



BRUNELLO CUCINELLI

CODICE ETICO



BRUNELLO CUCINELLI

Codice Etico

di

Brunello Cucinelli S.p.A.

Approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 20 giugno 2011



CODICE ETICO

INDICE

1. Premessa	3
2. L'Impresa umanistica	4
3. Principi generali	5
4. Destinatari	6
5. Relazioni con gli <i>stakeholders</i>	7
5.1 Regole di condotta nei confronti dei fornitori	7
5.2 Regola di condotta nei confronti dei clienti	8
5.3 Regole di condotta nella gestione delle risorse umane	9
5.4 Regole di condotta nei rapporti con la pubblica amministrazione	9
5.5 Rapporti con gli organi di informazione	10
6. Trasparenza della contabilità e controlli interni, antiriciclaggio	11
6.1 Registrazioni contabili e conseguente formazione dei bilanci	11
6.2 Controlli interni	12
6.3 Antiriciclaggio	12
7. Informazioni riservate e tutela della privacy	13
8. Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza	14



CODICE ETICO

1. Premessa

Nel borgo medievale di Solomeo, Brunello Cucinelli ha dato vita ad una nuova dimensione imprenditoriale. Una realtà in cui l'uomo è al centro dell'impresa e il lavoro è inteso come espressione del valore umano, il profitto diviene un mezzo per conseguire il fine superiore del *vero bene*, per migliorare la vita di chi lavora, per valorizzare e recuperare le bellezze del mondo.

La Brunello Cucinelli, fondata nel 1978 come azienda produttrice di cashmere, presenta oggi collezioni complete di abbigliamento e accessori. Uno dei marchi più affermati nel settore del lusso e della moda *casual-chic*. Qualità, artigianalità e creatività sono le caratteristiche dei prodotti Cucinelli, capaci di rinnovarsi mantenendo valore nel tempo.

Le collezioni firmate Brunello Cucinelli nascono a Solomeo, alle porte di Perugia, il piccolo borgo trecentesco interamente restaurato: 400 abitanti, un castello, dove ha sede l'azienda, poche case medioevali adibite a laboratori, la piazza e la vecchia fattoria, trasformata in una villa che ospita la mensa e manifestazioni culturali. E accanto il Foro delle Arti, con l'Accademia Neomanistica e la sua Biblioteca; i giardini, l'Anfiteatro e il Teatro.

Nella "Impresa Umanistica" di Solomeo si lavora seguendo un identico obiettivo, seguendo i grandi principi universali di Etica, Dignità e Morale. Si avverte soprattutto una scala di valori non materiali nella quale ci si riconosce come parte dell'integrante Azienda. L'Impresa risponde ad una sua etica: tanto al suo interno – nei rapporti interpersonali – quanto all'esterno, pone sempre i valori umani al primo posto. Così ci si sente responsabili del proprio lavoro senza bisogno di fiscalismi e senza penalizzare la propria individualità. Si valorizza la libertà e si crea un gruppo unito dove ognuno ha un ruolo da svolgere per il *bene di tutti*.

Questi valori e principi, costruiti nel corso di più di 30 anni di storia, trovano oggi la loro naturale sintesi nel **Codice Etico**, in cui l'azienda rafforza con chiarezza i valori e le responsabilità che da sempre hanno contraddistinto la cultura d'impresa della società.

Accanto ai valori fondamentali e ai principi generali di rispetto delle leggi, di onestà e di trasparenza, correttezza e buona fede, il Codice Etico pone in primo piano gli obiettivi di sviluppo sostenibile, fra cui il benessere delle persone che lavorano e collaborano con la Brunello Cucinelli e la responsabilità dell'impresa nei confronti del territorio.

Il Codice Etico costituisce inoltre parte integrante del Modello di organizzazione e controllo adottato da Brunello Cucinelli S.p.A. e rappresenta la base su cui è fondato il sistema di controllo preventivo ai fini del d.lgs. 231/01.



2. L'Impresa umanistica

Convinto che l'ambiente sereno e la bellezza dei luoghi esaltino la creatività umana e sviluppino una comunità dove chi opera segue una scala di valori condivisa, Brunello Cucinelli ha fatto del borgo trecentesco di Solomeo la sede della sua Impresa Umanistica.

Questi laboratori artigianali, come antichi cantieri medievali, non hanno proprietari, ma solo ruoli e responsabilità diverse: vere botteghe d'arte, sono fucine vitali delle nuove proposte e delle nuove idee. Ciascuno sa che la propria opera è un tassello indispensabile alla crescita comune; la "Qualità integrale" è il frutto della qualità interiore di ognuno. Anche la qualità della vita, la dimensione degli effetti e il mondo personale di chi lavora sono valori da salvaguardare.

L'Impresa umanistica risponde nella forma più nobile a tutte le regole di Etica che l'uomo ha definito nel corso dei secoli. Una forma di capitalismo moderno con forti radici antiche, dove il profitto si consegue cercando di non recare danno all'umanità, e parte dello stesso viene utilizzato per ogni iniziativa in grado di migliorare concretamente la condizione della vita umana. Nella organizzazione aziendale, il punto di riferimento è il bene comune, come strumento di guida per il raggiungimento di azioni prudenti e coraggiose. L'uomo è al centro di qualsiasi processo produttivo e la dignità umana viene restituita attraverso la riscoperta della Coscienza.



CODICE ETICO

3. Principi generali

Di seguito sono indicati i principi e valori ritenuti fondamentali, a cui devono far riferimento i diversi *stakeholders* coinvolti per favorire il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione della Società.

Legalità

La Società, nello svolgimento delle proprie attività, agisce nel rispetto della legislazione e di tutte le norme vigenti nei territori nei quali si trova ad operare nonché del Codice etico e delle procedure aziendali, applicandole con rettitudine ed equità.

Riservatezza

La Società assicura la riservatezza delle informazioni e dei dati personali oggetto di trattamento e la protezione delle informazioni acquisite in relazione all'attività lavorativa prestata.

Trasparenza

La Società s'impegna ad informare, in modo chiaro e trasparente, tutti gli *stakeholders* in relazione alla propria situazione e al proprio andamento, senza favorire alcun gruppo d'interesse o singolo individuo.

Tutela della concorrenza

La Società opera sul mercato, nazionale e internazionale, vendendo maglieria in cashmere, capi di abbigliamento, anche in pelle, e accessori e compete lealmente sul mercato rispettando i principi e le leggi comunitarie e nazionali, poste a tutela della concorrenza.

Dignità della persona

La Società s'impegna a promuovere il rispetto dell'integrità fisica e culturale della persona e il rispetto della dimensione di relazione con gli altri. Garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri, tutela e promuove il valore delle risorse umane, allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio delle competenze possedute da ciascun collaboratore.

Onestà e correttezza

I rapporti con gli *stakeholders* della Società sono improntati a criteri di correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto. I rapporti con l'esterno, le relazioni con i propri collaboratori devono essere improntati alla massima lealtà che consiste nell'agire con senso di responsabilità.

Qualità

La Società s'impegna a essere attenta alle mutevoli esigenze del mercato e a migliorare costantemente la qualità dei propri prodotti .

Tutela dell'ambiente

La Società contribuisce in maniera costruttiva alla sostenibilità ecologica in tutte le proprie attività. L'impegno a salvaguardare l'ambiente si concretizza attraverso una programmazione delle attività che ricerca un equilibrio tra iniziative economiche e imprescindibili esigenze ambientali in conformità delle direttive nazionali ed internazionali in materia.

Responsabilità verso la collettività

La Società opera tenendo conto delle esigenze della comunità nel cui ambito svolge la propria attività e contribuendo alla promozione della qualità della vita, allo sviluppo economico, sociale, culturale e civile.



CODICE ETICO

4. Destinatari

L'insieme dei principi etici, dei valori e delle regole comportamentali enunciati nel presente Codice devono ispirare l'attività di tutti coloro che operano, dall'interno o dall'esterno, nella sfera di azione del Gruppo.

In particolare, a titolo esemplificativo:

- i componenti dell'organo di amministrazione si ispirano ai principi del Codice nel fissare gli obiettivi di impresa;
- i membri dell'organo di controllo assicurano il rispetto e l'osservanza dei contenuti del Codice nell'esercizio delle proprie funzioni;
- i dirigenti danno concretezza ai valori e ai principi contenuti nel Codice, facendosi carico delle responsabilità verso l'interno e verso l'esterno e rafforzando la fiducia, la coesione e lo spirito di gruppo;
- i dipendenti, nel dovuto rispetto della legge e delle normative vigenti, adeguano le proprie azioni e i propri comportamenti ai principi, agli obiettivi e agli impegni previsti dal Codice;
- tutti coloro che operano in nome e/ per conto della Società uniformano la propria condotta al Codice.

E' richiesto a tutti i Destinatari di osservare e, per quanto di propria competenza, di far osservare i principi contenuti nel Codice: in nessuna circostanza, la pretesa di agire nell'interesse della Società e del Gruppo giustifica l'adozione di comportamenti in contrasto con quelli qui enunciati.

Il Codice si applica anche alle attività svolte dalla Società e dal Gruppo all'estero, pur considerando le differenze esistenti sotto l'aspetto normativo, sociale, economico e culturale.

La Società si impegna a garantire una puntuale diffusione interna ed esterna del Codice mediante:

- distribuzione a tutti i componenti degli organi sociali e a tutti i dipendenti;
- affissione in luogo accessibile a tutti;
- messa a disposizione dei Destinatari sul sito internet.



CODICE ETICO

5. Relazioni con gli *stakeholders*

Il termine *stakeholders* indica quei soggetti coinvolti direttamente o indirettamente nell'attività del Gruppo che hanno un qualche interesse in relazione alle decisioni, alle iniziative strategiche ed alle possibili azioni svolte dalla Società stessa e dal Gruppo.

Rientrano, pertanto, tra gli *stakeholders*, a titolo meramente esemplificativo, i dipendenti (ivi inclusi i dirigenti), i clienti, i *façonisti*, gli agenti procacciatori d'affari, i collaboratori a qualsiasi titolo, i fornitori, i cittadini, i procuratori, le istituzioni comunali, provinciali e nazionali, le associazioni di categoria, le associazioni ambientali e, più in generale, chiunque sia interessato dall'attività del Gruppo, sia a livello nazionale che internazionale.

La correttezza nei rapporti con tali soggetti è obiettivo irrinunciabile del Gruppo, in quanto imperativo primario del Codice, nonché condizione idonea a favorire, tra l'altro, la fedeltà e la fiducia dei clienti, l'affidabilità dei fornitori e *façonisti*, degli agenti e dei procacciatori d'affari, il miglioramento continuo dei rapporti con le risorse umane che prestano la propria attività nella Società, lo sviluppo di un dialogo virtuoso con le comunità e le istituzioni locali, la gestione dei rapporti con la Pubblica Amministrazione improntata a criteri di trasparenza e correttezza, la veridicità e completezza delle informazioni fornite agli organi di stampa, evitare e prevenire la commissione di atti illeciti e di reati, con particolare riferimento a quelli previsti dal d.lgs. 231/2001 e successive modifiche e integrazioni.

Per tale ragione, i comportamenti di tutti i Destinatari del Codice verso gli *stakeholders* devono essere coerenti e conseguenti ai principi del Codice.

5.1 Regole di condotta nei confronti dei fornitori

La società si impegna a ricercare nei fornitori e collaboratori esterni professionalità idonea e la piena condivisione dei principi e contenuti del Codice e promuove la costruzione di rapporti duraturi per il progressivo miglioramento delle performance nella tutela e promozione dei principi e contenuti del Codice.

La professionalità e l'impegno del Gruppo caratterizzano la selezione e la definizione delle azioni da sviluppare, dei metodi a cui impostare i progetti come pure la selezione dei fornitori, dei collaboratori esterni (compresi consulenti, agenti, procacciatori d'affari, *façonisti* ecc.) di volta in volta individuati per definire un rapporto complementare con la specifica professionalità, organizzando forme di collaborazione e di reciproco scambio e delegando a essi l'esecuzione di parte delle proprie attività.

Gli apporti professionali e commerciali devono essere improntati a impegno e rigore professionale e devono, in ogni momento, essere allineati al livello di professionalità e responsabilità che caratterizza il Gruppo, con l'attenzione e la precisione richieste per perseguire il rispetto e la diffusione del prestigio e della reputazione del Gruppo.

Sono bandite e perseguite pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni di vantaggi, corresponsione di benefici materiali e immateriali nonché di altri vantaggi finalizzati ad influenzare o compensare rappresentanti di istituzioni come pure dipendenti del Gruppo.



CODICE ETICO

I fornitori, i consulenti i façonisti, gli agenti, i procacciatori d'affari, sono selezionati secondo procedure rispettose delle leggi di volta in volta applicabili e costantemente improntate a criteri di trasparenza, concorrenzialità ed efficienza.

A tal fine, i dirigenti e dipendenti responsabili delle funzioni aziendali che partecipano a detti processi devono:

- riconoscere ai partecipanti in possesso dei requisiti necessari, pari opportunità di partecipazione alla selezione;
- verificare, anche attraverso idonea documentazione, che dispongano di mezzi, anche finanziari, strutture organizzative, capacità tecniche ed esperienza, sistemi di qualità e risorse adeguate alle esigenze e all'immagine della Società.
- verificare il rispetto della normativa in materia di lavoro, ivi incluso per ciò che attiene il lavoro minorile, la salute e la sicurezza dei lavoratori.
- verificare il non coinvolgimento, siano essi persone fisiche o giuridiche, in fatti di terrorismo.

Tutti coloro che operano in nome e/o per conto della Società:

- devono aderire all'intera documentazione contrattuale sottoposta dalla Società che comprende l'obbligo di rispettare il Codice e le regole di comportamento che la Società ha predisposto e comunicato che prevedono anche specifiche sanzioni per l'eventuale violazione delle stesse;
- sono chiamati ad aderire all'obiettivo di attenzione alle esigenze del territorio, delle comunità locali e dei clienti che improntano l'attività della Società e del Gruppo.

La realizzazione delle attività da parte di coloro che operano in nome e/o per conto della Società siano essi chiamati a realizzare le proprie attività in autonomia, deve essere rispettosa delle procedure volte a garantire la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro.

5.2 Regola di condotta nei confronti dei clienti

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con i clienti a principi di trasparenza, affidabilità, responsabilità e qualità.

I Destinatari, pertanto, devono:

- rispettare leggi e regolamenti che concernono lo svolgimento della propria attività;
- osservare scrupolosamente le disposizioni del presente Codice Etico e le procedure interne relative alla gestione dei rapporti con i clienti;
- fornire al cliente ogni informazione sulle condizioni e i termini contrattuali, affinché il cliente ne sia pienamente consapevole all'atto del perfezionamento dell'accordo, e su eventuali variazioni delle condizioni economiche e sull'esito delle eventuali verifiche richieste dal cliente;
- adottare un comportamento improntato alla disponibilità, al rispetto, alla cortesia, in linea con gli standard di Brunello Cucinelli, caratterizzati dalla più alta professionalità.



CODICE ETICO

5.3 Regole di condotta nella gestione delle risorse umane

Il Gruppo riconosce il ruolo centrale delle risorse umane nel raggiungimento della *mission* aziendale e, conseguentemente, adotta procedure e metodi di selezione, formazione e lavoro improntati al rispetto dei valori umani, dell'autonomia e responsabilità dei lavoratori nonché all'importanza della partecipazione e adesione individuale e organizzata agli obiettivi e valori aziendali.

E' interesse e imperativo del Gruppo favorire lo sviluppo del potenziale di ciascun dipendente o collaboratore, promuovendo un ambiente, delle procedure e un'organizzazione del lavoro che siano costantemente improntati:

- al rispetto, anche in sede di selezione del personale, della personalità e della dignità di ciascun individuo, e che prevengano in ogni momento la creazione di situazioni di disagio, ostilità o intimidatorie;
- alla prevenzione di discriminazioni e abusi di ogni tipo;
- alla valorizzazione dello spirito innovativo e imprenditoriale, nel rispetto dei limiti delle responsabilità di ciascuno;
- alla definizione di ruoli, responsabilità, deleghe e disponibilità di informazioni idonee a far sì che ciascun membro dell'organizzazione possa assumere le decisioni che gli competono nell'interesse della società.

5.4 Regole di condotta nei rapporti con la pubblica amministrazione

I rapporti con la pubblica amministrazione sono improntati alla massima trasparenza e correttezza.

In particolare sono intrattenute necessarie relazioni, nel rispetto dei ruoli e delle funzioni attribuite in base alla legge, nonché in spirito di massima collaborazione con le amministrazioni dello Stato, in Italia o in altri Paesi.

Le relazioni con funzionari delle istituzioni pubbliche sono limitate alle funzioni aziendali preposte e regolarmente autorizzate nel rispetto della più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge e regolamentari e non possono in alcun modo compromettere l'integrità e la reputazione del Gruppo.

A tal fine è fatto divieto di offrire, direttamente o attraverso intermediari, somme di denaro o altri mezzi di pagamento a pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, al fine di influenzare la loro attività nell'espletamento dei propri doveri.

Tali prescrizioni non possono essere eluse ricorrendo a forme diverse di contribuzioni che, sotto veste di sponsorizzazioni, incarichi e consulenze, pubblicità ecc., abbiano le stesse finalità sopra vietate.



CODICE ETICO

Atti di cortesia, come omaggi e forme di ospitalità, verso rappresentanti della pubblica amministrazione o pubblici ufficiali, sono consentiti purché di modico valore e tali da poter essere considerati usuali in relazione alla ricorrenza, da non compromettere l'integrità e la reputazione e da non influenzare l'autonomia di giudizio del destinatario.

In ogni caso tali spese devono sempre essere autorizzate secondo specifiche procedure aziendali e documentate in modo adeguato.

Allo stesso modo i dirigenti, i dipendenti e i tutti coloro che agiscono in nome e/o per conto della Società non possono ricevere omaggi o trattamenti di favore, se non nei limiti delle normali relazioni di cortesia e purché di modico valore.

Tale norma, relativa sia ai regali promessi o offerti, sia a quelli ricevuti, si applica anche in quei Paesi dove offrire doni di elevato valore è una consuetudine.

5.5 *Rapporti con gli organi di informazione*

I rapporti tra la Società e i mass media in genere spettano esclusivamente alle funzioni aziendali e alle responsabilità a ciò delegate e devono essere intrattenuti nel rispetto della politica di comunicazione definita dalla Società.

I Destinatari della Società non possono, pertanto, fornire informazioni ai rappresentanti dei mass media senza l'autorizzazione delle funzioni competenti.

In ogni caso, le informazioni e le comunicazioni relative alla Società e destinate all'esterno dovranno essere accurate, veritiere, complete, trasparenti e tra loro omogenee.



CODICE ETICO

6. Trasparenza della contabilità e controlli interni, antiriciclaggio

La Società garantisce ai propri soci trasparenza di azione e il diritto ad essere informati, oltre che nei casi previsti dalla normativa vigente, su ogni circostanza ritenuta di interesse.

A tal fine predispone appositi flussi informativi, dalle funzioni operative verso l'organo amministrativo e da quest'ultimo verso i soci, per garantire aggiornamento costante e completezza di informazione.

6.1 *Registrazioni contabili e conseguente formazione dei bilanci*

Ogni operazione o transazione deve essere correttamente e tempestivamente registrata nel sistema di contabilità aziendale secondo i criteri indicati dalla legge e sulla base dei principi contabili applicabili; ogni operazione o transazione deve essere autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

Affinché la contabilità risponda ai requisiti di verità, completezza e trasparenza del dato registrato, deve essere conservata agli atti della Società un'adeguata e completa documentazione di supporto dell'attività svolta, in modo da consentire:

- l'accurata registrazione contabile di ciascuna operazione,
- l'immediata determinazione delle caratteristiche e delle motivazioni alla base della stessa,
- l'agevole ricostruzione formale cronologica dell'operazione,
- la verifica del processo di decisione, di autorizzazione e di realizzazione, nonché l'individuazione dei vari livelli di responsabilità e controllo.

Ciascuna registrazione contabile deve riflettere esattamente ciò che risulta dalla documentazione di supporto. Pertanto, è compito di ciascun Destinatario a ciò deputato fare in modo che la documentazione di supporto sia facilmente reperibile e ordinata secondo criteri logici e in conformità alle disposizioni e procedure aziendali.

Nessuno può effettuare qualunque tipo di pagamento nell'interesse della Società in mancanza di adeguata documentazione di supporto.

I Destinatari che venissero a conoscenza di omissioni, falsificazioni o trascuratezze nelle registrazioni contabili o nelle documentazioni di supporto sono tenuti a riferirne tempestivamente al proprio superiore.



6.2 Controlli interni

Per controlli interni si intendono tutti gli strumenti necessari o utili a indirizzare, verificare e perseguire le attività della Società con il fine di assicurare il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, proteggere i beni aziendali, gestire efficacemente le attività sociali e fornire con chiarezza informazioni veritiere e corrette sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria della Società nonché individuare e prevenire i rischi in cui la Società possa incorrere.

E' compito della Società diffondere, a tutti i livelli, una cultura interna caratterizzata dalla consapevolezza dell'esistenza dei controlli e orientata all'esercizio del controllo stesso.

6.3 Antiriciclaggio

La Società si impegna a rispettare tutte le norme e disposizioni, sia nazionali che internazionali, in tema di antiriciclaggio. A tal fine la Società ha adottato apposite procedure che prevedano:

- identificazione dei clienti/fornitori;
- il divieto di accettare e eseguire ordini di pagamento provenienti da soggetti non identificabili, non presenti in anagrafica e dei quali non sia tracciabile il pagamento (importo, nome/denominazione, indirizzo e numero di conto corrente) o qualora non sia assicurata, dopo l'esecuzione di controlli in sede di apertura/modifica di anagrafica fornitori/clienti a sistema, la piena corrispondenza tra il nome del fornitore/cliente e l'intestazione del conto su cui far pervenire/da cui accettare il pagamento;
- l'obbligo di utilizzare operatori finanziari abilitati per la realizzazione di ciascuna delle operazioni di cui sopra;
- il divieto di utilizzo del contante o altro strumento finanziario al portatore, a eccezione di quanto previsto nelle disposizioni aziendali, per qualunque operazione di incasso, pagamento, trasferimento fondi, impiego o altro utilizzo di disponibilità finanziarie, nonché il divieto di utilizzo di conti correnti o libretti di risparmio in forma anonima o con intestazione fittizia.

Prima di stabilire relazioni o stipulare contratti con clienti non occasionali e altri partner in relazioni d'affari di lungo periodo, devono assicurarsi circa l'integrità morale, la reputazione e il buon nome della controparte.



7. Informazioni riservate e tutela della privacy

Le attività della Società richiedono costantemente l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la diffusione di dati, documenti e informazioni attinenti a negoziazioni, operazioni e contratti.

Le banche dati della Società possono contenere, inoltre, dati personali protetti dalla normativa a tutela della *privacy*, dati che non possono essere resi noti all'esterno e infine dati la cui divulgazione potrebbe produrre danni alla Società stessa.

Ciascun Destinatario è quindi tenuto a tutelare la riservatezza e confidenzialità delle informazioni apprese in ragione della propria funzione lavorativa.

Tutte le informazioni, conoscenze e dati acquisiti o elaborati dai Destinatari attraverso le proprie mansioni non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate.

Ciascun Destinatario dovrà:

- acquisire e trattare solamente i dati necessari e direttamente connessi alle sue funzioni;
- conservare detti dati in modo tale da impedire a terzi estranei di prenderne conoscenza;
- comunicare e divulgare i dati nell'ambito delle procedure prefissate da parte della Società ovvero previa autorizzazione della persona a ciò delegata;
- determinare la natura confidenziale e riservata delle informazioni ai sensi di quanto prescritto dalle procedure prefissate da parte della Società.

La Società dal canto suo si impegna a proteggere le informazioni e i dati relativi ai propri Destinatari e ai terzi, e a evitare ogni uso improprio degli stessi.



CODICE ETICO

8. Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza

Il controllo circa il rispetto del Codice Etico è affidato all'Organismo di Vigilanza nominato ai sensi del d.lgs. 231/01.

Quanto al Codice Etico, competono all'Organismo di Vigilanza i seguenti compiti:

- controllare il rispetto del Codice Etico, nell'ottica di evitare il pericolo della commissione dei reati previsti dal Decreto;
- formulare le proprie osservazioni in merito alle problematiche di natura etica che dovessero insorgere nell'ambito delle decisioni aziendali ed alle presunte violazioni del Codice Etico ad esso riferite;
- supportare operativamente nella interpretazione e attuazione del Codice Etico, quale strumento di riferimento costante del corretto comportamento da tenere durante lo svolgimento della propria attività;
- seguire e coordinare la revisione periodica del Codice Etico, anche attraverso proprie proposte di adeguamento /o aggiornamento;
- predisporre ed approvare il piano di comunicazione e formazione etica;
- segnalare agli organi aziendali competenti le eventuali violazioni del Codice Etico, suggerendo la sanzione da irrogare e verificando l'effettiva applicazione delle misure eventualmente irrogate.

Tutti i Destinatari possono segnalare, per iscritto e in forma non anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico all'Organismo di Vigilanza, che provvede a un'analisi della segnalazione, ascoltandone eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione.

L'Organismo di Vigilanza agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di discriminazione o penalizzazione. È inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

Al fine di consentire il puntuale rispetto delle previsioni di cui al presente paragrafo, è istituita la casella di posta elettronica organismodivigilanza@brunellocucinelli.it.

Le segnalazioni possono essere comunicate anche trasmesse all'indirizzo: Organismo di Vigilanza-Brunello Cucinelli S.p.A., Piazza Alberto Dalla Chiesa, 6 – 06073 Solomeo (PG).