

Camera Nazionale della Moda Italiana



Camera Nazionale
della
Moda Italiana

CODICE ETICO

Approvato dal Consiglio Direttivo del 30/3/2022

Sommario

1. PREMESSA	3
1.1 Cos'è il Codice Etico	3
1.2 Ambito di applicazione e Destinatari	3
1.3 Principali riferimenti normativi	4
2. CARTA ETICA	5
2.1 Missione	5
2.2 Visione.....	5
2.3 Valori	5
2.3.1 Equità e rispetto della persona.....	5
2.3.2 Eccellenza	5
2.3.3 Onestà, integrità, correttezza e trasparenza	6
2.3.4 Ambiente e sostenibilità.....	6
2.3.5 Efficacia, efficienza ed economicità della gestione	6
3. CODICE DI CONDOTTA.....	7
3.1 Principi di comportamento generali	7
3.1.1 Compliance e Sistema di Controllo Interno	7
3.1.2 Trasparenza delle registrazioni contabili	7
3.1.3 Gestione delle informazioni.....	8
3.1.4 Tutela della privacy.....	8
3.1.5 Conflitti di interesse.....	8
3.1.6 Elargizione/accettazione di doni o altre utilità.....	8
3.2 Principi di comportamento nei confronti degli <i>stakeholder</i>	9
3.2.1 Management, dipendenti e collaboratori esterni	9
3.2.2 Soci.....	10
3.2.3 Vertici Associativi.....	10
3.2.4 <i>Fashion Community</i> e operatori del settore.....	11
3.2.5 Partner	11
3.2.6 Fornitori di beni e servizi e consulenti.....	12
3.2.7 Pubblica Amministrazione e istituzioni	12
3.2.8 Ambiente	12
3.2.9 Comunità locali, scuole e università	12
3.2.10 ONG, associazioni benefiche e no profit	13
3.2.11 Associazioni di categoria.....	13
3.2.12 Media e uffici stampa	13
4. ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO DEL CODICE ETICO	14
4.1 Diffusione e aggiornamento del Codice Etico.....	14
4.2 Strutture di riferimento e vigilanza sull'applicazione del Codice Etico.....	14
4.3 Segnalazione di possibili violazioni del Codice Etico.....	14
4.4 Valore del Codice Etico	15

1. PREMESSA

Camera Nazionale della Moda Italiana è l'Associazione senza scopo di lucro, privata, apartitica e apolitica che disciplina, coordina e promuove lo sviluppo della Moda Italiana nel mondo.

L'11 giugno 1958 nacque a Roma la "Camera Sindacale della Moda Italiana", che, nel 1962, confluisce in Camera Nazionale della Moda Italiana, organismo che si proponeva di coordinare i diversi Enti esistenti in quegli anni, al fine di superarne la frammentarietà.

L'Associazione, oggi come allora, si propone di mettere in atto una politica di supporto organizzativo finalizzata alla conoscenza, alla promozione e allo sviluppo della Moda attraverso eventi di alta levatura di immagine in Italia e all'estero.

1.1 Cos'è il Codice Etico

Il presente Codice Etico (di seguito anche "Codice") ha l'obiettivo di definire i valori ed i principi a cui Camera Nazionale della Moda Italiana (di seguito anche "Associazione" o "CNMI") si ispira, nonché i criteri di comportamento volti a regolarne l'attività.

Il Codice è composto da quattro sezioni:

1. la Premessa, che definisce la finalità del Codice Etico, l'ambito di applicazione e i Destinatari e i principali riferimenti normativi;
2. la Carta Etica, che enuncia la missione, la visione e i valori di Camera Nazionale della Moda Italiana;
3. il Codice di Condotta, che specifica le norme e gli standard di comportamento;
4. la sezione dedicata alle modalità di attuazione, controllo e aggiornamento del Codice Etico.

1.2 Ambito di applicazione e Destinatari

I valori e i principi di comportamento enunciati dal presente Codice sono vincolanti per:

- i Soci e i Vertici Associativi di Camera Nazionale della Moda Italiana;
- il management e i dipendenti della Camera;
- coloro i quali operano su mandato e/o per conto di CNMI (ad esempio i rappresentanti esterni);

di seguito definiti collettivamente "Destinatari".

I Destinatari del Codice sono tenuti ad agire rispettando i valori in esso enunciati e ad adeguare le proprie azioni ai principi di comportamento espressi.

A tal fine, il Codice è diffuso secondo quanto previsto dal paragrafo 4.1.

Inoltre, Camera Nazionale della Moda Italiana si adopera affinché i partner, gli stilisti che beneficiano dei suoi servizi, i fornitori e i rappresentanti esterni all'Associazione adottino comportamenti ispirati al presente Codice Etico.

1.3 Principali riferimenti normativi

Il presente Codice Etico si ispira alle principali linee guida a livello nazionale e internazionale in tema di diritti umani, di responsabilità sociale d'impresa e di *corporate governance*:

- la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite;
- la Convenzione sui diritti dell'infanzia delle Nazioni Unite;
- la Convenzione sull'eliminazione di ogni forma di discriminazione nei confronti delle donne delle Nazioni Unite;
- i Principi dell'UN Global Compact;
- le 8 Convenzioni fondamentali dell'ILO (Organizzazione Internazionale dei Lavoratori);
- le Linee guida dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) per le imprese multinazionali;
- la Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea;
- il Codice di Corporate Governance di Borsa Italiana;
- la Carta dei Valori d'Impresa dell'Istituto Europeo per il Bilancio Sociale.

Codice Etico e D.Lgs. 231/2001

Il presente Codice Etico è parte integrante del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (nel seguito anche "Modello") approvato ai sensi del D.lgs. 231/2001 dal Consiglio Direttivo di Camera Nazionale della Moda Italiana in data 30 marzo 2021.

Il Consiglio Direttivo e l'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/01 (nel seguito anche "OdV") metteranno in atto tutte le iniziative necessarie a far rispettare le norme di comportamento contenute nel Codice.

L'OdV, a cui Camera Nazionale della Moda Italiana assegna la funzione di Garante del Codice Etico, ha il compito di monitorare la corretta applicazione del presente Codice Etico, in coerenza con quanto previsto dal Modello adottato da Camera Nazionale della Moda Italiana.

2. CARTA ETICA

2.1 Missione

Camera Nazionale della Moda Italiana rappresenta i più alti valori culturali della Moda Italiana e si propone di tutelarne, coordinarne e potenziarne l'immagine, sia in Italia, sia all'estero, assumendo inoltre il ruolo di polo di attrazione per la Moda internazionale.

2.2 Visione

L'Associazione vuole essere punto di riferimento e interlocutore privilegiato per tutte le iniziative nazionali ed internazionali volte a valorizzare e a promuovere lo stile, il costume e la Moda - in particolare quella italiana -, rispettando ed impegnandosi a diffondere i principi dello sviluppo sostenibile. L'Associazione vuole inoltre affermare la propria leadership nella rappresentatività della Moda Italiana, garantendo coesione e rilevanza istituzionale.

2.3 Valori

Tutti coloro che concorrono a realizzare la missione dell'Associazione, senza distinzioni o eccezioni e nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità, sono tenuti a conformare le proprie azioni e i propri comportamenti ai valori enunciati di seguito, nella consapevolezza che il rispetto di tali valori costituisce riferimento essenziale del proprio agire.

2.3.1 Equità e rispetto della persona

Camera Nazionale della Moda Italiana ritiene fondamentali la salvaguardia della dignità, della libertà e dell'uguaglianza degli esseri umani, la tutela del lavoro e delle libertà sindacali, la promozione della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro. L'Associazione assicura il rispetto dell'integrità fisica e culturale della persona e ripudia ogni forma di discriminazione, di corruzione e di lavoro minorile. CNMI s'impegna a rispettare e valorizzare le differenze di genere, età, etnia, religione, appartenenza politica, lingua o diversa abilità.

I rapporti tra le persone di CNMI, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri di lealtà, collaborazione e reciproco rispetto.

2.3.2 Eccellenza

CNMI si propone di tutelare e sostenere l'eccellenza del *Made in Italy* nel mondo, ponendo l'attenzione sui fattori che caratterizzano la Moda italiana, come *design*, creatività, qualità dei materiali e dei processi, sostenibilità e artigianalità. L'Associazione persegue così il duplice obiettivo di diffondere la cultura e l'eccellenza italiana e di attrarre i consumatori e gli investitori dei mercati esteri. Anche attraverso la creazione di sinergie e *partnership* istituzionali, Camera Nazionale della Moda Italiana s'impegna a tutelare e valorizzare la creatività e l'eccellenza della manifattura italiana, che unisce tradizione e innovazione.

2.3.3 Onestà, integrità, correttezza e trasparenza

Camera Nazionale della Moda Italiana considera onestà, integrità, correttezza e trasparenza valori imprescindibili nello svolgimento della propria missione e indispensabili per preservare e accrescere la reputazione del settore della Moda. Camera Nazionale della Moda Italiana s'impegna a mantenere una condotta improntata al rispetto del Codice Etico, delle normative vigenti e delle prassi riconosciute. Tutte le attività realizzate in nome e per conto dell'Associazione devono essere condotte con lealtà e buona fede.

2.3.4 Ambiente e sostenibilità

Camera Nazionale della Moda Italiana opera assumendosi piena responsabilità delle azioni messe in atto dalle sue persone e delle decisioni prese dal management, facendosi carico dell'impatto generato sull'ambiente e sulla comunità. In quest'ottica, CNMI promuove la tutela dell'ambiente, a beneficio della collettività e delle generazioni future.

2.3.5 Efficacia, efficienza ed economicità della gestione

Camera Nazionale della Moda Italiana, nello svolgimento delle sue attività, ritiene fondamentale operare in modo efficace, salvaguardando al contempo l'efficienza e l'economicità della gestione. Ispirandosi a tali valori, l'Associazione si adopera per rispondere alle necessità dei propri Soci e contribuire alla valorizzazione del settore della Moda Italiana, impegnandosi ad utilizzare in modo trasparente le risorse a sua disposizione.

3. CODICE DI CONDOTTA

3.1 Principi di comportamento generali

I valori sopra enunciati si declinano nei seguenti principi, i quali disciplinano il comportamento di CNMI e i rapporti tra l'Associazione e i suoi interlocutori.

3.1.1 Compliance e Sistema di Controllo Interno

CNMI, nello svolgere le proprie attività, s'impegna a rispettare la normativa vigente e richiede ai Destinatari del presente Codice l'adozione di comportamenti che non ne pregiudichino l'affidabilità morale e professionale.

In particolare, l'Associazione ed i Destinatari, nello svolgimento delle proprie attività, s'impegnano ad agire nella piena osservanza delle leggi e dei regolamenti nazionali ed internazionali ad essi applicabili, ivi comprese le leggi in materia fiscale e tributaria, di tutela della proprietà intellettuale ed industriale e del diritto d'autore, di disciplina della concorrenza ed *antitrust*.

Non possono far parte di CNMI a nessun titolo le persone fisiche e le persone giuridiche il cui rappresentante legale o una persona fisica che detenga una quota significativa del capitale sociale:

- a. siano sottoposti a misure di prevenzione o abbiano subito condanne per reati molto gravi e per incidenti sulla moralità e sulla correttezza nell'attività economica e/o abbiano perduto i diritti civili;
- b. abbiano arrecato grave e sostanziale danno all'immagine dell'Italia e/o alle relazioni con altri Paesi.

CNMI s'impegna inoltre a promuovere e mantenere un adeguato sistema di controllo interno, da intendersi come l'insieme di tutti gli strumenti utili ad indirizzare, gestire e verificare le proprie attività, con l'obiettivo di tutelare il patrimonio dell'Associazione, assicurare il rispetto delle leggi e delle procedure, gestire in modo ottimale ed efficiente lo svolgimento delle attività e fornire dati contabili e finanziari accurati e completi.

La responsabilità di attuare con efficacia il sistema di controllo interno è comune a ogni livello della struttura organizzativa dell'Associazione. Di conseguenza, tutte le persone di CNMI, nell'ambito delle funzioni e responsabilità ricoperte, devono contribuire attivamente al corretto funzionamento del sistema di controllo interno.

CNMI promuove a tutti i livelli la diffusione di una mentalità orientata all'esercizio consapevole e volontario dei controlli. Il management e tutte le persone di CNMI sono dunque tenuti a rendersi partecipi del sistema di controllo interno dell'Associazione e a farne partecipi i propri collaboratori.

Gli organismi di controllo e di vigilanza e la società di revisione incaricata hanno libero accesso ai dati, alla documentazione e alle informazioni utili per lo svolgimento delle attività di competenza.

3.1.2 Trasparenza delle registrazioni contabili

La trasparenza contabile si fonda sulla correttezza, accuratezza e completezza delle informazioni e dei dati. Ciascun componente degli organi sociali e del management ed i dipendenti sono tenuti a collaborare, nell'ambito delle proprie competenze, affinché i dati di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nelle scritture contabili.

È fatto divieto di porre in essere comportamenti che possano arrecare pregiudizio alla trasparenza e tracciabilità dell'informativa di bilancio.

Per ogni operazione è conservata agli atti un'adeguata documentazione di supporto dell'attività svolta, in modo da consentire l'agevole e puntuale registrazione contabile, l'individuazione dei diversi livelli di responsabilità e di ripartizione dei compiti e la ricostruzione accurata dell'operazione, anche per ridurre la probabilità di errori materiali o interpretativi. È compito di tutte le persone di CNMI far sì che la documentazione sia facilmente rintracciabile e ordinata secondo criteri logici.

3.1.3 Gestione delle informazioni

CNMI assicura, attraverso idonee procedure per la gestione interna e la comunicazione verso l'esterno, la corretta gestione delle informazioni finanziarie e commerciali.

Il management, i dipendenti e i collaboratori di CNMI sono tenuti a considerare tutte le informazioni sulle attività dell'Associazione che non siano state rese pubbliche come riservate e a interesse esclusivo della stessa.

Inoltre, tutte le persone di CNMI s'impegnano a rispettare la normativa sui diritti di terzi relativi alla proprietà intellettuale e a non procedere con la riproduzione non autorizzata e/o non consentita di materiali protetti dal diritto d'autore.

3.1.4 Tutela della privacy

CNMI s'impegna, nel rispetto della normativa vigente applicabile:

- a proteggere le informazioni relative alle proprie persone e ai terzi, generate all'interno dell'Associazione o acquisite nelle relazioni d'affari, evitando ogni uso improprio delle stesse;
- a trattare i dati personali nel rispetto dei diritti e delle libertà fondamentali, nonché della dignità degli interessati;
- a conservare i dati per un periodo di tempo non superiore a quello necessario allo scopo della raccolta, rispettando in ogni caso i termini di legge;
- ad adottare idonee misure di sicurezza per le proprie banche dati, al fine di evitare rischi di distruzione e perdita dei dati, di accessi non autorizzati o di trattamenti non consentiti.

3.1.5 Conflitti di interesse

CNMI s'impegna ad evitare situazioni ove i soggetti coinvolti nelle relazioni siano, o possano apparire, in conflitto con gli interessi dell'Associazione. Con ciò si intende, sia il caso in cui detti soggetti perseguano interessi diversi dagli scopi e finalità dell'Associazione oppure si avvantaggino personalmente di opportunità d'affari, sia il caso in cui agiscano in contrasto con gli obblighi fiduciari legati alla loro posizione.

Le risorse umane sono dunque tenute ad assicurare che ogni decisione sia presa nell'interesse di CNMI e dei suoi Soci, impegnandosi ad evitare tutte le situazioni in cui si possa manifestare un conflitto di interesse tra le attività economiche personali o familiari e le mansioni ricoperte, tali da interferire con la capacità di assumere decisioni in modo imparziale ed obiettivo.

3.1.6 Elargizione/accettazione di doni o altre utilità

CNMI condanna ogni tipo di promessa, offerta, pagamento o accettazione, in via diretta o indiretta, di denaro o altre utilità allo scopo di ottenere o mantenere un affare o assicurarsi un ingiusto vantaggio, in relazione alle attività dell'Associazione o ai rapporti con le istituzioni e la Pubblica Amministrazione.

I Destinatari del Codice s'impegnano a non offrire o accettare omaggi o regali che possano essere interpretati come eccedenti le normali pratiche di cortesia commerciale. Coloro che

ricevono regali o altre utilità, al di fuori di quelle di modico valore e nell'ambito di una prassi di ordinaria cortesia commerciale, devono darne informazione ai propri responsabili.

3.2 Principi di comportamento nei confronti degli *stakeholder*

3.2.1 Management, dipendenti e collaboratori esterni

Camera Nazionale della Moda Italiana considera le proprie risorse umane patrimonio indispensabile per l'esistenza e il buon funzionamento dell'Associazione. L'impegno e la professionalità delle persone di CNMI sono valori e condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi dell'Associazione.

Selezione del personale

CNMI s'impegna a offrire, nel pieno rispetto della normativa di legge e contrattuale in materia, le medesime opportunità di lavoro a tutti i dipendenti, facendo in modo che tutti possano godere di un trattamento normativo e retributivo equo, basato esclusivamente su criteri di merito e di competenza, senza discriminazione alcuna.

Le funzioni competenti devono:

- a. provvedere in ogni caso a selezionare, assumere, formare, retribuire e gestire le risorse umane senza discriminazione alcuna;
- b. creare un ambiente di lavoro nel quale caratteristiche od orientamenti personali non possano dare luogo a discriminazioni;
- c. adottare in ogni caso criteri di merito e di competenza (e comunque strettamente professionali) per qualunque decisione relativa alle risorse umane.

Valorizzazione e tutela del personale

CNMI s'impegna a sviluppare le capacità e le competenze delle risorse umane, incoraggiando ciascuno ad esprimere la propria energia e creatività e a realizzare il proprio potenziale, prevedendo anche adeguati percorsi formativi. L'Associazione tutela le condizioni di lavoro, sia proteggendo l'integrità psico-fisica del lavoratore, sia rispettandone la dignità. CNMI promuove inoltre condizioni di lavoro che consentano lo sviluppo della personalità e della professionalità della persona.

CNMI auspica che le sue persone, ad ogni livello, collaborino a mantenere un clima di rispetto della dignità, dell'onore e della reputazione di ciascuno. L'Associazione s'impegna ad intervenire per impedire illeciti condizionamenti, indebiti disagi e atteggiamenti interpersonali ingiuriosi, discriminatori o diffamatori. A questo effetto, sono ritenuti rilevanti anche comportamenti extra lavorativi particolarmente offensivi per la sensibilità civile.

Molestie o mobbing sul luogo di lavoro

CNMI favorisce iniziative mirate a realizzare modalità lavorative che incrementino il benessere organizzativo.

L'Associazione esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non sia dato luogo a molestie o ad atteggiamenti riconducibili a pratiche di mobbing.

Sono considerati come tali:

- a. creare un ambiente di lavoro intimidatorio, ostile, di isolamento o comunque discriminatorio nei confronti di singoli o di gruppi di lavoratori;
- b. porre in essere ingiustificate interferenze con l'esecuzione di prestazioni lavorative altrui;

c. ostacolare prospettive di lavoro individuali altrui per meri motivi di competitività.
È inoltre vietata qualsiasi forma di violenza o molestia, sessuale o riferita alle diversità personali e culturali.

Salute e sicurezza

Tutte le persone di CNMI sono tenute a contribuire attivamente al mantenimento di uno standard ottimale di sicurezza sul luogo di lavoro, astenendosi da comportamenti illeciti o comunque pericolosi e segnalando al proprio superiore o all'organo del quale sono parte e alla struttura competente, eventuali attività svolte da terzi a danno delle persone e/o che possano compromettere la sicurezza nei luoghi di lavoro.

È fatto obbligo, in ogni contesto che richiede particolare attenzione alla propria sicurezza personale, di attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite in merito da CNMI, astenendosi da comportamenti che possano mettere a rischio la propria e altrui incolumità, segnalando tempestivamente al proprio superiore ogni situazione di pericolo.

3.2.2 Soci

CNMI, nei confronti dei propri Soci, s'impegna ad informare regolarmente i propri soci sull'attività e sull'andamento dell'Associazione. CNMI si rende inoltre disponibile a fornire ai propri Soci informazioni supplementari, anche in riferimento ad attività, risultati, programmi di sviluppo ed investimenti approvati dal Consiglio Direttivo e quant'altro di interesse dei Soci, pur sempre nel rispetto del principio di riservatezza.

I Soci di CNMI, in ogni loro comportamento professionale ed associativo, s'impegnano:

- come imprenditori

- I. ad applicare compiutamente leggi e contratti di lavoro;
- II. a comportarsi con giustizia nei confronti dei propri collaboratori, favorendone la crescita professionale e salvaguardando la sicurezza sul lavoro;
- III. ad assumere un atteggiamento ispirato a correttezza ed integrità nei confronti di clienti, fornitori e concorrenti;
- IV. a mantenere rapporti ispirati a correttezza ed integrità con la Pubblica Amministrazione e con i partiti politici;
- V. a considerare la tutela dell'ambiente un impegno costante;

- come associati

- VI. a partecipare alla vita associativa di CNMI;
- VII. a contribuire alle scelte associative secondo i valori di integrità, equità, rispetto della persona e trasparenza ed in piena autonomia da pressioni interne ed esterne, avendo come obiettivo prioritario l'interesse di CNMI;
- VIII. ad instaurare e mantenere un rapporto associativo pieno e costruttivo, nel rispetto di quanto previsto al punto 9c (iii) dello Statuto dell'Associazione;
- IX. a rispettare le direttive che CNMI fornisce nelle diverse materie e ad esprimere le posizioni personali preventivamente nelle sedi di dibattito interno;
- X. ad informare tempestivamente CNMI di ogni situazione suscettibile di modificare il suo rapporto con gli altri imprenditori e/o con CNMI.

3.2.3 Vertici Associativi

L'elezione dei Vertici Associativi è subordinata alla verifica della piena rispondenza dei candidati ad una rigorosa e sostanziale aderenza ad ineccepibili comportamenti personali, professionali ed associativi.

I Vertici Associativi s'impegnano a:

- I. assumere gli incarichi per spirito di servizio verso CNMI ed il mondo esterno, senza avvalersene per vantaggi diretti o indiretti;
- II. mantenere un comportamento che sia coerente con i valori espressi dal presente Codice Etico, ispirato a lealtà e senso di responsabilità nei confronti dei Soci di CNMI e orientato al perseguimento dell'interesse comune, non facendosi influenzare dalle opinioni politiche personali nel corso dell'incarico;
- III. seguire le direttive di CNMI, contribuendo al dibattito nelle sedi proprie, ma mantenendo l'unità di CNMI verso il mondo esterno;
- IV. fare un uso riservato delle informazioni di cui vengono a conoscenza in virtù delle proprie cariche;
- V. trattare i Soci con uguale dignità a prescindere da dimensioni e settori di appartenenza;
- VI. mantenere con le forze politiche un comportamento ispirato ad autonomia ed indipendenza, fornendo informazioni corrette per la definizione dell'attività legislativa ed amministrativa;
- VII. coinvolgere effettivamente gli Organi Direttivi di CNMI per una gestione partecipata ed aperta alle diverse istanze;
- VIII. rimettere il proprio mandato qualora per motivi personali, professionali o oggettivi la loro permanenza possa danneggiare l'immagine di CNMI. A tal fine, i rappresentanti esterni, all'atto dell'assunzione dell'incarico, vengono informati degli impegni derivanti dal presente Codice Etico e, per il solo fatto di accettare l'incarico, prestano il loro assenso.

3.2.4 Fashion Community e operatori del settore

CNMI s'impegna ad operare in maniera sinergica con la *Fashion Community*, aprendosi all'ascolto e al dialogo e adottando un approccio collaborativo, con l'obiettivo di valorizzare i singoli *brand* e l'intero sistema del *Made in Italy*.

CNMI si adopera, in ogni circostanza, ad intrattenere relazioni eque e leali, proibendo alle sue persone di mettere in atto qualsiasi forma e tentativo di corruzione, compresi i favoritismi, nei confronti degli operatori del settore.

L'Associazione s'impegna dunque ad agire ispirandosi ai principi di correttezza e trasparenza, impegnandosi a non danneggiare indebitamente la loro immagine, o quella dei prodotti e servizi da essi offerti.

3.2.5 Partner

CNMI riconosce l'importanza dell'apporto fornito dai partner per perseguire la propria missione. L'Associazione s'impegna dunque a sviluppare e mantenere con essi un rapporto di fiducia, fondato sui valori espressi nel proprio Codice Etico.

CNMI s'impegna a valutare preventivamente i potenziali partner e ad accettare collaborazioni solo con soggetti la cui attività e profilo aziendale non siano in contrasto con la missione dell'Associazione e contribuiscano a valorizzarne l'immagine e l'operato.

CNMI s'impegna infine a fornire a ciascun potenziale partner informazioni dettagliate e veritiere sull'Associazione stessa e sulle sue attività e a definire in ogni caso condizioni contrattuali eque.

3.2.6 Fornitori di beni e servizi e consulenti

Camera Nazionale della Moda Italiana richiede ai propri fornitori e consulenti idonei livelli di professionalità e l'impegno a rispettare il presente Codice. L'Associazione promuove la costruzione di rapporti duraturi per favorire il progressivo miglioramento della performance, nella tutela e promozione dei valori, principi e contenuti del presente Codice Etico.

I fornitori e i consulenti sono selezionati secondo procedure improntate a criteri di trasparenza, imparzialità, concorrenzialità ed efficienza, nel pieno rispetto delle normative vigenti.

A tal fine, nel selezionare i propri fornitori e consulenti, CNMI s'impegna a riconoscere ai candidati pari opportunità di partecipazione alla selezione, verificando che dispongano di adeguati mezzi finanziari e idonee strutture organizzative, capacità tecniche ed esperienza, sistemi di qualità e risorse adeguate alle esigenze e all'immagine dell'Associazione.

CNMI s'impegna a verificare che i potenziali fornitori e consulenti rispettino la normativa in materia di lavoro, incluso il lavoro minorile e la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro.

Nell'ipotesi che il fornitore, nello svolgimento della propria attività per CNMI, adotti comportamenti in contrasto con i principi generali del presente Codice o con la normativa vigente, l'Associazione è legittimata a prendere opportuni provvedimenti, fino alla possibilità di interrompere il rapporto ed escludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

3.2.7 Pubblica Amministrazione e istituzioni

I membri di CNMI, nei rapporti con i rappresentanti della Pubblica Amministrazione e delle istituzioni, s'impegnano a tenere un comportamento ispirato ai principi di integrità, trasparenza e correttezza, al fine di evitare interpretazioni e giudizi parziali, non veritieri o fuorvianti da parte dei soggetti istituzionali con cui l'Associazione entra in contatto.

I rapporti con la Pubblica Amministrazione devono conformarsi ai valori e ai principi definiti dal presente Codice Etico.

Le relazioni con i funzionari delle istituzioni pubbliche possono essere intrattenute esclusivamente dai soggetti preventivamente autorizzati, nel rispetto della più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge.

3.2.8 Ambiente

CNMI è consapevole dell'importanza di tutelare l'ambiente in quanto risorsa fondamentale per la collettività e le generazioni future.

L'Associazione, anche attraverso il proprio "Manifesto della sostenibilità per la moda italiana", s'impegna a promuovere i principi della moda responsabile e sostenibile e a favorire l'adozione di modelli di gestione responsabile lungo tutta la catena del valore della moda a vantaggio del sistema Paese.

CNMI s'impegna a mitigare e controllare il proprio impatto sull'ambiente, ponendosi l'obiettivo di gestire al meglio le proprie attività in un'ottica di riduzione dell'inquinamento, promozione dell'economia circolare e ottimizzazione dell'utilizzo di risorse.

L'Associazione mira a promuovere un approccio rispettoso dell'ambiente attraverso una gestione fruttuosa delle relazioni con i diversi *stakeholder*.

3.2.9 Comunità locali, scuole e università

CNMI è consapevole dell'importanza del proprio ruolo per la crescita e la competitività dei *brand* del settore della Moda. Sostenendo i *brand* italiani, CNMI amplifica e valorizza il contributo delle imprese allo sviluppo dei territori e delle comunità in cui esse sono inserite.

L'Associazione s'impegna ad instaurare e mantenere un dialogo aperto e un confronto costruttivo con tutti i componenti delle comunità locali, al fine di contribuire positivamente allo sviluppo del territorio.

CNMI s'impegna a collaborare con le scuole di moda, coinvolgendole nella realizzazione di diverse iniziative e supportandone progetti specifici, allo scopo di favorire sempre più il raccordo tra industria della moda e mondo della formazione.

L'Associazione s'impegna inoltre a diffondere la sostenibilità come fondamentale leva competitiva che permette ai *brand* italiani e al *Made in Italy* di consolidare la propria leadership di settore.

3.2.10 ONG, associazioni benefiche e no profit

L'Associazione può erogare contributi o concedere patrocini, previa accurata valutazione della richiesta in oggetto, a ONG e ad enti o associazioni dichiaratamente senza fini di lucro, che perseguano uno scopo benefico o culturale che abbia attinenza con il mondo della moda. Tali contributi devono essere adeguatamente documentati ed erogati conformemente alla legge, alle disposizioni vigenti e alle procedure interne.

CNMI non eroga contributi, diretti o indiretti, sotto qualsiasi forma, a partiti, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, a loro rappresentanti e candidati.

3.2.11 Associazioni di categoria

CNMI, nell'ambito dello svolgimento della propria missione, interagisce con le Associazioni di categoria. Coloro che sono autorizzati e delegati dalla Società a relazionarsi con questi soggetti, s'impegnano a rispettare le leggi e ad evitare qualsiasi tipo di fenomeno collusivo o corruttivo.

L'attività di CNMI nei confronti delle Associazioni di categoria si basa sui criteri di ascolto, condivisione, collaborazione e trasparenza.

CNMI si propone alle Associazioni di categoria come interlocutore aperto al confronto per quanto riguarda le tematiche relative al lavoro, alle relazioni industriali, alla concorrenza e allo sviluppo. CNMI s'impegna, insieme alle Associazioni di categoria, ad affrontare in modo costruttivo i cambiamenti del settore della Moda, che richiedono un approccio condiviso e sistemico, finalizzato ad affrontare in modo sinergico sfide di cruciale rilevanza per i singoli *brand* e per il sistema del *Made in Italy*.

3.2.12 Media e uffici stampa

Nel divulgare al pubblico informazioni riguardanti l'Associazione e i suoi Soci CNMI adotta i principi di massima chiarezza e trasparenza.

CNMI si assicura che l'attività di comunicazione e divulgazione verso l'esterno di notizie, informazioni e dati rispetti in ogni caso il diritto all'informazione.

I rapporti tra CNMI e i media competono esclusivamente ai soggetti autorizzati, i quali sono tenuti a rispettare le leggi, le regole e le pratiche di condotta professionale. In nessun caso è permesso divulgare notizie false o tendenziose, esercitare pressioni o tenere atteggiamenti di favore nei confronti dei rappresentanti dei mezzi di comunicazione.

4. ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO DEL CODICE ETICO

4.1 Diffusione e aggiornamento del Codice Etico

Il presente Codice Etico entra in vigore dalla data della sua approvazione da parte del Consiglio Direttivo, ossia dal 30/3/2022.

Ad ogni persona di CNMI è richiesta la conoscenza dei principi e contenuti del Codice nonché delle procedure di riferimento che regolano le funzioni e responsabilità ricoperte.

CNMI s'impegna dunque a favorire e garantire la conoscenza del presente Codice Etico e dei suoi successivi aggiornamenti attraverso apposite attività di informazione e comunicazione.

Si precisa che il Codice Etico è pubblicato sul sito web www.cameramoda.it ed è messo a disposizione delle persone di CNMI in conformità alle norme applicabili.

CNMI s'impegna inoltre ad aggiornare i contenuti del Codice, qualora esigenze dettate dal variare del contesto, della normativa di riferimento o dell'organizzazione dell'Associazione lo rendano necessario.

La revisione del Codice è approvata dal Consiglio Direttivo di CNMI, su proposta del Presidente.

4.2 Strutture di riferimento e vigilanza sull'applicazione del Codice Etico

L'Organismo di Vigilanza istituito ai sensi del D.lgs. 231/2001 assume il ruolo di Garante del rispetto e della corretta attuazione di quanto enunciato nel Codice Etico.

A tal fine, l'Organismo di Vigilanza s'impegna a:

- a. promuovere l'attuazione del Codice e l'emanazione delle procedure di riferimento;
- b. riferire e proporre le iniziative utili per una maggiore diffusione e conoscenza del Codice, anche al fine di evitare il ripetersi di violazioni accertate;
- c. esaminare le segnalazioni di possibili violazioni del Codice, promuovendo le verifiche più opportune;
- d. intervenire in caso di segnalazioni di possibili violazioni del Codice;
- e. intervenire nei casi di segnalazioni di possibili violazioni del Codice ritenute non debitamente affrontate o di ritorsioni subite dal segnalante;
- f. comunicare alle strutture competenti i risultati delle verifiche rilevanti per l'adozione di eventuali provvedimenti sanzionatori.

4.3 Segnalazione di possibili violazioni del Codice Etico

Le comunicazioni all'Organismo di Vigilanza, quali la segnalazione di presunta violazione e la richiesta di un chiarimento o di un parere, devono essere fatte in forma preferibilmente non anonima e possono essere inviate alla casella di posta elettronica appositamente predisposta:

segnalazioniodv@cameramoda.it

Le segnalazioni ricevute e l'opportunità di azioni conseguenti saranno valutate ascoltando, se necessario, l'autore della segnalazione e/o il responsabile della presunta violazione.

CNMI s'impegna a garantire la riservatezza dell'identità del segnalante e a tutelare da eventuali intimidazioni o ritorsioni coloro che in buona fede effettuano le segnalazioni di presunte violazioni del Codice.

4.4 Valore del Codice Etico

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di tutte le persone di CNMI ai sensi e per gli effetti della legge applicabile.

La violazione dei principi e dei contenuti del Codice costituisce inadempimento delle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro e/o illecito disciplinare, con ogni conseguenza di legge anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro e può comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.