources technologiques, savoir-faire, etc.), en évitant l'emploi non rationnel de moyens et ressources, ainsi que les usages improprez qui pourraient être la cause de dommages ou de réduction de l'efficacité, ou dans tous les cas qui ne sont pas en adéquation avec les intérêts du Groupe lui-même.

Chaque Destinataire doit :

- appliquer les politiques de protection du patrimoine de l'entreprise pour prévenir les accès et les usages non autorisés, les vols, les dommages et destructions ou les réductions d'efficacité ;
- éviter de télécharger, installer, dupliquer ou diffuser à des tiers, sans y être habilité, des logiciels sous licence.

En général, les ressources du Groupe ne peuvent pas être utilisées à des fins autres que les objectifs de l'entreprise, si ce n'est par une autorisation expresse ou dans les cas de dérogation prévus par la législation applicable (ex : situation d'urgence, etc.). Chaque Destinataire est responsable des biens de l'entreprise qui lui sont confiés et doit informer rapidement ses responsables directs en cas d'événements ne serait-ce que potentiellement dommageables.

3. Image et réputation de l'entreprise

La bonne réputation et l'image de Clementoni représentent des ressources essentielles pour le Groupe et tous les Destinataires sont tenus d'adopter des comportements visant à leur protection, en gardant une attitude convenable conforme aux standards communs aux entreprises de la taille et de l'importance du Groupe dans les rapports avec les collègues, les clients et les tiers en général.

4. Confidentialité et propriété intellectuelle

Le Groupe demande à tous les Destinataires d'agir dans le respect des droits de propriété industrielle et intellectuelle à l'égard des tiers ainsi que dans le respect des législations internationales en vigueur pour la protection de ces droits. Dans ce but, tous les Destinataires doivent s'abstenir :

- de tout comportement pouvant constituer une usurpation de titres de propriété industrielle, une altération ou une contrefaçon de signes distinctifs de produits industriels, à savoir de brevets, dessins ou modèles industriels, qu'ils soient nationaux ou étrangers, ainsi que d'importer, commercialiser, utiliser ou mettre en circulation des produits industriels ayant des signes distinctifs contrefaits, altérés ou réalisés en usurpant des titres de propriété industrielle ;
- d'utiliser de manière illicite et/ou impropre, dans l'intérêt de l'entreprise ou de tiers, des œuvres de l'esprit, ou des parties de ces dernières, protégées par la législation en matière de violation des droits d'auteur.

Il est demandé à tous les Destinataires de protéger, en tant que partie fondamentale du patrimoine de l'entreprise et facteur principal de création de valeur, les informations confidentielles en leur possession et les droits de propriété industrielle relatifs aux idées et aux produits développés au sein de l'organisation.

5. Engagement social et sur le territoire

Le Groupe Clementoni soutient des initiatives sociales également par le parrainage ou l'octroi de contributions financières à des fondations, institutions ou organisations qui soutiennent des initiatives et des activités en cohérence avec les valeurs et la mission du Groupe, ainsi que les territoires où Clementoni est active. Les parrainages et les dons sont dûment autorisés, identifient de manière univoque les contreparties concernées et les motivations qui sous-tendent l'octroi. Les transferts sont exécutés en utilisant des moyens qui garantissent la traçabilité de l'opération sur la base d'une documentation adéquate.

6. Conflits d'intérêt

Les Destinataires s'emploient à prévenir les situations de conflit d'intérêt entre les activités économiques personnelles ou familiales et les fonctions professionnelles occupées ou les organes sociaux dont ils sont membres.

Les Destinataires mentionnés ci-dessus doivent s'abstenir de participer à des activités ou décisions qui entraînent un tel conflit et dans tout autre cas où subsistent des raisons de convenance graves ou dans les cas où leur participation au traitement de la question pourrait engendrer une méfiance quant à l'impartialité du Groupe. Tous les Destinataires doivent informer sans tarder leur responsable ou l'Organisme de Vigilance des éventuelles situations de conflit d'intérêts les concernant ou dont ils ont eu connaissance, en fournissant toute autre information éventuelle requise, afin de permettre au Groupe d'adopter rapidement toutes les mesures modératrices.

7. Corruption et paiements illicites

Le Groupe ne tolère aucun type de corruption et, en particulier, il est interdit aux Destinataires de :

- effectuer ou promettre des dons en argent ou en nature à des personnes liées à des Administrations Publiques, clients, fournisseurs, partenaires commerciaux, même potentiels, ou à un tiers lié à ces derniers par des liens de parenté ou des affinités ou indiqué ou apprécié par ces derniers, pour promouvoir ou favoriser les intérêts du Groupe également suite à des pressions illicites ;
- embaucher ou promettre d'embaucher des personnes liées par des liens de parenté ou des affinités à des sujets liés à des Administrations Publiques, clients, fournisseurs, partenaires commerciaux, même potentiels, ou dans tous les cas indiquées ou appréciées par ces derniers, pour promouvoir ou favoriser les intérêts du Groupe également suite à des pressions illicites ;
- accorder d'autres avantages de n'importe quelle nature ou recourir à différentes formes d'aides ou de contributions qui, en leur qualité de missions de fourniture, missions de conseil, parrainages ou publicité en faveur de personnes liées par des liens de parenté ou des affinités à des sujets liés à des Administrations Publiques, clients, fournisseurs, partenaires commerciaux, même potentiels, ou, dans tous les cas, indiquées ou appréciées par ces derniers, poursuivent en revanche les objectifs interdits ci-dessus ou pourraient avoir les mêmes conséquences ;
- exécuter des pressions abusives ou des ingérences de toute nature vis-à-vis de tout agent public ou responsable du service public, italien ou étranger, pour l'obtention d'un avantage ou dans l'intérêt du Groupe.

Les actes de faveur commerciale vis-à-vis des tiers tout comme leur réception sont autorisés à condition qu'ils soient d'une valeur modique et qu'ils rentrent dans les usages, moyennant dans tous les cas une extrême prudence et toujours dans une mesure et selon des modalités permettant de ne pas générer de doutes quant à l'intégrité et la bonne réputation de Clementoni. Dans ce cas, avant d'agir, les Destinataires peuvent demander l'assistance de leur responsable ou de l'Organisme de Vigilance.

8. Blanchiment

Le Groupe respecte la législation en vigueur en matière de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement d'activités illicites. Les Destinataires ont l'obligation de signaler les situations d'anomalie potentielle dont ils ont connaissance pour faciliter la prévention et la répression des phénomènes de blanchiment d'argent. Ils sont en outre tenus de :

- vérifier avec soin les informations des contreparties en évitant d'entreprendre des rapports commerciaux ou financiers en cas de doute sur l'éventuelle commission d'infractions de la part de ces dernières ;
- effectuer et accepter des paiements en espèces uniquement s'il n'existe pas d'autres modalités disponibles et de toutes façons toujours dans les limites établies par la loi ;
- collaborer avec les autorités compétentes pour la prévention et la répression des phénomènes de blanchiment d'argent.

B) RAPPORTS AVEC LES CLIENTS ET CONSOMMATEURS

Clementoni reconnaît parmi ses principaux objectifs la satisfaction et la protection de ses clients et consommateurs, en s'engageant à répondre à leurs exigences pour favoriser des rapports solides et durables.

1. Communications commerciales et publicité

Clementoni juge qu'une communication et une information correctes sur ses produits et leurs caractéristiques sont des éléments indispensables. Les Destinataires sont toujours tenus de fournir des informations véridiques, précises et complètes, en évitant tout contenu trompeur, afin que les personnes qui ont l'intention d'acheter un produit Clementoni puissent le faire en toute connaissance de cause, et en tenant compte également du fait que les communications commerciales et promotionnelles et les messages publicitaires relatifs aux produits Clementoni s'adressent à un public aussi constitué de mineurs.

2. Assistance après-vente

Pour fournir un service adapté aux demandes et aux exigences des clients et des consommateurs, il est nécessaire que chaque Destinataire s'efforce de maintenir un rapport voué à la satisfaction de ces derniers. Dans ce but, les Destinataires ont le devoir de :

- agir avec éducation, disponibilité et courtoisie ;
- respecter toutes les procédures applicables et adopter des comportements adaptés pour fournir un service d'information et d'assistance adéquat qui garantisse une accessibilité maximale, des temps de réponse minimes et la disponibilité de canaux de communication multiples (téléphone, courrier, e-mail, Internet et fax) ;
- avoir une attitude ayant pour objectif la résolution des problèmes.

C) RAPPORTS AVEC LES EMPLOYÉS ET LES COLLABORATEURS

Dans le Groupe, il existe une volonté et une nécessité constantes de travailler en équipe, en affrontant chaque problème depuis plusieurs points de vue, en réunissant toutes les ressources, les compétences professionnelles, les expériences personnelles et le potentiel représenté par les plus jeunes dans le respect absolu de tous les principes et valeurs du Code. Dans cette section, sont considérés comme employés et collaborateurs toutes les personnes qui entretiennent, sous les formes prévues par la loi, un rapport de travail ou de collaboration avec le Groupe, ayant pour but d'atteindre les objectifs de l'entreprise (ex : dirigeants, travailleurs subordonnés en contrat à durée indéterminée, déterminée ou à temps partiel, travailleurs temporaires, collaborateurs de projet, collaborateurs occasionnels, etc.).

1. Sélection et gestion du personnel

L'embauche de personnel est effectuée sur la base de la correspondance entre le profil du candidat et les critères exigés par l'entreprise. C'est pourquoi les phases de recherche et de sélection sont effectuées uniquement en fonction de critères objectifs, équitables et transparents, en garantissant l'égalité des chances et en évitant toute forme de favoritisme, népotisme ou clientélisme.

Les informations demandées au candidat sont celles nécessaires et suffisantes pour vérifier les aspects prévus par le profil professionnel et d'aptitude requis, dans le respect de la sphère strictement personnelle. Le Groupe interdit toute forme de harcèlement psychologique, physique ou sexuel vis-à-vis de candidats ou d'employés et collaborateurs, considérant comme tel toute forme d'intimidation ou de menace qui constitue un obstacle à l'accomplissement serein de leurs fonctions, notamment l'abus de la part du supérieur hiérarchique de sa position d'autorité.

La personne qui juge avoir fait l'objet de harcèlement ou d'une discrimination pour toute raison que ce soit doit le signaler à l'Organisme de Vigilance. Tout acte de représailles vis-à-vis de l'employé qui se plaint ou signale des actes de harcèlement est interdit.

2. Intégrité, santé et sécurité sur le lieu de travail

Clementoni s'engage à garantir les droits du travail tels qu'ils sont établis par la loi italienne sur le Statut des Travailleurs (loi du 20 mai 1970, n° 300) et à respecter toutes les législations applicables en matière de santé et de sécurité sur le lieu de travail.

Le Groupe s'engage à diffuser et consolider la culture de la sécurité, en développant la connaissance des risques potentiels et le respect de la législation en vigueur et en promouvant des comportements responsables de la part de tous les Destinataires.

Clementoni garantit un lieu de travail salubre et sûr, en adoptant toutes les mesures opportunes pour la prévention des incidents et accidents dans l'exécution des travaux et des activités attribuées. En particulier, Clementoni adopte des systèmes destinés à identifier, éviter ou répondre à des risques potentiels pour la santé et la sécurité des individus, en conformité avec le Décret Légitif italien 81/2008 (Texte Unique en matière de Santé et de Sécurité sur le lieu de Travail). À tous les Destinataires, il est demandé de respecter les obligations prévues par la législation en vigueur en matière de santé et de sécurité sur le lieu de travail et par les procédures de l'entreprise, ainsi que les instructions données par l'employeur.

Tous les dirigeants, employés et collaborateurs de Clementoni doivent s'abstenir d'exécuter leurs activités sous l'emprise d'alcool, de stupéfiants ou de substances ayant un effet analogue et de consommer de telles substances au cours de leur travail.

Tous les Destinataires doivent en outre communiquer aux structures identifiées par le Système de Santé et Sécurité de l'entreprise, dans les plus brefs délais et selon les modalités définies dans les procédures d'entreprise adoptées, les éventuels risques, dangers et incidents, quelle que soit leur gravité, et les violations des règles de comportement et des procédures de l'entreprise.

D) RAPPORTS AVEC LES FOURNISSEURS

Les relations avec les fournisseurs, y compris les rapports de nature financière et de conseil, sont basées sur les principes énoncés dans le présent Code et font l'objet d'une surveillance constante et attentive de la part du Groupe.

Clementoni s'engage à assurer à ses fournisseurs le respect des engagements pris, la protection et la confidentialité du savoir-faire professionnel, en demandant aux contreparties la même équité dans la gestion du rapport.

Le Groupe fait exclusivement appel à des fournisseurs qui travaillent en conformité avec la législation en vigueur et avec les dispositions du présent Code. Le Groupe informe les fournisseurs de l'adoption par Clementoni du Modèle issu du Décret Législatif italien 231/2001 et du présent Code, dont la connaissance et le respect constituent une obligation contractuelle expresse.

Les Destinataires qui participent au processus d'achat et d'approvisionnement de biens et services pour l'entreprise ont la responsabilité de soumettre les fournisseurs à des vérifications préventives puis à une surveillance périodique visant à s'assurer du respect des normes de qualité et des législations en vigueur. Si les contrôles mentionnés ci-dessus ont un résultat négatif, le Groupe aura la faculté d'interrompre le rapport, s'il a déjà commencé, ou de sélectionner un autre fournisseur.

E) RAPPORTS AVEC LES ORGANISMES ET RESPONSABLES PUBLICS

Les rapports avec les organismes publics nationaux, communautaires et étrangers, c'est à dire avec tout organe, organisme, institution ou autorité publique ou avec l'administration publique, avec leurs employés et, d'une manière générale, avec les agents publics ou responsables du service public sont basés sur le respect des principes énoncés dans ce Code, et en particulier les principes de légalité, d'équité et de transparence, en plus des procédures spécifiques en la matière approuvées par le Groupe.

La gestion des rapports entre le Groupe et les organismes publics ou leurs responsables, comme par exemple la prise d'engagements, la réalisation de déclarations, l'envoi de communications et la présentation de documents, est réservée exclusivement aux fonctions de l'entreprise qui y sont préposées et autorisées.

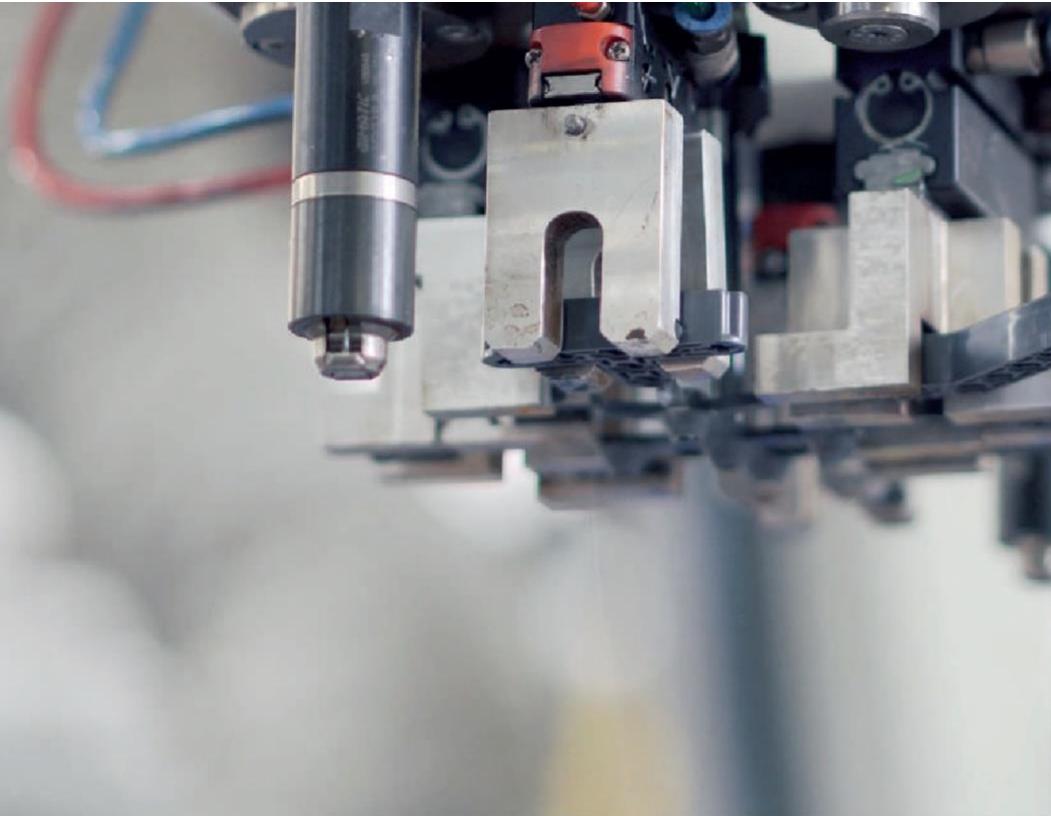
Aux Destinataires qui participent à l'activité de demande et gestion de financements, contributions, subventions ou versements publics dans l'intérêt du Groupe, il est expressément interdit de :

- réaliser ou présenter des déclarations non véridiques, omettre des informations dues ou présenter des documents (même informatiques) faux ou modifiés afin d'obtenir des contributions, financements ou autres versements publics non dus dans l'intérêt du Groupe ;
- destiner des sommes reçues d'organismes publics au titre de contributions, financements ou versements publics à des usages autres que ceux auxquels elles étaient destinés.

Les Destinataires qui, dans le cadre de leurs fonctions, se retrouvent à agir légitimement au nom, pour le compte ou dans l'intérêt du Groupe dans les rapports avec des organismes publics ou avec des sujets qui leur sont liés, doivent garantir non seulement la légalité et une équité substantielle, mais aussi que les comportements adoptés soient tels qu'ils ne puissent pas être équivoques ou interprétés comme ambigus. À cette fin, il est expressément interdit aux Destinataires de solliciter ou d'obtenir des informations confidentielles qui puissent compromettre l'intégrité ou la réputation des parties.

Pour garantir le respect des interdictions mentionnées ci-dessus, les Destinataires entretenant les rapports avec des organismes publics ou avec des sujets qui leurs sont liés ont le devoir et la responsabilité de vérifier préalablement et avec la diligence nécessaire que ce qui est déclaré et attesté au nom, pour le compte ou dans l'intérêt du Groupe est véridique et complet et que les documents présentés sont authentiques.





PARTIE 4 - MISE EN ŒUVRE ET SANCTIONS

1. Diffusion et connaissance du Code

Clementoni s'engage à divulguer le présent Code et à en assurer la diffusion maximale par le biais d'outils adéquats et d'une activité de communication dédiée, afin d'en garantir la connaissance de la part de tous les Destinataires. En particulier, le Code et toutes les modifications successives ou intégrations sont publiés sur le site Internet du Groupe (www.clementoni.com) et sont diffusés et partagés comme il se doit au sein de l'entreprise. Des copies papier du Code sont en outre disponibles auprès du Bureau RH. Clementoni promeut des campagnes de sensibilisation aux principes et aux règles de conduite se trouvant dans le Code par le biais d'activités d'information et de formation et de parcours spécifiques différentiés en fonction des fonctions et des activités accomplies. Clementoni s'occupe en outre d'assurer la connaissance et le respect du Code par les Destinataires extérieurs au Groupe, par l'insertion dans les contrats signés avec les agents, distributeurs, fournisseurs, consultants, collaborateurs et autres partenaires commerciaux d'une clause spéciale vouée à informer la contrepartie de l'adoption du Code et à engager cette dernière à respecter les principes éthiques et les règles de conduite qu'il contient.

2. Application et interprétation

Le Groupe s'engage à assurer le respect par les Destinataires des principes éthiques et des règles de comportement et de conduite se trouvant dans le Code, en adoptant rapidement les mesures de sanction prévues par le Code en cas de violations ou de comportements non conformes. En aucun cas la conviction d'agir dans l'intérêt ou au profit de la Société ne peut justifier l'adoption de comportements qui divergent des principes et des règles de comportement du Code.

En cas d'incertitude quant à l'application ou l'interprétation de ce qui se trouve dans le Code, ou bien si des lacunes ou carences sont détectées, les Destinataires ont l'obligation de le signaler à l'Organisme de Vigilance.

3. Signalement des violations

Tout Destinataire ayant connaissance de comportements que l'on peut considérer comme des violations des principes et des règles de comportement et de conduite, est tenu de les signaler à l'Organisme de Vigilance, sous forme anonyme s'il le souhaite.

Les signalements doivent être circonstanciés et fondés sur des éléments précis et concordants, concerner des faits vérifiables et connus directement, et doivent contenir toutes les informations nécessaires pour identifier les auteurs de la conduite illicite.

Toute personne effectuant ce type de signalement de violations du Code bénéficiera d'un traitement absolument confidentiel. L'Organisme de Vigilance veillera à ce que la personne ayant effectué le signalement ne fasse l'objet d'aucune mesure de représailles ou vexatoire.

4. Communications à l'Organisme de Vigilance

Les communications à l'Organisme de Vigilance pourront être transmises par e-mail à l'adresse odv231@clementoni.it ou par la poste à l'adresse suivante :

Organismo di Vigilanza
Clementoni S.p.A.
Zona Ind.le Fontenoce scn
62019 Recanati (MC) Italie

5. Sanctions

En cas de violations avérées des principes et des règles de comportement et de conduite contenus dans le présent Code, dans le respect du principe du contradictoire, Clementoni adoptera des mesures de sanction en proportion avec la gravité des faits, avec l'intensité de la faute et avec le niveau de culpabilité et en tenant compte de l'éventuelle récidive, selon les dispositions du système de sanction prévu dans le Modèle issu du Décret Légititatif italien 231/2001.

En cas de violations commises par les Destinataires extérieurs liés au Groupe par des rapports contractuels (agents, collaborateurs, consultants, fournisseurs, partenaires commerciaux, etc.), on appliquera comme sanction la résiliation immédiate du contrat signé, en mettant en œuvre la clause de résiliation expresse issue de l'art. 1456 du Code civil italien, prévue à cet effet dans les contrats signés par le Groupe.

Les mesures de sanction seront imposées par le Bureau HR, par le C.A. ou par le représentant légal par intérim ou le procureur signataire au nom et pour le compte du Groupe selon que la violation a été commise respectivement par des employés, par des individus qui ont des rôles de direction ou par des individus extérieurs au groupe.

6. Mises à jour

Clementoni se chargera de la mise à jour constante et dans les meilleurs délais du Code en phase avec les développements législatifs et les changements concernant l'organisation, les statuts et les aspects financiers du Groupe, en procédant à en faire la publicité comme il se doit de manière à informer tous les Destinataires.



