

KODEKS ETYKI I POSTĘPOWANIA

Przyjęty uchwałą Zarządu z dnia 24 stycznia 2020 roku



 **Clementoni.**
Wszystkie światy z Twoich wyobrażeń



Moi rodzice, Mario i Matilde, ziścili marzenie: tworzenie zabawek, które będą bawić i uczyć dzieci oraz dorosłych. W swoim pragnieniu oparli się na przekonaniu, że - jak zwykł mawiać mój ojciec - "Zabawa to poważna sprawa. Nigdy nie powinniśmy przestawać się bawić, szczególnie gdy już stajemy się dorośli."

Ambitny i odważny projekt biznesowy zrodził się dzięki silnej intuicji i rozwijał się karmiony energią i nieustannym poświęceniem, w poszanowaniu zasad; te wartości, tak dzisiaj, jak i wówczas, przyświecają na co dzień wszystkim osobom pracującym w firmie i dążącym do ciągłego rozwoju tego przedsięwzięcia, tak niezwykle ważnego dla naszej rodziny oraz dla wspólnoty i terytorium.

Umiejętność zabawy to niezwykle cenna sztuka i zasługuje na troskliwe pielęgnowanie jej, dlatego też winniśmy przyjąć spójną postawę, stale mając na uwadze integralność, wiarygodność i szacunek.

Aby to, co przeczuwamy mogło nabrać namacalnej formy, postanowiliśmy ująć w odświeżonej szacie naszego Kodeksu Etycznego właśnie te zasady i priorytety, które czynią nasze działania wyjątkowymi i które powinny stanowić jedyny i niezmienny punkt odniesienia dla tych wszystkich, którzy w różnych wymiarach współpracują z naszą firmą - pracowników, dostawców i innych firm zewnętrznych.

Efekty mają takie samo znaczenie, jak i sposób, w który je osiągamy: oto aksjomat stanowiący genezę naszego Kodeksu, będącego w każdym pojedynczym słowie potwierdzeniem zaangażowania nas wszystkich w te wartości.

Zachęcam każdego z Was, abyście aktywnie dołączyli do procesu nieustannego wzrostu i umacniania zaufania, którym obdarzyli nas nasi klienci i użytkownicy, pragniemy bowiem wraz z nimi każdego dnia poznawać światy z naszych wyobrażeń, a środkiem do tego niech będą nasze zabawki.

Giovanni Clementoni
Dyrektor Generalny/ CEO



Zabawa to poważna sprawa.
Nigdy nie powinniśmy przestawać się
bawić, szczególnie gdy już stajemy się
dorośli....

Mario Clementoni



SPIS TREŚCI

CZĘŚĆ 1 - WPROWADZENIE.....7

1. Słowo wstępne.....7
2. Adresaci.....7

CZĘŚĆ 2 - WYTYCZNE I ZASADY ETYCZNE9

A) WYTYCZNE.....9

1. Integralność dziecka i człowieka.....9
2. Ochrona środowiska9
3. Podnoszenie wartości ludzkich zasobów.....9
4. Innowacje i kompetencje9

B) ZASADY ETYCZNE10

1. Zgodność z prawem10
2. Integralność i poprawność10
3. Inkluzja społeczna10
4. Jakość i bezpieczeństwo10
5. Skrupulatność i odpowiedzialność.....11
6. Szacunek i lojalna współpraca.....11
7. Przejrzystość i identyfikowalność działań11
8. Ochrona danych osobowych11

CZĘŚĆ 3 - NORMY POSTĘPOWANIA13

A) ZASADY OGÓLNE13

1. Rynek i konkurencja13
2. Majątek firmy13
3. Wizerunek i reputacja firmy14
4. Poufność i własność intelektualna14
5. Zaangażowanie w sprawy społeczne i w potrzeby terytorium.....14
6. Konflikt interesów.....15
7. Korupcja i niedozwolone płatności.....15
8. Pranie brudnych pieniędzy16

B) RELACJE Z KLIENTAMI I UŻYTKOWNIKAMI..... 16

1. Korespondencja handlowa i reklama 16
2. Wsparcie posprzedażne..... 16

C) RELACJA Z PRACOWNIKAMI I WSPÓŁPRACOWNIKAMI.. 17

1. Nabór pracowników i zarządzanie kadrami..... 17
2. Zdrowie, bezpieczeństwo i higiena w miejscu pracy 17

D) RELACJE Z DOSTAWCAMI 18

E) RELACJE Z ORGANAMI I PRZEDSTAWICIELAMI INSTYTUCJI PUBLICZNYCH 18

CZĘŚĆ 4 - WDRAŻANIE I KARY..... 21

1. Rozpowszechnianie i znajomość Kodeksu 21
2. Zastosowanie i interpretacja..... 21
3. Zgłaszanie naruszeń 21
4. Zawiadomienia do Organu Nadzoru..... 22
5. Kary 22
6. Aktualizacje 22



**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 Educational di Clementoni significa dargli vitamine per il cervello. Perché gli Educational 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 Educational di Clementoni. E gioca con lui: è importante, ed è il modo più bello di fare il genitore.



Clementoni
gli Educational siamo noi

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

**divertente
intelligente
avvincente**



**C CLEMENTONI
GIOCHI**

CZĘŚĆ 1 - WPROWADZENIE

1. Słowo wstępne

Spójnie ze swoją wizją - wyrażanie emocji w celu rozwoju poprzez zabawę - spółka Clementoni S.p.A. od ponad 50 lat, przy współudziale spółek należących do Grupy Clementoni (w dalszej części "Clementoni" lub "Grupa"), zajmuje się projektowaniem, produkcją, promowaniem i sprzedażą gier edukacyjnych, puzzli, zabawek i produktów dla najmłodszych dzieci. Misją firmy jest wspieranie rozwoju najmłodszych i dorosłych, poprzez doświadczenia gromadzone w czasie nieustannie ewoluującej zabawy, poprzez przekraczanie kolejnych granic, przy zachowaniu pełnego szacunku dla człowieka i środowiska, i tym samym kieruje ona swoją ofertę do "dzieci" w wieku od 0 do 99 lat. Spółka, wyrastając z solidnych korzeni, postanowiła opracować Kodeks Etyki i Postępowania (w dalszej części dokumentu "Kodeks"), w którym formalnie zdefiniowano wytyczne i zasady stanowiące punkt odniesienia w prowadzonej działalności, jak również wynikające z tego obowiązki i zakres odpowiedzialności dla operatorów działających w interesie Grupy lub z którymi Grupę łączą relacje mające na celu realizację przedmiotu spółki.

2. Adresaci

Kodeks to dokument formalnie przyjęty przez Zarząd Clementoni S.p.A., a wszyscy jego adresaci są zobowiązani do przestrzegania zawartych w nim zasad i reguł, przy jednoczesnym uwzględnieniu aspektów normatywnych, społecznych, ekonomicznych i kultowych państw, w których Grupa prowadzi swoją działalność.

Adresatami Kodeksu (w dalszej części "Adresatami") są w szczególności:

- organy spółki i ich członkowie;
- kadra zarządzająca Grupy, w tym dyrekcja i kierownictwo działów przedsiębiorstwa;
- pracownicy;
- zewnętrzni współpracownicy;
- dostawcy towarów i usług;
- każdy inny podmiot, z którym spółki wchodzące w skład Grupy łączą relacje z tytułu prowadzenia działań niezbędnych do osiągnięcia celów spółki.

Każde dziecko w czasie zabawy angażuje w pełni swoje zdolności koncentracji i lepiej zapamiętuje rzeczy, które wykonuje z przyjemnością. A rzeczą, którą wykonuje z największą przyjemnością jest zabawa.

Mario Clementoni



CZĘŚĆ 2 - WYTYCZNE I ZASADY ETYCZNE

A) WYTYCZNE

1. Integralność dziecka i człowieka

Godność dziecka i w ogóle godność człowieka jest dla Grupy wartością zasadniczą. Grupa krzewi szacunek dla integralności psychiczno-fizycznej, moralnej i kulturowej poprzez uznanie podstawowych praw zapisanych w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka ONZ (Paryż, 1948 rok), w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej (Nicea 2000 rok), w Konwencji o prawach dziecka ONZ (1989 rok), zaangażowanie w ich poszanowanie oraz egzekwowanie ich poszanowania, oraz poprzez wyniesienie do rangi bezwzględnego priorytetu ochrony życia, zdrowia i nienaruszalności wszystkich, którzy mają do czynienia z Clementoni i jej produktami.

2. Ochrona środowiska

Grupa chroni środowisko jako podstawowe dobro i zasób, chroniąc w ten sposób dobro wspólnoty i przyszłych pokoleń. Clementoni w pełni angażuje się w propagowanie i umacnianie postawy wyrażającej się w zapobieganiu zagrożeniom dla środowiska, przy skrupulatnym przestrzeganiu przepisów obowiązujących w tej dziedzinie i w tym celu dokonuje uważnej selekcji dostawców, zawsze szukając optymalnej równowagi między inicjatywą ekonomiczną a oddziaływaniem na środowisko oraz z zapałem promując wśród młodzieży konieczność budowania wrażliwości na zagadnienia środowiskowe. Tego wszystkiego dokonuje również poprzez swoje produkty.

3. Podnoszenie wartości ludzkich zasobów

Clementoni ma pełną świadomość centralnej roli ludzkich zasobów w procesie realizacji celów przedsiębiorstwa, dlatego też uznaje znaczenie i wartość własnych współpracowników, którzy są podstawowym kapitałem w firmie oraz elementem niezbędnym na drodze ciągłego rozwoju. Firma wspiera nieustanne podnoszenie ich wartości i doświadczenia, poprzez kursy przygotowawcze i doszkalające oraz lansowanie stylu pracy opartej na duchu zespołu.

4. Innowacje i kompetencje

Wyzwaniem, jakie każdego dnia podejmuje Clementoni, jest stawianie czoła ciągłym zmianom i dynamiczne reagowanie na coraz szybszą ewolucję kontekstu społecznego, ekonomicznego, technologicznego, zachowując pasję, kreatywność i profesjonalizm w sposobie myślenia i działania, nie tylko w odniesieniu do projektowania i produkowania, ale do każdego pojedynczego momentu w życiu firmy, mając na względzie ciągłe podnoszenie jakości, w oparciu o kompetencje. Ponieważ dla Clementoni zabawa to poważna sprawa.

B) ZASADY ETYCZNE

1. Zgodność z prawem

Grupa postrzega przestrzeganie zasad jako fundamentalną wartość stojącą u podstaw świadomego współdziałania i z tego względu zobowiązuje się do działania w pełnym poszanowaniu przepisów obowiązujących we wszystkich państwach, w których jest obecna, jak również zaleceń niniejszego Kodeksu oraz procedur obowiązujących wewnątrz przedsiębiorstwa.

Grupa zobowiązuje się także do propagowania i krzewienia wśród Adresatów postawy zgodności z prawem. Każdy Adresat jest stale zobowiązany do skrupulatnego przestrzegania praw i regulaminów, zapewniając pełną zgodność z odpowiednimi ramami prawnymi. Pod żadnym pozorem przekonanie o tym, że działa się w interesie lub na korzyść Clementoni nie może usprawiedliwiać podejmowania zachowań choćby w minimalnym stopniu sprzecznych z przepisami prawa.

2. Integralność i poprawność

Relacje międzyludzkie stanowią fundamentalny składnik modelu biznesowego spółki Clementoni. Każde pojedyncze działanie jest inspirowane zasadami moralnej integralności i wartościami uczciwości, poprawności i dobrej wiary.

3. Inkluzja społeczna

Różnorodność jest dla spółki Clementoni źródłem inspiracji, prawdziwym bogactwem i sposobnością do rozwoju. Z tego względu Clementoni realizując każde pojedyncze działanie propaguje inkluzję społeczną i surowo potępia wszelkie formy dyskryminacji i wszelkiego rodzaju nierówność w traktowaniu ze względu na wiek, płeć, orientację seksualną, stan zdrowia, rasę, narodowość, przekonania polityczne czy religijne.

4. Jakość i bezpieczeństwo

U podstaw polityki firmy leży duch wybitności, dlatego, spójnie z oczekiwaniami klientów i użytkowników oraz z wymogami rynku, Grupa kieruje się w swoich działaniach badawczych, rozwojowych i handlowych wysokimi standardami jakościowymi, promując wszelkie formy działań, których celem jest doskonalenie oraz zapewniając bezpieczeństwo produktów oraz satysfakcję tym, którzy obdarzyli Clementoni zaufaniem. Adresaci są zobowiązani do rygorystycznego przestrzegania przepisów obowiązujących w zakresie bezpieczeństwa produktu i zabawek, procedur przyjętych przez przedsiębiorstwo w odniesieniu do tego zagadnienia oraz do niezwłocznego zgłaszania swojemu przełożonemu lub Organowi Nadzoru przypadków naruszenia, a także zagrożeń związanych z produktami i brakami w ocenie ryzyka. Polityka Jakości i ogólnie cały System Zarządzania Jakością przyjęty przez firmę uzyskał certyfikat ISO 9001:2015.

5. Skrupulatność i odpowiedzialność

Grupa zobowiązuje się prowadzić swoją działalność i angażować wszystkie zasoby niezbędne do osiągnięcia ustalonych celów wykazując konieczną skrupulatność.

Każdy Adresat jest zobowiązany do prowadzenia swojej działalności z najwyższą dbałością, wykorzystując jak najlepiej udostępniony mu czas i narzędzia oraz przyjmując na siebie odpowiedzialność związaną z realizacją przydzielonych zadań.

6. Szacunek i lojalna współpraca

W spółce Clementoni współpraca między zasobami wewnętrznymi i zewnętrznymi oraz z partnerami handlowymi stanowi fundament prawidłowego rozwoju działalności.

Oczekuje się od Adresatów najwyższego poszanowania pracy innych osób oraz współpracy ze wszystkimi partnerami, z którymi prowadzą oni relacje zawodowe, co sprzyja pogodnej atmosferze pracy w ramach budowania sukcesu przedsiębiorstwa.

7. Przejrzystość i identyfikowalność działań

Clementoni stosuje jasne i sformalizowane zasady, które pozwalają klarownie wyznaczać role wykonawców i osób odpowiedzialnych, definiować obiektywne kryteria oceny i decyzji, wskazywać sposoby rejestrowania operacji, co gwarantuje identyfikowalność i weryfikowalność procesów decyzyjnych, autoryzacyjnych i wdrażających.

Adresaci są zobowiązani do zapewnienia we wszystkich prowadzonych działaniach odpowiedniego wsparcia dokumentacyjnego, aby można było weryfikować ich charakterystykę, motywację oraz pełny cykl zatwierdzeń.

8. Ochrona danych osobowych

Grupa gwarantuje poufność danych osobowych przetwarzanych w jej strukturach, a także ich ochronę przy zastosowaniu odpowiednich środków. Clementoni stosuje się do zaleceń Rozporządzenia WE z 27 kwietnia 2016, nr 679, Ogólne rozporządzenie o ochronie danych i gwarantuje każdemu podmiotowi realizację praw przewidzianych jednościami przepisami prawa krajowego i międzynarodowego.

Adresaci są zobowiązani wywiązywać się z zadań przewidzianych ewentualnymi porozumieniami ze spółkami należącymi do Grupy i dotyczącymi ochrony danych osobowych, a także z procedur wewnętrznych, wdrożonych przez Clementoni, nie przekazując trzecim, nie rozpowszechniając ani nie wykorzystując informacji firmowych oraz danych osobowych, w stosunku do których Clementoni lub inne spółki należące do Grupy pełnią obowiązki administratora, z zastrzeżeniem wyraźnie określonych przypadków, za uprzednią zgodą.



CZĘŚĆ 3 - NORMY POSTĘPOWANIA

A) ZASADY OGÓLNE

1. Rynek i konkurencja

Clementoni wierzy w wolną i uczciwą konkurencję, uzasadnioną, opartą na umiejętnościach, doświadczeniu i skuteczności. Z tego względu Grupa opiera swoje działania na zasadach uczciwości i poprawności, w pełnym poszanowaniu przepisów prawa regulujących kwestie konkurencji i działań antymonopolowych.

Adresatów realizujących przydzielone im obowiązki obowiązuje zakaz:

- utrudniania w jakikolwiek sposób pełnoprawnego prowadzenia działalności przedsiębiorczej konkurencji;
- rozpowszechniania wiadomości i informacji na temat produktów i działalności jakiegokolwiek konkurenta, które mogłyby choćby potencjalnie go zdyskredytować;
- w jakikolwiek sposób zastraszania bądź nękania konkurencji;
- prowadzenia jakichkolwiek działań, które mogłyby być uznane za formę nie w pełni poprawnej i transparentnej konkurencji.

2. Majątek firmy

Adresaci są zobowiązani do działania ze starannością, w celu ochrony zasobów firmy, stanowiących majątek spółek należących do Grupy (mienie ruchome, nieruchomości, zasoby technologiczne, know-how itd.), unikając nieracjonalnego wykorzystywania środków i zasobów, jak również nieprawidłowego użytkowania, które mogłyby stać się przyczyną szkód lub spadku skuteczności czy jakkolwiek byłoby niezgodne z interesem Grupy.

Każdy Adresat ma obowiązek:

- stosować politykę dotyczącą ochrony majątku firmy, zapobiegając nieautoryzowanemu dostępowi i użytkowaniu, kradzieżom, uszkodzeniom lub zniszczeniom i spadkom skuteczności;
- unikania pobierania, instalowania, powielania lub udostępniania bez uprawnień osobom trzecim oprogramowania chronionego licencją.

W ujęciu ogólnym zasobów Grupy nie wolno wykorzystywać do celów innych niż cele firmowe, chyba że uzyska się wcześniejszej wyraźną zgodę lub wystąpią przypadki odstępstw przewidziane odnośnymi przepisami prawa (na przykład stan wyjątkowy itp.). Każdy Adresat jest odpowiedzialny za powierzone mu mienie przedsiębiorstwa i musi niezwłocznie informować swoich bezpośrednich przełożonych o zdarzeniach stanowiących nawet potencjalne źródło szkody.

3. Wizerunek i reputacja firmy

Dobra reputacja i wizerunek Clementoni to istotne zasoby Grupy i wszyscy Adresaci są zobowiązani postępować w taki sposób, aby je chronić, zachowując się w relacjach ze swoimi kolegami, klientami i ogólnie osobami trzecimi z godnością i zgodnie ze standardami typowymi dla firm takiego kalibru i o takiej pozycji, jakie cechują Grupę.

4. Poufność i własność intelektualna

Grupa wymaga od wszystkich Adresatów działania z poszanowaniem praw własności przemysłowej i intelektualnej osób trzecich, a także zgodnie z międzynarodowymi regulacjami prawnymi obowiązującymi w zakresie ochrony takich praw. W związku z tym żadnemu z Adresatów nie wolno:

- podejmować jakiegokolwiek rodzaju zachowań, które mogłyby stanowić uzurpację praw własności przemysłowej; nie wolno zmieniać ani podrabiać charakterystycznych znaków produktów przemysłowych lub patentów, wzorów lub modeli przemysłowych, zarówno krajowych, jak i zagranicznych; jak również nie wolno importować, sprzedawać, użytkować ani wprowadzać do obrotu na rynku produktów przemysłowych posiadających znaki charakterystyczne podrobione, zmienione lub wykonane poprzez uzurpowanie praw własności przemysłowej;
- wykorzystywać nielegalnie lub niewłaściwie, w interesie firmy lub osób trzecich, własności intelektualnych lub ich części, chronionych przepisami o naruszeniu praw autorskich.

Wszyscy Adresaci są zobowiązani do ochrony posiadanych przez nich poufnych informacji oraz praw własności przemysłowej związanych z pomysłami i produktami opracowanymi w strukturze organizacyjnej Spółki, gdyż stanowią one fundamentalnej części majątku firmy i podstawowy czynnik w procesie tworzenia wartości.

5. Zaangażowanie w sprawy społeczne i w potrzeby terytorium

Grupa Clementoni wspiera również inicjatywy społeczne, sponsorując lub wnosząc wkład na rzecz fundacji, instytucji lub organizacji wspierające inicjatywy i działania zgodne z wartościami i misją Grupy, a także na rzecz terytoriów, na których działa Clementoni. Sponsoring i darowizny podlegają procesowi należytych autoryzacji, jednoznacznie wskazują na zaangażowane strony oraz motywację leżącą u podstaw udzielanych środków. Przeniesienia są przeprowadzane przy użyciu środków gwarantujących identyfikowalność operacji na podstawie odpowiedniej dokumentacji.

6. Konflikt interesów

Adresaci dokładają starań, aby zapobiegać przypadkom konfliktu interesów między własną lub rodzinną działalnością gospodarczą a obowiązkami pełnionymi w firmie lub organami spółki.

Wyżej wspomniani Adresaci muszą powstrzymać się od udziału w działaniach lub decyzjach stanowiących źródło takiego konfliktu oraz w każdym innym przypadku, gdy istnieją poważne powody interesowności lub w których ich udział w sprawie mógłby wzbudzić brak zaufania co do bezstronności Grupy. Wszyscy Adresaci muszą bezzwłocznie informować swojego przełożonego lub Organ Nadzoru o wszelkich przypadkach konfliktu interesów własnych lub o których posiadają wiedzę, podając wszelkie dalsze wymagane informacje, aby umożliwić Grupie szybkie podjęcie wszystkich odpowiednich środków łagodzących.

7. Korupcja i niedozwolone płatności

Grupa nie toleruje jakiegokolwiek rodzaju korupcji, a w szczególności Adresaci nie mają prawa:

- wręczać ani obiecywać prezentów w gotówce lub w naturze osobom powiązanym z administracją publiczną, klientami, dostawcami, partnerami handlowymi, choćby potencjalnymi, ani osobom trzecim związanym z nimi więzami pokrewieństwa lub powinowactwa lub osobom wskazanym bądź wybranym przez takowych, w celu promowania lub wspierania interesów Grupy, także na skutek bezprawnych nacisków;
- zatrudniać lub obiecywać zatrudnienie osobom, które łączą więzy pokrewieństwa lub powinowactwa z podmiotami związanymi z administracją publiczną, klientami, dostawcami, partnerami handlowymi, choćby potencjalnymi, czy jakkolwiek osobom wskazanym bądź wybranym przez takowych, w celu promowania lub wspierania interesów Grupy, także na skutek bezprawnych nacisków;
- udzielać innych korzyści jakiegokolwiek rodzaju lub uciekać się do różnych form pomocy lub wkładów, aby w ramach zleceń związanych z dostawami, zamówieniami na usługi doradztwa, sponsoringu lub reklamy na rzecz osób, które łączą więzy pokrewieństwa lub powinowactwa z podmiotami związanymi z administracją publiczną, klientami, dostawcami, partnerami handlowymi, choćby potencjalnymi, czy jakkolwiek osób wskazanych bądź wybranych przez takowych, realizowały tym samym te same cele zakazane powyżej lub mogące mieć takie same konsekwencje;
- wywierać nieuzasadnionego nacisku lub dokonywać jakiegokolwiek rodzaju ingerencji w stosunku do jakiegokolwiek urzędnika publicznego lub osoby pełniącej służbę publiczną, włoskiej lub zagranicznej, w celu uzyskania korzyści lub w interesie Grupy.

Upominki i gesty uprzejmości handlowej wobec osób trzecich, a także ich przyjmowanie są dozwolone, pod warunkiem że mają one niewielką wartość i mieszczą się w przyjętych zwyczajach, w każdym przypadku przy zachowaniu najwyższej ostrożności i zawsze w zakresie i w sposób nie budzący wątpliwości co do uczciwości i dobrej reputacji Clementoni. W razie wątpliwości Adresaci mogą wcześniej poprosić o wsparcie swojego przełożonego lub Organ Nadzoru.

8. Pranie brudnych pieniędzy

Grupa przestrzega przepisów prawnych obowiązujących w zakresie prania brudnych pieniędzy i finansowania nielegalnych działalności. Adresaci mają obowiązek zgłaszania znanych im sytuacji stanowiących potencjalne nieprawidłowości, w celu usprawnienia zapobiegania i przeciwdziałania się zjawiskom prania brudnych pieniędzy. Ponadto są zobowiązani do:

- dokładnego sprawdzania informacji o kontrahentach, unikając nawiązywania stosunków handlowych lub finansowych w przypadku pojawienia się podejrzeń o możliwości ewentualnego popełnienia przez nich przestępstwa;
- dokonywania i przyjmowania płatności gotówkowych tylko wtedy, gdy inne metody nie są dostępne i jakkolwiek zawsze w granicach określonych przez prawo;
- współpracy z właściwymi organami w celu zapobiegania i przeciwdziałania zjawiskom związanym z praniem pieniędzy.

B) RELACJE Z KLIENTAMI I UŻYTKOWNIKAMI

Clementoni uznaje za jeden ze swych głównych celów zadowolenie i ochronę swoich klientów i użytkowników, zobowiązując się do reagowania na ich potrzeby w celu budowania silnych i trwałych relacji.

1. Korespondencja handlowa i reklama

Spółka Clementoni uważa, że poprawna komunikacja i informacje o jej produktach i ich cechach są nieodzownymi elementami. Adresaci są stale zobowiązani do podawania prawdziwych, dokładnych i kompletnych informacji, unikając treści w jakikolwiek sposób wprowadzających w błąd, tak aby osoba zamierzająca kupić produkt Clementoni mogła to zrobić z pełną świadomością, uwzględniając również fakt, że informacje handlowe i promocyjne oraz komunikaty reklamowe dotyczące produktów Clementoni są skierowane do odbiorców, do których zaliczają się również nieletni.

2. Wsparcie posprzedażne

Aby zapewnić odpowiednią obsługę zapytań i potrzeb klientów i użytkowników, konieczne jest, aby każdy Adresat dokładał wszelkich starań w utrzymanie relacji mającej na celu ich zadowolenie. W tym celu obowiązkiem Adresatów jest:

- działanie w sposób kulturalny, otwarty i uprzejmy;
- przestrzeganie wszystkich obowiązujących procedur i wykazywanie odpowiednich zachowań, aby zapewnić odpowiedni poziom informacji i wsparcie, gwarantujące maksymalną dostępność, minimalny czas reakcji i funkcjonalność wielu kanałów komunikacji (telefon, poczta, e-mail, internet i faks);
- zachowywanie postawy z nastawieniem na rozwiązywanie problemów.

C) RELACJA Z PRACOWNIKAMI I WSPÓŁPRACOWNIKAMI

Grupa wykazuje stałą wolę i potrzebę pracy w zespole, stawiając czoła każdemu problemowi pod różnymi aspektami, łącząc wszystkie zasoby, umiejętności zawodowe, osobiste doświadczenia i potencjał reprezentowany przez najmłodszych przy pełnym poszanowaniu wszystkich zasad oraz wartości Kodeksu. Na potrzeby niniejszej sekcji za pracowników i współpracowników uważa się wszystkich tych, którzy nawiązują, w formach przewidzianych prawem, stosunek pracy lub współpracy z Grupą, mający na celu realizację celów przedsiębiorstwa (np. kadra kierownicza, pracownicy zatrudnieni na czas stały lub określony lub pracujący w niepełnym wymiarze godzin, pracownicy sezonowi, pracownicy wykonujący pracę w oparciu o umowę o dzieło i umowę zlecenie itp.).

1. Nabór pracowników i zarządzanie kadrami

Pracownicy są zatrudniani w oparciu o zgodność profilu kandydata z wymaganiami firmy. W związku z tym etap naboru i selekcji przeprowadzane są wyłącznie na podstawie obiektywnych, równych i przejrzystych kryteriów, co gwarantuje równe szanse i pozwala uniknąć wszelkich form faworyzowania, nepotyzmu czy klientelizmu.

Od kandydata wymagane są informacje niezbędne i wystarczające do zweryfikowania aspektów przewidzianych w profilu zawodowym, psychologicznym i umiejętnościowym, przy pełnym poszanowaniu strefy ściśle osobistej.

Grupa zabrania wszelkich form nękania psychicznego, fizycznego lub molestowania seksualnego kandydatów oraz pracowników i współpracowników, w tym wszelkich form zastraszania lub grożenia, stanowiących przeszkodę w spokojnym wykonywaniu ich obowiązków, jak również nadużywania przez przełożonego dominującej pozycji w strukturze organizacyjnej.

Każdy, kto uważa, że był nękanym lub dyskryminowanym z jakiegokolwiek powodu, musi zgłosić to Organowi Nadzoru. Wszelkie działania odwetowe wobec pracownika skarżącego lub zgłaszającego molestowanie, są zabronione.

2. Zdrowie, bezpieczeństwo i higiena w miejscu pracy

Clementoni zobowiązuje się do gwarantowania praw pracownika określonych w Statucie Pracownika (włoska Ustawa z 20 maja 1970 r., nr 300) oraz do przestrzegania wszystkich obowiązujących przepisów dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy.

Grupa jest zaangażowana w propagowanie i konsolidację kultury bezpieczeństwa, poprzez zwiększanie świadomości potencjalnych zagrożeń oraz poprzez przestrzeganie obowiązujących przepisów, a także promując odpowiedzialne zachowania wśród wszystkich Adresatów.

Clementoni gwarantuje zdrowe i bezpieczne miejsce pracy, podejmując wszelkie odpowiednie środki w celu zapobiegania wypadkom i obrażeniom podczas wykonywania przydzielonych prac i zadań.

W szczególności Clementoni stosuje systemy do identyfikowania i unikania potencjalnych zagrożeń dla zdrowia i bezpieczeństwa ludzi lub do reagowania na nie, zgodnie z włoskim dekretem ustawodawczym 81/2008 (Tekst jednolity w sprawie bezpieczeństwa i higieny w miejscu pracy). Wszyscy Adresaci winni wywiązywać się z obowiązków wynikających z obowiązujących przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy oraz procedur firmowych, a także instrukcji wydanych przez Pracodawcę.

Cała kadra kierownicza, wszyscy pracownicy i współpracownicy Clementoni muszą powstrzymać się od prowadzenia działalności pod wpływem alkoholu, substancji odurzających bądź środków o podobnym działaniu i od spożywania tych substancji podczas pracy.

Dodatkowo wszyscy Adresaci muszą niezwłocznie zawiadamiać struktury wskazane w Firmowym Systemie Zdrowia i Bezpieczeństwa oraz w sposób określony w przyjętych procedurach firmy, o wszelkich zagrożeniach, niebezpieczeństwach i wypadkach, niezależnie od ich wagi, oraz o naruszeniach zasad postępowania i procedur firmowych.

D) RELACJE Z DOSTAWCAMI

Relacje z dostawcami, w tym relacje o charakterze finansowym i doradczym, oparte są na zasadach określonych w niniejszym Kodeksie i podlegają ciągłemu i uważnemu monitorowaniu przez Grupę.

Clementoni zobowiązuje się do zapewnienia przestrzegania przez dostawców zobowiązań, jakich się podjęli, ochrony i poufności profesjonalnego know-how, wymagając od kontrahentów takiej samej poprawności w zarządzaniu relacjami.

Grupa korzysta tylko z dostawców, którzy działają zgodnie z obowiązującymi przepisami i postanowieniami niniejszego Kodeksu. Dostawcy zostają poinformowani o przyjęciu przez Clementoni Modelu wg Dekretu ustawodawczego 231/2001 i niniejszego Kodeksu, których znajomość i przestrzeganie stanowi wyraźne zobowiązanie wynikające z zawartej umowy.

Adresaci biorący udział w procesie zakupów i zaopatrywania w towary i usługi dla firmy są odpowiedzialni za poddawanie dostawców prewencyjnej kontroli, a następnie okresowe monitorowanie, mające na celu sprawdzenie zgodności ze standardami jakościowymi i obowiązującymi przepisami. W przypadku negatywnego wyniku wyżej wymienionych kontroli, Grupie przysługuje prawo rozwiązania współpracy, o ile została ona rozpoczęta, lub wyboru alternatywnego dostawcy.

E) RELACJE Z ORGANAMI I PRZEDSTAWICIELAMI INSTYTUCJI PUBLICZNYCH

Relacje z krajowymi, wspólnotowymi i zagranicznymi organami publicznymi lub z dowolnym organem, organizacją, instytucją lub władzą publiczną lub z administracją publiczną, ich pracownikami oraz, ogólnie rzecz biorąc, z urzędnikami publicznymi i przedstawicielami służb publicznych, opierają się na zgodności z zasadami określonymi w niniejszym Kodeksie, w szczególności z zasadami zgodności z prawem, poprawności i przejrzystości, a także ze szczególnymi odnośnymi procedurami zatwierdzonymi przez Grupę.

Zarządzanie relacjami między Grupą a organami publicznymi lub ich przedstawicielami, takie jak podejmowanie zobowiązań, składanie deklaracji, wysyłanie zawiadomień i składanie dokumentów jest zastrzeżone wyłącznie dla specjalnie wyznaczonych i upoważnionych pracowników firmy.

Adresatom biorącym udział w składaniu wniosków o finansowanie, dotacje, subwencje lub fundusze publiczne w interesie Grupy oraz w zarządzaniu nimi, wyraźnie zabrania się:

- składania lub przedstawiania nieprawdziwych oświadczeń, pomijania wymaganych informacji lub przedstawiania fałszywych lub zmodyfikowanych dokumentów (w tym również w formie cyfrowej) w celu uzyskania dotacji, finansowań lub innych funduszy publicznych, które nie są należne w interesie Grupy;
- przeznaczania kwot otrzymanych od organów publicznych w formie wkładów, finansowania lub funduszy na cele inne niż te, dla których zostały przeznaczone.

Adresaci, którzy w kontaktach z organami publicznymi lub podmiotami z nimi związanymi, w ramach swoich funkcji podejmują pełnoprawne działania w imieniu i na rzecz lub w interesie Grupy, muszą zagwarantować nie tylko zgodność z prawem i zasadniczą poprawność, ale także że przyjęte zachowania nie mogą być źle zrozumiane lub interpretowane jako dwuznaczne. W tym celu Adresatom wyraźnie zabrania się nalegania na uzyskiwanie lub pozyskiwania poufnych informacji, które mogłyby zagrozić integralności lub reputacji stron.

Aby zapewnić przestrzeganie wyżej wymienionych zakazów, na Adresatach zaangażowanych w relacje z organami publicznymi lub podmiotami z nimi związanymi ciąży obowiązek i odpowiedzialność za weryfikowanie z wyprzedzeniem i z należytą starannością, czy to, co zostało zadeklarowane i potwierdzone w imieniu, na rzecz lub w interesie Grupy jest zgodne z prawdą i kompletne, a złożone dokumenty są autentyczne.





CZĘŚĆ 4 - WDRAŻANIE I KARY

1. Rozpowszechnianie i znajomość Kodeksu

Clementoni zobowiązuje się rozpowszechnić niniejszy Kodeks oraz zapewnić jego jak największy zasięg przy wykorzystaniu odpowiednich narzędzi i działań komunikacyjnych, w celu zapewnienia jego znajomości wśród wszystkich Adresatów. W szczególności Kodeks i wszystkie późniejsze poprawki lub uzupełnienia są publikowane na stronie internetowej Grupy (www.clementoni.com) oraz odpowiednio rozpowszechniane i udostępniane w obrębie przedsiębiorstwa. Drukowane egzemplarze Kodeksu są również dostępne w Dziale HR. Clementoni prowadzi kampanie uświadamiające na temat zasad i reguł postępowania zawartych w Kodeksie, podejmując działania informacyjne i szkoleniowe oraz realizując określone zróżnicowane ścieżki, zgodnie z pełnionymi funkcjami i działalnościami. Clementoni odpowiada również za zapewnienie znajomości i przestrzegania Kodeksu przez Adresatów spoza struktur Grupy, poprzez umieszczanie w umowach zawieranych z przedstawicielami, dystrybutorami, dostawcami, doradcami, współpracownikami i innymi partnerami handlowymi specjalnej klauzuli, mającej na celu poinformowanie drugiej strony o przyjęciu Kodeksu i zobowiązanie jej do przestrzegania zawartych w nim zasad etyki i postępowania.

2. Zastosowanie i interpretacja

Grupa zobowiązuje się do zapewnienia przestrzegania przez Adresatów zawartych w Kodeksie zasad etyki i norm postępowania i zachowań, poprzez niezwłoczne zastosowanie przewidzianych tymże Kodeksem sankcji, w przypadku naruszeń lub zachowań niezgodnych z przepisami. Pod żadnym pozorem przekonanie o tym, że działa się w interesie lub na korzyść Spółek nie może usprawiedliwiać podejmowania zachowań sprzecznych z zasadami i normami postępowania niniejszego Kodeksu.

W przypadku niepewności co do zastosowania lub interpretacji treści Kodeksu lub w przypadku wykrycia luk lub braków, Adresaci są zobowiązani zgłosić te okoliczności Organowi Nadzoru.

3. Zgłaszanie naruszeń

Każdy Adresat, który dowie się o zachowaniach, które można byłoby uznać za naruszenie zasad i norm zachowania i postępowania, musi zgłosić je Organowi Nadzoru, również anonimowo.

Zgłoszenia muszą być szczegółowe i oparte na precyzyjnych i zgodnych elementach, muszą dotyczyć faktów możliwych do stwierdzenia i znanych bezpośrednio, muszą zawierać również wszystkie informacje niezbędne do zidentyfikowania sprawców niedopuszczalnego zachowania. Każda osoba zgłaszająca naruszenia Kodeksu ma zapewnioną całkowitą poufność. Organ Nadzoru będzie kontrolować, czy wobec osoby, która dokonała zgłoszenia, nie są podejmowane żadne działania odwetowe lub czy nie jest ona nękana.

4. Zawiadomienia do Organu Nadzoru

Zawiadomienia do Organu Nadzoru można przekazywać za pośrednictwem poczty e-mail, na adres odv231@clementoni.it lub pocztą, na adres:

Organ Nadzoru
Clementoni S.p.A.
Zona Ind.le Fontenoce scn
62019 Recanati (MC)

5. Kary

W przypadku stwierdzonego naruszenia zasad i norm zachowania i postępowania zawartych w niniejszym Kodeksie, w myśl zasady kontryktoryjności Clementoni stosuje środki karne proporcjonalne do wagi faktów, stopnia umyślności lub stopnia winy oraz przy uwzględnieniu ewentualnych przypadków recydywy, zgodnie z zaleceniami systemu kar przewidzianego w Modelu na podstawie dekretu ustawodawczego 231/2001.

W przypadku naruszeń popełnionych przez Adresatów spoza struktur, związanych z Grupą zapisami umownymi (przedstawiciele, współpracownicy, doradcy, dostawcy, partnerzy handlowi itp.), zastosowana zostanie sankcja w postaci natychmiastowego rozwiązania określonej umowy, poprzez realizację klauzuli o wypowiedzeniu zgodnie z art. 1456 włoskiego kodeksu cywilnego, w tym celu ujętej w umowach zawieranych przez Grupę.

Realizacja sankcji zostanie przeprowadzona przez Dział HR, Zarząd lub przez przedstawiciela ustawowego pro tempore lub pełnomocnika sygnatariusza w imieniu i na rzecz Grupy, w zależności od tego, czy naruszenie zostało popełnione odpowiednio przez pracowników, osoby na stanowiskach kierowniczych lub wyższych lub przez osoby spoza struktur.

6. Aktualizacje

Clementoni zadba o ciągłą i terminową aktualizację Kodeksu, zgodnie z rozwojem przepisów oraz zmianami organizacyjnymi, korporacyjnymi i finansowymi Grupy, zapewniając jego należyte propagowanie w celu poinformowania wszystkich Odbiorców.



