

CÓDIGO ÉTICO

K E R I N G



CONTENIDOS

PRÓLOGO DE FRANÇOIS-HENRI PINAULT

03

COMPROMISO DEL COMITÉ EJECUTIVO DE KERING

05

I. NUESTROS PRINCIPIOS ÉTICOS APLICADOS
A NUESTRAS ACTIVIDADES

07

II. NUESTROS PRINCIPIOS DE COMPORTAMIENTO
Y PRÁCTICAS EMPRESARIALES DE CARA A NUESTROS
PRINCIPALES INTERLOCUTORES

09

III. SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL CÓDIGO
Y SISTEMA DE DENUNCIA DE IRREGULARIDADES

21

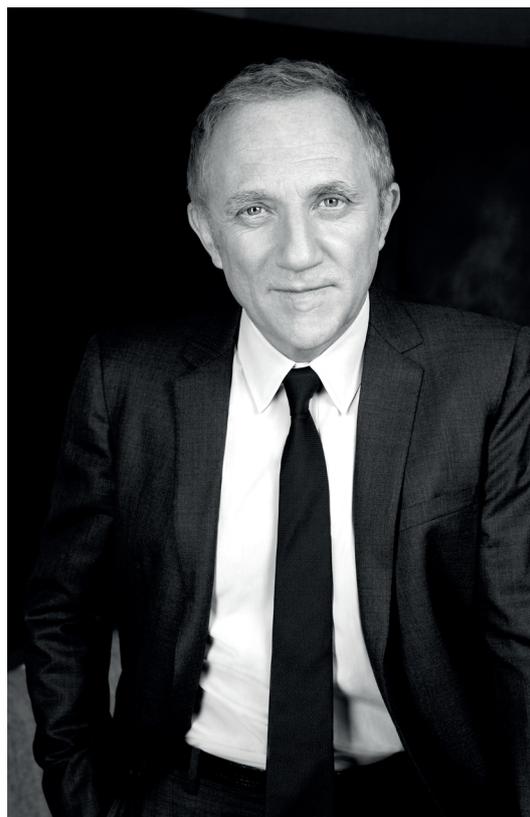


PRÓLOGO DE FRANÇOIS-HENRI PINAULT

Situar la ética en el corazón de nuestra conducta empresarial supone un fuerte compromiso moral, y el principio de confianza es básico para el desarrollo sostenible de nuestro negocio. Esta cultura de integridad se basa, por supuesto, en el cumplimiento de las leyes y normativas, al igual que en el compromiso con los valores del Grupo. Debe estar representada por todos y cada uno de los empleados de Kering en sus actividades diarias, independientemente de su nacionalidad, ubicación, puesto o antigüedad en la empresa.

Nuestra Carta Ética elaborada en 1996 ha sido reemplazada en 2005 por nuestro Código ético, y desde entonces este define los principios fundamentales que enmarcan y guían nuestras acciones diarias. Este Código proporciona un marco de lo que se espera de cada uno de nosotros en nuestras actividades profesionales y cuando estamos en contacto con nuestros empleados, clientes, accionistas e interlocutores comerciales. Define también nuestra responsabilidad con el medioambiente, que estamos comprometidos a proteger y en el que deseamos reducir nuestro impacto, así como con la sociedad en general, en la que pretendemos desempeñar plenamente nuestro papel como un buen ciudadano corporativo, comprometido y responsable.

Esta es la cuarta edición de nuestro Código ético desde 2005, y nos ofrece la oportunidad



de reiterar aquello que conforma nuestro planteamiento ético, en un momento en el que hemos alcanzado nuestra transformación como *empresa especializada* en el sector del Lujo.

El Código ético reafirma nuestro compromiso con el respeto a los derechos humanos, no solamente los de todos nuestros empleados, sino también los de todos aquellos que trabajan en nuestras cadenas de suministro y contribuyen a la creación de nuestro valor. Ponemos toda nuestra energía y cuidado en luchar contra el



trabajo infantil, el trabajo forzoso, el tráfico de humanos y la explotación de los grupos más vulnerables, los migrantes en particular, así como en combatir todo tipo de violencia y discriminación, especialmente contra la mujer.

Esta versión actualizada también nos permite recordar todos los progresos realizados para prevenir y detectar mejor la corrupción y el tráfico de influencias, en particular desde 2015, y el establecimiento de nuestra Organización de Cumplimiento y la red internacional de *Brand Compliance Officers* dentro de nuestras Marcas. Supervisar el cumplimiento estricto de todas las leyes y normativas aplicables en este ámbito, definiendo los procedimientos y las políticas necesarios y respaldando a todos nuestros empleados como corresponde. Practicamos la tolerancia cero hacia la corrupción, el tráfico de influencias y cualquier forma de fraude, y es vital que todos y cada uno de nosotros seamos conscientes de ello.

Para finalizar, es especialmente importante recordar aquí que el sistema ético de denuncia de irregularidades que Kering incorporó hace varios años –y que permite que cualquier persona informe de una infracción o de un posible incumplimiento del Código y sus principios– ahora está disponible tanto

para los empleados de Kering como para el personal externo y temporal que trabaja para el Grupo, para todos los proveedores de servicios e interlocutores externos con los que tenemos una relación contractual. Este mecanismo es vital, pues nos permite identificar cualquier posible deficiencia en el cumplimiento de nuestros principios, además de las medidas correctivas necesarias. Proteger a quienes nos informan de dichas deficiencias, de manera desinteresada y de buena fe, es un compromiso esencial para todo el Grupo.

El Código constituye una guía destinada a proporcionar un marco para todas nuestras actividades, proteger a Kering, su éxito y su trayectoria. Confío en que se familiarice con él y lo aplique diariamente. Todo se ha determinado en el seno del Grupo para apoyarle y ayudarle a cumplir con este requisito. Cuento con usted.



François-Henri Pinault
Presidente y Director Ejecutivo



COMPROMISO DEL COMITÉ EJECUTIVO DE KERING

Como miembros del Comité Ejecutivo de Kering, estamos a cargo de manera conjunta de las actividades del Grupo y somos plenamente conscientes de nuestra responsabilidad individual para difundir, explicar y compartir cada día los principios del Código ético de Kering en todas las actividades del Grupo y sus Marcas, independientemente de la parte del mundo en la que operemos. Es un imperativo moral y, más allá de ello, una garantía del éxito y la continuidad del Grupo.

En particular, es nuestra responsabilidad individual y colectiva demostrar cada día, predicando con el ejemplo y con nuestra conducta personal, la aplicación integral de los principios éticos que marcan la dirección de nuestro Grupo.

FRANÇOIS-HENRI PINAULT
CHAIRMAN AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER

JEAN-FRANÇOIS PALUS
GROUP MANAGING DIRECTOR

FRANCESCA BELLETTINI
PRESIDENT AND CHIEF
EXECUTIVE OFFICER,
YVES SAINT LAURENT

ALBERT BENSOUSSAN
CHIEF EXECUTIVE OFFICER OF THE
WATCHES AND JEWELRY DIVISION

MARCO BIZZARRI
PRESIDENT AND CHIEF
EXECUTIVE OFFICER, GUCCI

GRÉGORY BOUTTÉ
CHIEF CLIENT & DIGITAL
OFFICER

CÉDRIC CHARBIT
CHIEF EXECUTIVE
OFFICER, BALENCIAGA

MARIE-CLAIRE DAVEU
CHIEF SUSTAINABILITY OFFICER AND
HEAD OF INTERNATIONAL
INSTITUTIONAL AFFAIRS

JEAN-MARC DUPLAIX
CHIEF FINANCIAL OFFICER

VALÉRIE DUPORT
CHIEF COMMUNICATIONS & IMAGE
OFFICER

BÉATRICE LAZAT
CHIEF PEOPLE OFFICER

BARTOLOMEO RONGONE
CHIEF EXECUTIVE OFFICER,
BOTTEGA VENETA

ROBERTO VEDOVOTTO
PRESIDENT AND CHIEF
EXECUTIVE OFFICER, KERING
EYEWEAR

El Código ético de Kering se presentó ante su Consejo de Administración, quien lo revisó antes de que se distribuyera a todos los empleados del Grupo.



ADMINISTRACIÓN

Los órganos directivos del Grupo aplican los siguientes principios en todo momento:

- Los miembros del Comité Ejecutivo del Grupo y los directores del Grupo cumplen con las normas definidas por el Grupo y con los reglamentos internos del Comité, ayudados por cursos de formación frecuentes, especialmente en cuestiones relacionadas con conflictos de intereses.
- Dentro del Consejo de Administración, el propósito del Comité de Desarrollo Sostenible es ayudar al Grupo en el diseño, la implementación y la supervisión de una buena administración en línea con los estrictos requisitos del Grupo en el ámbito ético y de desarrollo sostenible.
- La retribución de los directores ejecutivos incluye un componente variable, basado en la promoción efectiva de una cultura de rendimiento e integridad en el seno del Grupo.



1

NUESTROS PRINCIPIOS ÉTICOS APLICADOS A NUESTRAS ACTIVIDADES

El Grupo Kering se asegura de que su comportamiento sea honesto y responsable.

Adoptar un enfoque ético en los negocios, en cualquier circunstancia, es una garantía de continuidad empresarial. Nuestro éxito y el desarrollo sostenible en los mercados dependen de nuestros clientes, empleados, accionistas, interlocutores comerciales y comunidades locales. Esa confianza se construye con el tiempo, pero debe ganarse cada día. La ética en un entorno comercial abarca muchos aspectos que a veces parecen contradictorios. Esta afirmación es especialmente cierta en un Grupo que opera en todos los continentes, en países con diferentes culturas y en distintas etapas de desarrollo económico.

Sin embargo, las diferencias se pueden estructurar en torno a unos cuantos principios compartidos, simples pero potentes, que deberían guiar nuestras acciones hacia un espíritu de responsabilidad y sentido común. El Código ético de Kering se redactó en 2005, después de la primera Carta Ética del Grupo que se introdujo en 1996. Se actualiza con regularidad y persigue una doble ambición:

- establecer los principios éticos del Grupo de manera sencilla y metódica,
- dirigirse a todos los empleados del Grupo y, más allá de ellos, a todos nuestros interlocutores.

Los principios éticos que todos compartimos son:

- actuar con integridad y sentido de la responsabilidad.
- cumplir las leyes y normativas.
- respetar la dignidad y los derechos de cada individuo.
- respetar el entorno natural.
- utilizar los activos y los recursos de la sociedad en interés del Grupo y de sus accionistas.
- alentar a nuestros empleados en sus iniciativas de participación comunitaria y sostenibilidad.
- respetar la confidencialidad empresarial.

Los principios éticos de conducta empresarial del Grupo tienen por objeto respetar las siguientes referencias internacionales clave:

- La Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Convención Europea de Derechos Humanos.
- Varios convenios de la Organización Internacional del Trabajo, en especial los convenios 29, 105, 138, 182 (trabajo infantil y trabajo forzoso), 155 (seguridad y salud laboral), 111 (discriminación), 100 (igualdad



de remuneración), 87 y 98 (libertad sindical, protección al derecho de sindicación y de negociación colectiva).

- Las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.
- Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas.
- Los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los correspondientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (UNGP por sus siglas en inglés).
- Los Principios de las Naciones Unidas para el Empoderamiento de las Mujeres.

La aplicación de los principios éticos en nuestras actividades diarias puede generar dudas, por lo que deben reforzarse y fomentarse constantemente con el ejemplo, con un conocimiento profundo de las materias, la formación y el derecho a preguntar.

Además del Código ético, que es la base y el marco de referencia para la conducta empresarial ética del Grupo, existen otros documentos con los que es esencial familiarizarse y que se deben aplicar correctamente. Por lo tanto, es responsabilidad de cada individuo mejorar sus conocimientos sobre los temas que le afectan, en función de sus responsabilidades específicas, leyendo los documentos que complementan al Código, en particular el Manual de Cumplimiento y sus políticas y procedimientos correspondientes. De igual modo, todos los años, cada empleado del Grupo debe participar con carácter obligatorio en cursos de formación sobre ética desarrollados para todos los empleados del Grupo a nivel mundial.

Todos los empleados de Kering deben conocer el Código y sus principios, cuestionarse a ellos mismos antes de actuar, especialmente si tienen dudas acerca de su conducta, deben ser cuidadosos, solicitar ayuda si no saben cómo resolver el dilema ético al que hacen frente e informar de cualquier problema o incumplimiento del Código.

Nos comprometemos a evitar y penalizar cualquier incumplimiento del Código ético del Grupo, y a aplicar todas las medidas correctivas necesarias.



2

NUESTROS PRINCIPIOS DE COMPORTAMIENTO Y PRÁCTICAS EMPRESARIALES DE CARA A NUESTROS PRINCIPALES INTERLOCUTORES

Además de las referencias enumeradas anteriormente, el Grupo Kering considera importante recordar y aclarar los principios de prácticas y comportamiento que todos compartimos, y que se espera que cada individuo aplique con respecto a los distintos públicos e interlocutores con los que mantenemos un contacto ocasional o regular.

Por lo tanto, esto concierne a:

- los empleados del Grupo,
- nuestros clientes y consumidores,
- nuestros accionistas y mercados financieros,
- nuestros interlocutores comerciales y nuestros competidores,
- el medioambiente,
- la sociedad en general.

LOS EMPLEADOS DEL GRUPO KERING

Directores: un papel fundamental en el respeto a nuestras normas éticas y en el fomento de una cultura de integridad

Con el fin de ayudar a todos los empleados a realizar con éxito sus tareas de acuerdo con las normas y los principios éticos del Grupo, los Directores tienen la responsabilidad específica de encarnar los principios y valores éticos del Grupo, predicando con el ejemplo y garantizando que el Código ético se aplica y respeta de manera adecuada por parte de sus equipos. Son los que avalan la divulgación correcta de los mensajes clave y las buenas prácticas dentro del Grupo. Están en primera línea para escuchar y respaldar a sus equipos cuando pueda surgir un dilema o una cuestión ética, animándoles a que expresen sus dudas y preguntas libremente.

Nos comprometemos a respetar y aplicar los siguientes valores y normas en nuestras relaciones profesionales:

Integridad, lealtad y responsabilidad

Tenemos la obligación de actuar con integridad, lealtad y sentido de la responsabilidad. Garantizaremos, especialmente, que no estamos implicados en situaciones que se puedan demostrar como fraudulentas (corrupción, conflictos de intereses, apropiación indebida de activos, comunicación de información fraudulenta, etc.) o maliciosas.

En general, en nuestras acciones diarias relacionadas con las actividades profesionales, en nuestro lugar de trabajo habitual o en un viaje de negocios, garantizaremos que respetamos los principios éticos del Grupo, que salvaguardamos los intereses y la imagen del Grupo y de sus Marcas.



Respeto a las leyes y a los derechos humanos

A nuestro personal y a nuestros compañeros les debemos un respeto y un trato justo, y la garantía de un entorno de trabajo motivante que valore la dignidad y los derechos de todos los individuos, potenciando el desarrollo y el bienestar. Fomentaremos una política de recursos humanos que contribuya a la profesionalidad, motivación y a la satisfacción laboral de todos ofreciendo oportunidades de formación, movilidad y promoción interna, desarrollando además la empleabilidad de cada individuo.

Proporcionamos un entorno de trabajo que respeta los derechos humanos y la legislación laboral, y cumple las leyes y normativas en materia de medioambiente, salud y seguridad en todos los países donde operamos.

Prohibimos el trabajo infantil y el trabajo forzoso.

Fomentamos la libertad de expresión de todos los empleados del Grupo.

Apoyamos el diálogo y respetamos el libre ejercicio de los derechos sindicales dentro del marco de las leyes y normativas locales.

Un entorno laboral sin ningún tipo de acoso

Kering no tolera ningún tipo de acoso, discriminación, intimidación, hostigamiento o comportamiento humillante, ya sea psicológico, sexual o que constituya un abuso de poder. Es responsabilidad de cada individuo no comportarse de manera que pueda dañar la dignidad o los derechos de otras personas.

Acoso significa cualquier patrón voluntario y repetitivo de comportamiento hostil, abusivo o humillante, bien sea en forma de comentarios verbales, acciones o gestos que pongan en peligro la dignidad o el bienestar psicológico de una persona y causen un deterioro del entorno laboral. Puede adoptar múltiples formas (degradación,

comentarios obscenos u ofensivos, rumores o poner en ridículo, amenazas, pedir que se lleven a cabo tareas denigrantes, excluir y aislar a las personas, etc.).

En particular, el acoso sexual es la intimidación o coerción de naturaleza sexual y la promesa indeseable o inapropiada de una recompensa a cambio de favores sexuales. Puede incluir una serie de acciones que van desde las transgresiones menores, hasta el abuso sexual o la agresión sexual.

El acoso puede estar sujeto a sanciones disciplinarias y a procesos penales en algunos países.

No discriminación, diversidad e igualdad de oportunidades

En Kering creemos que la diversidad es una fuente de creatividad e innovación y, por tanto, de rendimiento económico. Somos cuidadosos a la hora de desarrollar un enfoque inclusivo en el que se tienen en cuenta todas las diferencias, de manera que a todas las personas se les da la oportunidad de ser ellos mismos. Por eso nos preocupamos por difundir una cultura de igualdad en todos los niveles de la organización y ofrecemos a nuestros equipos un entorno de trabajo abierto y estimulante, sin ningún tipo de discriminación, que contribuye al éxito del Grupo. Fomentamos la igualdad de oportunidades y el trato equitativo. Dentro de este contexto, afirmamos nuestro compromiso con una mayor diversidad y paridad de género en todos los cargos y puestos y a todos los niveles de la jerarquía del Grupo, especialmente poniendo fin al desperdicio del talento femenino a lo largo de toda la cadena de mando.

Bienestar en el trabajo, conciliación de la vida laboral y familiar

Para garantizar que nuestros empleados mantienen un buen equilibrio entre sus vidas laborales y personales, y para fomentar el bienestar de cada individuo en el trabajo, Kering intenta brindar



un entorno laboral favorable que sea agradable y productivo. Para este fin, el Grupo implementa políticas y mecanismos para facilitar la vida diaria de cada individuo, y para mejorar la calidad de vida en el trabajo: teletrabajo, bajas por maternidad y paternidad, soluciones en portales para gestionar mejor la conciliación de la vida laboral y familiar, servicio de apoyo psicológico, jornadas de bienestar, etc.

Además, puesto que el Grupo se ha comprometido desde hace mucho tiempo a combatir la violencia contra las mujeres a través de su Fundación, proporciona a los empleados del Grupo formaciones de concienciación sobre violencia doméstica y el impacto que tiene en el mundo laboral, convencido de su responsabilidad por hacer que la empresa sea un lugar seguro y acogedor para las mujeres.

Confidencialidad empresarial

En sus interacciones e intercambios diarios con los interlocutores internos o externos del Grupo, todos los empleados se comprometen a:

- proteger la confidencialidad empresarial respetando los correspondientes acuerdos firmados y los principios de confidencialidad que prohíben cualquier divulgación no autorizada.
- limitar de manera estricta la revelación de información exclusiva a las personas interesadas y debidamente autorizadas.
- mantener y proteger todos los datos confidenciales de los que son responsables.
- prestar especial atención a la información verbal y/o escrita revelada en espacios públicos.

Protección de los datos personales del empleado

Siempre hemos reconocido el valor de los datos de nuestros empleados y, por tanto, respetamos y protegemos su privacidad.

Con este propósito, todos los empleados del Grupo Kering disfrutan de los siguientes derechos:

- información justa y transparente ante cualquier nuevo tratamiento de datos y, el consentimiento previo si corresponde.
- derecho a oponerse al tratamiento si existe un interés legítimo.
- derecho de acceso y rectificación de datos.
- el acceso a sus datos se limita o restringe a un cierto número de personas.
- derecho al olvido después de que abandone la empresa, siempre que se hayan cumplido las condiciones necesarias.

Ya que Kering opera en el sector del Lujo, algunos de sus empleados pueden disponer de datos con un valor de mercado potencialmente alto. El Grupo Kering es consciente del riesgo de las violaciones relativas a los datos, por tanto, también se compromete a mejorar la seguridad de los datos.

Uso responsable de los activos del Grupo

Cada empleado se compromete a evitar el uso indebido, inapropiado y a no malgastar todos y cada uno de los recursos del Grupo. En especial, en lo referente a los recursos materiales (teléfono, vehículo, ordenador, etc.), todos los empleados se comprometen a cumplir las normas de uso de las que han sido informados. En el caso de los recursos intangibles (Internet, correo electrónico, etc.), se puede tolerar el uso personal de manera ocasional, siempre y cuando no afecte de manera negativa al correcto desempeño de las actividades profesionales.

Uso razonable de las redes sociales y páginas web personales

Alentamos al personal a que sean embajadores del Grupo y/o de las Marcas. No obstante, únicamente



las personas dentro del Grupo y/o de la Marca debidamente autorizadas para ello podrán comunicarse en nombre del Grupo y/o sus Marcas. Está permitido hablar del Grupo, pero no hacerlo en nombre del mismo.

Cada empleado representa los valores profesionales del Grupo en el ámbito público y privado, incluyendo las redes sociales y las páginas web personales. Así pues, tenemos la obligación de actuar con integridad y discernimiento profesional cuando expresemos nuestros puntos de vista sobre cuestiones relacionadas directa o indirectamente con el Grupo, a fin de preservar la imagen y reputación de Kering. Debemos asegurarnos de que no hay confusión posible entre nuestras opiniones e intereses personales y los del Grupo. Por este motivo, los empleados que utilicen su identidad real o cuya identidad se asocie a su lugar de trabajo en las redes sociales y en los foros de debate, deben mencionar que actúan en su propio nombre y que sus puntos de vista no reflejan la imagen o la postura del Grupo con respecto a los asuntos que se aborden.

Formación y conciencia ética

Los programas de formación y conciencia ética están a disposición de todos los empleados del Grupo a nivel mundial. Este programa, que se renueva cada año, nos aporta las herramientas para comprender qué se espera de nosotros y para guiar nuestras acciones de manera que cumplan totalmente los principios éticos del Grupo, gracias al uso de casos específicos y ejemplos relevantes. La participación es obligatoria.

NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES

Honestidad, seguridad y calidad

Ofrecemos a nuestros clientes y consumidores el mejor servicio profesional para garantizar que

estén satisfechos y que somos merecedores de su confianza. A través de sus Marcas, el Grupo diseña y comercializa productos o servicios que cumplen con los estándares y normativas actuales en términos de calidad, seguridad, derechos de propiedad intelectual e industrial, y ofrece información de calidad transparente, fiable y justa.

Nuestra publicidad y relaciones públicas se basan en la honestidad y en la equidad, y siempre tienen en cuenta la seguridad del cliente y del consumidor.

Protección de datos personales y confidenciales

Nuestros clientes son quienes toman las decisiones acerca de la información que nos confían, y nosotros garantizamos que se preserva la naturaleza confidencial de sus datos privados, respetando los compromisos que tenemos con ellos y actuando de conformidad con la legislación aplicable.

Respetamos el derecho de los individuos a recuperar, rectificar o suprimir datos y disponemos de dispositivos de copia de seguridad (tanto físicos como digitales) de los datos recopilados.

El Grupo reconoce el valor de los datos que sus clientes y contactos les confían. Al operar en el sector del Lujo, el Grupo posee datos de clientes con un valor de mercado potencialmente alto. Conociendo el riesgo de las violaciones de datos, el Grupo no solo se ha centrado en cumplir con el Reglamento General de Protección de Datos, sino también en garantizar que ofrece la mejor protección posible de los datos de sus clientes.

El Grupo ha establecido las políticas de confidencialidad necesarias entre sus Marcas, sus distintos departamentos y entidades y con sus proveedores, tanto dentro como fuera del Espacio Económico Europeo, para equiparse así de la mejor forma posible contra el riesgo de violaciones de datos.

Hemos instaurado un criterio interdisciplinario que integra a todas las funciones, a todos los países y a



todas las marcas del Grupo bajo la supervisión del Responsable de Privacidad del Grupo, con el fin de gestionar mejor cualquier posible riesgo relacionado con los datos que controlamos.

NUESTROS ACCIONISTAS Y LOS MERCADOS FINANCIEROS

Información honesta

Practicamos un estilo de administración corporativa que refleja los estándares y las buenas prácticas actuales. Tenemos que ganarnos la confianza y el respaldo de nuestros accionistas y de los mercados financieros mediante la utilización responsable y eficiente de los recursos del Grupo. Les debemos una prestación de información financiera honesta, precisa y fiel. Por nuestra parte, cumplimos totalmente con todos los estándares y las normativas aplicables en lo que respecta al ámbito contable, financiero y del mercado de valores.

Prevención de la información privilegiada

Como sociedad que cotiza en bolsa, prestamos especial atención al cumplimiento de la normativa bursátil (en particular, aunque no con carácter exclusivo, las normativas que se derivan de la Directiva europea sobre el abuso del mercado) y sus reglamentos de aplicación, las opiniones y recomendaciones de la Autoridad Europea para los Mercados Financieros y de la Autoridad de Mercados Financieros. Con objeto de prevenir cualquier tráfico de información privilegiada, el Grupo ha establecido un programa de cumplimiento que incluye varios organismos y procedimientos tales como el Comité Ético, un calendario de “periodos de restricciones” (durante el cual ciertas personas no pueden llevar a cabo operaciones sobre las acciones de Kering), un Código de Conducta que integra la información privilegiada y un procedimiento para la gestión de dicha información.

NUESTROS INTERLOCUTORES COMERCIALES Y NUESTROS COMPETIDORES

Nos comprometemos a mantener unas relaciones empresariales justas y equitativas ante cualquier circunstancia.

El Grupo promociona sus principios éticos que deben guiar las actividades llevadas a cabo por sus empleados e interlocutores comerciales, especialmente en relación al cumplimiento de leyes y normativas, la prevención de cualquier tipo de corrupción, incluyendo el tráfico de influencias, y los conflictos de intereses.

Corrupción, tráfico de influencias, sobornos

Kering prohíbe estrictamente la corrupción en cualquiera de sus formas, inclusive el tráfico de influencias, y tiene la intención de prevenirla cumpliendo con las leyes anticorrupción vigentes de cada país donde opera el Grupo, especialmente: la legislación francesa aplicable (enmendada por la Ley SAPIN II), la legislación italiana, la Ley estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero y la Ley de Corrupción del Reino Unido. En este sentido, el Grupo practica la tolerancia cero.

La corrupción activa consiste en ofrecer o prometer de manera ilegal a una persona un beneficio en cualquier momento, bien sea directa o indirectamente, con el fin de incitar a esa persona a que actúe o a que se abstenga de hacerlo. El concepto de corrupción pasiva se refiere a la situación de la persona corrupta. La corrupción está sujeta a sanciones penales, independientemente de que la persona corrupta trabaje en el sector público o privado. “Ofrecer un beneficio” significa ofrecer cualquier cosa de valor (naturalmente dinero, pero también, por ejemplo, vales, invitaciones de distintos tipos, regalos, donaciones, promesas laborales, el reembolso de gastos de viaje, etc.).



En lo que respecta al “tráfico de influencias”, este consiste en ofertas, promesas, donaciones, regalos o beneficios de cualquier tipo que se ofrecen directa o indirectamente a una persona, y que beneficien a la misma o a otra persona, para animarla a que abuse –o porque ya ha abusado– de su influencia real o presunta con el fin de obtener distinciones, empleos, contratos o cualquier decisión favorable por parte de una administración o autoridad pública.

Prohibimos los sobornos en todo el Grupo, lo que también hace referencia al pago de una suma de dinero no oficial con el objetivo de facilitar, garantizar o acelerar la ejecución de una decisión administrativa.

Queda totalmente prohibida la financiación de las organizaciones políticas, sindicatos, organizaciones culturales o benéficas en nombre del Grupo con el fin de obtener beneficios materiales, comerciales o personales, ya sea de manera directa o indirecta.

Regalos, prestaciones en especie, entretenimiento, donaciones y patrocinio

Todo empleado debe preguntarse si un regalo, favor o invitación, ya sea recibido u ofrecido, que le brinde una persona tiene la intención de influenciar a la persona que lo recibe.

Los empleados e interlocutores comerciales de Kering nunca deben prometer, ofrecer, proporcionar, solicitar ni aceptar bienes o servicios tales como regalos, prestaciones o entretenimientos con el propósito de obtener un beneficio o ejercer una influencia del tipo que sea.

El simple hecho de solicitar, aceptar o fomentar la concesión de regalos de proveedores, clientes o interlocutores futuros o existentes puede comportar un conflicto de intereses o incluso un acto de corrupción.

Puesto que el valor de los regalos no conduce automáticamente a la conclusión de que exista un conflicto de intereses o un acto de corrupción,

se invita a que cada empleado proporcione a su superior inmediato las muestras de transparencia y supervisión sobre el motivo y la legitimidad de la oferta.

Las donaciones y los acuerdos de patrocinio deben ser igual de transparentes y estar debidamente justificados. Cualquier donación planificada y destinada a una organización benéfica se debe auditar y aprobar previamente.

En caso de duda, el empleado debe ponerse en contacto con su superior inmediato y consultar los procedimientos locales vigentes.

Conflictos de intereses

Los empleados de Kering no deben implicarse en situaciones en las que sus intereses personales o los de sus familiares o parientes cercanos puedan entrar en conflicto con los intereses de su Marca o del Grupo, ni formar parte de situaciones con riesgo de menoscabar su criterio independiente, su integridad profesional o la imagen o reputación del Grupo. Esto es lo que se denomina una situación de conflicto de intereses.

Las situaciones que se detallan a continuación pueden dar lugar a un conflicto de intereses y deben evitarse, ya que contravienen los intereses del Grupo:

- trabajar, incluso de manera voluntaria, con terceros cuyos intereses entran en conflicto con los de Kering.
- tener intereses personales, financieros o comerciales y fomentar situaciones que podrían interferir en las acciones y/o en la toma de decisiones de Kering.
- mantener relaciones laborales inadecuadas con superiores inmediatos o subordinados.
- recibir regalos o invitaciones que podrían influir en el criterio personal.



- influir en la selección o en la elección de un proveedor de servicios en beneficio de sus intereses personales o los de parientes cercanos.

Si un empleado se enfrenta al riesgo de un conflicto de intereses, debe informar inmediatamente a su superior directo o indirecto o a cualquier otro organismo o departamento pertinente (Departamento de Recursos Humanos, Departamento de Auditoría Interna, Organización de Cumplimiento, Responsable de Cumplimiento), y evitar cualquier participación en las relaciones que su Marca o el Grupo mantiene con el tercero en cuestión hasta que se haya encontrado una solución.

Fraude

El fraude se refiere, generalmente, a un acto de engaño contra un individuo o una empresa para incitar a que la persona o la empresa proporcionen dinero, bienes u otros recursos mayores (como información de valor) de manera ilegal.

Entre los ejemplos habituales de fraude se incluyen:

- falsificación.
- robo de identidad.
- transferencias bancarias fraudulentas o falsificadas.
- Ciberataques.

Combatir el fraude es un compromiso ético vital para el buen desarrollo de nuestras actividades, y para ello es necesaria una supervisión constante. Todo acto fraudulento es censurable y se pueden adoptar medidas disciplinarias.

Libre competencia

La ley de competencia está diseñada para garantizar que todas las empresas compitan en condiciones

justas, con el fin de ofrecer productos y servicios de alta calidad al mejor precio. Creemos que la competencia libre, abierta y leal es un factor de progreso económico y social, en términos de precios, calidad y amplitud de la oferta en interés del consumidor. Cumplimos estrictamente la normativa aplicable en materia de competencia, en todos los mercados donde el Grupo desarrolla su actividad.

Compromisos adoptados por nuestros proveedores y subcontratistas

El respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales es la piedra angular de los compromisos éticos de Kering, y todos sus empleados e interlocutores deben respaldarlo. Con este propósito, nuestro Código ético se inspira en las principales referencias internacionales sobre ética y derechos humanos.

Exigimos a nuestros proveedores que acaten los principios que se definen en la Carta de Proveedores del Grupo. Prohibimos el trabajo infantil y el trabajo forzoso. El Grupo lleva a cabo procedimientos de verificación y no trabaja de manera intencional con interlocutores que no compartan esos principios esenciales en el núcleo de sus actividades y en la elección de sus propios proveedores de servicios.

Así pues, el Grupo se compromete a evaluar a sus principales proveedores de manera regular. Kering y sus Marcas les prestan ayuda y asesoramiento (programas de formación, desarrollo de competencias, intercambio de buenas prácticas, etc.) para garantizar que se ajustan a su Código ético y a la Carta de Proveedores.

El Grupo, además, ha establecido unos principios de sostenibilidad que se comunican sistemáticamente a cada proveedor con el que el Grupo mantiene una relación contractual. Estos principios reafirman todos los principios fundamentales y las directrices que complementan y determinan los principios esenciales de la Carta de Proveedores, y están disponibles en la página web del Grupo.



Teniendo en cuenta las actividades específicas del sector del Lujo y las cuestiones relacionadas con la moda, el Grupo Kering también ha desarrollado una carta sobre relaciones laborales y el bienestar de los modelos que promocionan sus altos estándares de integridad, responsabilidad y respeto hacia las personas involucradas.

Por último, el Grupo publica en la página web su Declaración sobre las formas Modernas de Esclavitud.

Los compromisos con nuestros proveedores y subcontratistas están en sintonía con los requisitos para el respeto de los derechos humanos publicados por las Naciones Unidas y manifestados en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (UNGP).



CARTA DE PROVEEDORES DEL GRUPO KERING

1 Kering y sus Marcas declaran su compromiso por el respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales cumpliendo con las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y en particular, con los convenios destinados a abolir la esclavitud y el trabajo forzado u obligatorio, y la protección del medioambiente. Asimismo, el Grupo recuerda que en 2008 firmó el Pacto Mundial de la ONU y que defiende los 10 principios que lo sustentan.

2 Kering y sus Marcas, además, exigen que sus proveedores acaten los siguientes principios básicos que, en conjunto, conforman la Carta de Proveedores del Grupo Kering:

- Prohibir el trabajo de niños menores de 15 años, salvo que exista una cláusula derogatoria de la OIT por la cual se permita el trabajo de niños de más de 14 años.
- Prohibir que se recurra, en cualquiera de sus formas, a la esclavitud, el tráfico humano, la servidumbre por deudas y al trabajo forzado u obligatorio, al igual que a los productos o servicios generados de este modo.
- Prestar especial atención a las categorías de trabajadores vulnerables a la explotación, en especial a los migrantes, garantizando que no se aplica un trato discriminatorio en su contratación ni en sus prácticas laborales, así como velando por la libertad de movimiento y remuneración, garantizando al mismo tiempo que comprenden perfectamente sus derechos.

El término “trabajo forzado u obligatorio” designa todo trabajo o servicio que se exige a una persona bajo la amenaza de cualquier tipo de sanción o de ausencia de remuneración, por lo cual se considera que el trabajo no se realiza libremente. Las prácticas ilícitas de trabajo infantil o de trabajo forzado u obligatorio constituyen un elemento que podría anular cualquier relación empresarial entre Kering y sus Marcas y un interlocutor comercial.

- Prohibir todo tipo de trabajo que, por su naturaleza o por las condiciones en las que se ejerce, pudiera comprometer la sanidad, la seguridad o la moralidad (instalaciones limpias y seguras, agua potable, instalaciones sanitarias, etc.).
- Prohibir todo comportamiento contrario a la dignidad y el bienestar en el trabajo, especialmente toda práctica contraria a la normativa laboral, y en particular, con respecto a la remuneración y el derecho a un salario digno, las jornadas laborales (horas máximas de trabajo, pausas y periodos de descanso) y las condiciones de trabajo.
- Respetar el derecho de representación y libertad de expresión, libertad sindical y de negociación colectiva que resulta de aplicación directa a los trabajadores.
- Prohibir cualquier forma de discriminación, en concreto la discriminación racial, étnica y de género o aquella relacionada con la discapacidad, y fomentar unas condiciones laborales que impulsen la diversidad.
- Prohibir toda forma de acoso psicológico, principalmente el acoso sexual, y en especial cualquier forma de intimidación, amenaza o coerción de naturaleza sexual o cualquier promesa de recompensa a cambio de favores sexuales.



- Tratar a todos los hombres y mujeres por igual, de manera justa y respetuosa en el trabajo, prestando especial atención a la erradicación de toda forma de intimidación, acoso, violencia o trato discriminatorio, particularmente en lo que a la retribución de las mujeres se refiere.
- Cumplir con las normativas medioambientales que resultan de aplicación directa, y por encima de eso, esforzarse por implementar los tres principios del Pacto Mundial relacionados con la protección medioambiental:
 - Aplicar un enfoque preventivo de cara a los problemas medioambientales.
 - Comprometerse con iniciativas que tiendan a promover una mayor responsabilidad ecológica.
 - Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medioambiente.
- Distribuir y renovar, con la frecuencia que sea necesaria y de manera adecuada, los principios de esta Carta a todos sus empleados, en todos los idiomas y empleando los medios que sean necesarios para garantizar que todos tienen una comprensión plena de los mismos, y comunicar el procedimiento de denuncia de irregularidades existente en el Grupo Kering.
- Adoptar las medidas necesarias para aplicar de manera efectiva los principios de la presente Carta a sus propios proveedores y subcontratistas.
- Obrar con lealtad ante Kering y/o sus Marcas, informando de cualquier dificultad grave en lo que respecta a la aplicación de esta Carta o a cualquier infracción de la misma.

3 Ante cualquier entidad jurídica con la que el Grupo Kering formalice una relación contractual para la prestación de bienes y servicios, los representantes de Kering y/o sus Marcas, acompañados probablemente por observadores externos, tendrán acceso ilimitado a los documentos administrativos, al personal y a los centros de

producción, transporte y empaquetado de los productos o servicios que se hayan de contratar, con el fin de evaluar el correcto cumplimiento de las condiciones de la presente Carta. Esas visitas de inspección se pueden repetir con tanta frecuencia como se considere conveniente.

Dichas visitas serán objeto de informes de evaluación de acuerdo con los criterios estrictos. Kering se reserva el derecho a divulgar tales informes según corresponda.

4 Durante la vigencia del contrato y sin previo aviso, los representantes de Kering y/o sus Marcas o interlocutores externos designados por Kering o sus Marcas podrán comprobar que los proveedores cumplen los compromisos descritos en esta Carta. El proveedor debe facilitar el acceso a todos los documentos administrativos o al personal, así como al lugar de trabajo y al alojamiento.

5 Sin perjuicio de cualquier otra cláusula contractual, el cumplimiento de esta Carta constituye una condición vital en la relación comercial de cualquier contratista de Kering o sus Marcas. En caso de producirse un incumplimiento considerable de la presente Carta, Kering y/o sus Marcas deberán determinar qué medidas correctivas se aplican, si fuera necesario, para permitir que prosiga la relación laboral. En términos generales, Kering y sus Marcas garantizarán que proporcionan el apoyo y el asesoramiento a todos los proveedores para ayudarles a mejorar sus prácticas, con el fin de satisfacer los objetivos que se establecen en esta Carta.

6 El Grupo Kering espera que sus proveedores respeten y actúen en total cumplimiento con las legislaciones locales e internacionales, especialmente las que respectan al comercio y ámbito fiscal.



NUESTRO MEDIOAMBIENTE

Nos esforzamos por diseñar el Lujo del mañana, sin olvidarnos de preservar el planeta y sus recursos naturales, y por reducir nuestro impacto en el cambio climático y en la pérdida de biodiversidad mediante la innovación para apoyar a las generaciones futuras.

Medición de nuestro impacto más allá de nuestras propias operaciones

La sostenibilidad se sitúa en el centro de la estrategia de nuestro Grupo: es un elemento clave en el proceso de creación de valor.

Alentamos a que nuestras Marcas establezcan nuevos modelos de negocio que contribuyan a mejorar el medioambiente, la economía y la sociedad.

En vista de ello, el Grupo se compromete a medir el impacto de sus actividades en la protección de la riqueza natural y la biodiversidad, no solo en las áreas donde opera directamente, si no más allá, a través de sus distintas cadenas de suministro, que van desde la producción de materias primas hasta la comercialización de bienes y servicios que las Marcas del Grupo ofrecen a sus clientes.

Fiel a su compromiso con la transparencia y el intercambio, Kering revela los resultados de su EP&L (Cuenta de Pérdidas y Ganancias Medioambientales) y publica sus métodos, con la intención de lograr que el mayor número posible de empresas se comprometa a luchar con ellos en la batalla para proteger el medioambiente.

Reducción significativa en nuestro impacto medioambiental

La Estrategia de Desarrollo Sostenible del Grupo, con un horizonte temporal marcado hasta 2025, expone claramente las ambiciones de Kering en lo que respecta a la protección medioambiental:

- Utilizar los recursos de manera que respeten los límites globales a través de un enfoque científico, con el objetivo de reducir en un 50 % las emisiones de CO₂ en las actividades del Grupo.
- Reducir en un 40 % la EP&L del Grupo, trabajando especialmente en la implementación de estándares responsables en la adquisición de materias primas y en los procesos de producción.

Estos estándares definen las buenas prácticas a establecer con respecto a cada material y proceso de producción clave, teniendo en cuenta su impacto social, la huella medioambiental, la trazabilidad de los materiales, el bienestar animal y la eliminación gradual de sustancias químicas peligrosas. Los estándares de Kering, de carácter público y disponibles para todos, tienen por objetivo fomentar la mayor adopción posible de los mismos dentro y fuera del sector del Lujo.

Kering, líder del desarrollo sostenible en el sector del Lujo

Hemos fijado nuestros propios objetivos ambiciosos para reducir nuestro impacto medioambiental, ya sea dentro de nuestros ámbitos de operaciones o a lo largo de nuestras cadenas de suministro.

Fomentamos el diálogo y la implementación de buenas prácticas, ya que los consideramos una parte positiva de nuestra estrategia de gestión.

Somos conscientes de que solo las grandes coaliciones de participantes comprometidos marcarán la diferencia al afrontar los retos medioambientales de las próximas décadas, por eso colaboramos con aquellos que están más dispuestos a participar y con todos los interlocutores externos que desean hacerlo (asociaciones con universidades, científicos y centros de investigación, diálogo con ONG medioambientales, participación en grupos de trabajo del sector del Lujo y en industrias multisectoriales, etc.), para fomentar así la reflexión, la adquisición de conocimientos y el desarrollo de soluciones innovadoras en respuesta a los desafíos medioambientales.



Nuestra política abierta es testimonio de la gran importancia que otorgamos a la protección del medioambiente en relación con los retos necesarios de la competencia.

Principio preventivo

Por último, pretendemos aplicar un principio preventivo en lo que respecta a cuestiones de protección medioambiental, adoptando procedimientos de evaluación de riesgos para aplicar medidas proporcionadas y temporales en caso de que, en el estado actual del conocimiento científico, causar un posible daño pudiera afectar al medioambiente de manera grave e irreversible.

SOCIEDAD CIVIL

Diálogo con los interlocutores y desarrollo social y económico

Afirmamos una vez más nuestra posición a favor de los derechos humanos y nuestro comportamiento como empresa socialmente responsable en todos los lugares donde estemos presentes. No toleraremos amenazas, intimidaciones ni ataques, ya sean físicos o jurídicos, contra los defensores de los derechos humanos.

Estamos a la escucha de las preocupaciones que han expresado las organizaciones internacionales, las organizaciones no gubernamentales y los representantes de la sociedad civil, y deseamos favorecer el diálogo con ellos.

Respetamos la cultura de los países en los que trabajamos. Y en particular, queremos contribuir activamente en el desarrollo social y económico de las comunidades locales en las que obtenemos nuestras materias primas.

En la mayor parte de los países donde operamos, participamos en proyectos educativos y comunitarios o en iniciativas que fomentan la cultura y la salud. Concretamente, desarrollamos programas educativos con la comunidad de estudiantes cuyo objetivo se centra en la formación de los “futuros diseñadores”, para potenciar la creatividad, alimentar el diálogo con los estudiantes y sensibilizarles sobre los desafíos del sector del Lujo en los próximos años, sobre todo en lo que respecta a la ética y el desarrollo sostenible.

Fundación Kering

En el seno del marco de nuestra estrategia de desarrollo sostenible, Kering fomenta que su personal y sus Marcas desplieguen sus esfuerzos para beneficiar a las mujeres, especialmente a través de la Fundación Kering, que combate la violencia contra las mujeres. La Fundación respalda proyectos dirigidos por ONG locales, ayuda a emprendedores sociales, organiza campañas de concienciación e implica a los empleados del Grupo en estas actividades.

Fiscalidad

Como ciudadano corporativo responsable, el Grupo Kering se compromete a obedecer la legislación fiscal y los estándares internacionales en esta materia allí donde opere, y a satisfacer todos los impuestos y tasas que adeude.

Grupos de presión

El Grupo no participa en la financiación de la vida política de los países en los que desarrolla sus actividades. Como líder del sector de Lujo, el Grupo espera el formar parte del diálogo, de los intercambios de opiniones y de los debates que contribuyan al desarrollo de normativas en los países donde está presente.



3

SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL CÓDIGO Y SISTEMA DE DENUNCIA DE IRREGULARIDADES

El Código ético de Kering resulta de aplicación a todos los empleados del Grupo. Se proporciona a todos los empleados nuevos del Grupo, en cualquier parte del mundo, y es una parte integrante de los reglamentos internos de las sociedades francesas de Kering. La finalidad es garantizar que Kering, una sociedad constituida con arreglo a la legislación francesa, cumpla plenamente con las leyes y normativas de Francia.

El Código está redactado en los idiomas mayoritarios del Grupo, y se puede descargar en línea en la página web de Kering (www.kering.com) o en la intranet del Grupo.

Desde 2005, y trabajando en paralelo a la distribución del Código, existe el Comité Ético del Grupo Kering, que ahora se complementa con dos comités éticos regionales: el Comité Ético de Asia-Pacífico (APAC) y el Comité Ético de América, además de una línea telefónica directa, gratuita y accesible para todos a nivel mundial y disponible en los idiomas mayoritarios del Grupo.

Los Comités Éticos cumplen tres mandatos para:

- supervisar la correcta distribución e implementación del Código ético y los principios que defiende;
- responder a las consultas de cualquier empleado del Grupo, desde una petición directa de aclaración o una pregunta acerca de la interpretación del código y su aplicación, hasta una queja

(derivación) presentada ante el Comité sobre el presunto incumplimiento de uno de los principios éticos del Grupo;

- actuar de manera proactiva en la mejora de la política del Grupo y de las acciones en el ámbito del desarrollo ético y sostenible.

El Comité Ético está compuesto por representantes de las Marcas del Grupo y empleados de Kering (personal del Grupo Kering, Kering APAC o Kering América). Su naturaleza regional es parte de la política de delegación de responsabilidad dentro del Grupo, que garantiza que se den las respuestas más adecuadas a las preguntas planteadas. Su función como árbitros decisivos, bajo la autoridad del Comité Ético del Grupo al que ellos mismos informan, garantiza la aplicación coherente de los principios éticos en todo el Grupo.

En 2015, además, se instauró la Organización de Cumplimiento dirigida por el *Chief Compliance Officer* (CCO) del Grupo. Con el respaldo de una red internacional de *Brand Compliance Officers* (BCO) designada por el presidente de cada Marca, esta organización apoya y guía a los empleados en todos los niveles del Grupo para garantizar que cumplen la legislación vigente, especialmente, la relativa a la lucha contra la corrupción y sobre competencia.

Todos los procedimientos del programa de Cumplimiento se actualizan regularmente para satisfacer la nueva legislación aplicable.





Sistema de denuncia de irregularidades: los Comités Éticos, la Organización de Cumplimiento y la línea telefónica directa

El sistema de denuncia de irregularidades hace que sea posible informar de:

- un delito o un delito penal,
- un incumplimiento claro y grave de la legislación o las normativas,
- conductas o situaciones contrarias al Código ético del Grupo,
- una amenaza o un daño grave al interés público.

En la práctica, todos los empleados deben dirigir a su superior inmediato cualquier pregunta o petición de aclaración relacionada con la interpretación del Código o con un presunto incumplimiento del mismo. También pueden plantear la cuestión a los representantes de los trabajadores, al Departamento Jurídico, al Departamento de Auditoría Interna o al Departamento de Recursos Humanos.

Si se prefiere, y sin necesidad de justificar dicha acción, el personal puede optar por ponerse en contacto con uno de los tres comités éticos: el Comité del Grupo, el Comité de APAC o el Comité de América. En principio, estos comités no tratan solicitudes anónimas salvo que tengan obligación legal de hacerlo. Por tanto, a cualquier persona que se ponga en contacto con un Comité Ético se le solicitará su identificación. No obstante, si las



acusaciones remitidas a un Comité Ético parecen ser de naturaleza especialmente preocupante, y si la información y los documentos proporcionados son lo suficientemente fundados como para dar curso a una investigación, el Comité puede decidir tratar dicha petición a pesar de su carácter anónimo.

La persona que informa del asunto (denominada también el “denunciante”) debe tener conocimiento personal de los hechos o comportamientos que son objeto de la derivación, y debe actuar de buena fe y de manera desinteresada.

Los Comités garantizan esta confidencialidad a la hora de gestionar los casos que se les remite (análisis de la reclamación en ausencia del representante de la Marca a la que pertenece la entidad afectada por dicha queja, el acuerdo necesario por parte de la persona que interpone la reclamación antes de que el Comité Ético solicite que la entidad en cuestión inicie cualquier acción, anonimizar los casos tratados por el Comité Ético en cualquier informe, etc.). Salvo en casos excepcionales, las derivaciones se gestionan en un plazo de tres meses y las investigaciones siguen las directrices de los manuales de investigación, de los cuales existen varias versiones disponibles para garantizar que el contenido tenga en cuenta cualesquiera requisitos locales en los países donde opera el Grupo.

Asimismo, cualquier empleado puede decidir ponerse en contacto con la Organización de Cumplimiento, sin necesidad de ofrecer ningún tipo de justificación, aunque se trate directamente del *Chief Compliance Officer* del Grupo o del *Brand Compliance Officer* de la entidad o de la Marca a la que pertenece el empleado.

Desde 2018, este sistema de denuncia de irregularidades se ha fortalecido y nutrido con un nuevo procedimiento que cumple todos los requisitos de la Ley SAPIN II. En la aplicación de este nuevo procedimiento, el sistema de denuncia de irregularidades ahora está disponible para empleados y becarios asalariados del Grupo Kering, así como para empleados externos y ocasionales que trabajen para cualquier proveedor de servicios o socio externo con el que el Grupo y/o sus Marcas mantengan relaciones contractuales.

Una línea telefónica directa para todos

Además de con los Comités Éticos y la Organización de Cumplimiento, cualquier persona puede elegir ponerse en contacto con la línea telefónica directa y mundial de Ética, creada para registrar y dejar constancia de las cuestiones que se remiten, y derivarlas a la Organización de Cumplimiento y al Comité(s) Ético(s) correspondiente(s) a través de las personas identificadas y autorizadas, para garantizar así la confidencialidad y la seguridad de la información recibida. Después, el Comité o la Organización de Cumplimiento con la que se haya contactado se comunica con el denunciante para confirmar que ha recibido la derivación.

La línea directa es confidencial y responde a todos los empleados en los idiomas mayoritarios del Grupo.

Cabe señalar que las emergencias obvias, en particular si está en peligro la vida de una persona, se tratarán con la debida urgencia.

Confidencialidad y protección del denunciante

La estricta confidencialidad de la identidad del denunciante y la información comunicada, incluida la identidad de la persona cuya actuación se denuncia, así como la prohibición de tomar represalias contra el denunciante, tienen por objeto garantizar la protección del denunciante. Cualquier persona que tome represalias estará sujeta a sanciones disciplinarias. Esto significa que, incluso si los hechos no están demostrados, un denunciante que actúa de buena fe no tendrá de qué preocuparse y estará protegido si sufre algún tipo de intimidación.

Los Comités Éticos facilitan unas recomendaciones que se enviarán a las personas más adecuadas, para que las implementen en la entidad afectada por la derivación. Están a su disposición para escuchar y ofrecer asesoramiento. Garantizan que cualquier empleado del Grupo que sea testigo de un incumplimiento de uno de los principios éticos que se defienden en el Código ético del Grupo tenga la oportunidad de ser escuchado, si sus motivos están justificados, y de ver que su petición se investiga de forma confidencial.



CONTACTAR CON EL COMITÉ ÉTICO DEL GRUPO KERING

✉ ethique@kering.com o ethics@kering.com

CONTACTAR CON EL COMITÉ ÉTICO DE APAC DEL GRUPO KERING

✉ ethics.asiapacific@kering.com

CONTACTAR CON EL COMITÉ ÉTICO DE AMÉRICA DEL GRUPO KERING

✉ ethics.americas@kering.com

CONTACTAR CON LA ORGANIZACIÓN DE CUMPLIMIENTO

✉ compliance@kering.com

Los nombres de los *Brand Compliance Officer* están disponibles para los empleados en la intranet del Grupo.

CASO ESPECIAL DE LOS EMPLEADOS DEL GRUPO KERING CON SEDE EN CHINA

Debido a la legislación específica vigente en la República Popular de China en materia de protección de datos personales y la prohibición de transferir determinados tipos de datos fuera del territorio, todo el personal del Grupo Kering con sede en China dispone de un sistema de denuncia de irregularidades (a través del correo electrónico y de la línea telefónica directa) idéntico al sistema disponible para el resto del personal del Grupo en todo el mundo, en cuanto a sus garantías y modo de funcionamiento (confidencialidad, investigación, respuesta, etc.), pero ubicado específicamente en China, para garantizar así que el sistema de denuncia de irregularidades de Kering cumple con la legislación china.

CONTACTAR CON EL SISTEMA DE DENUNCIA DE IRREGULARIDADES DEL GRUPO EN CASO DE ESTAR UBICADO EN CHINA:

✉ ethics@china.kering.com

 400-876 6108

CONTACTAR CON LA LÍNEA TELEFÓNICA DIRECTA DE ÉTICA DE KERING EN LOS SIGUIENTES PAÍSES Y TERRITORIOS:

| | | | |
|-----------------|---------------------|------------------------------|---------------------|
| ARUBA | 00 44 121 629 0392 | MACAO | 00 44 121 629 0382 |
| AUSTRALIA | 1 800 621 390 | MALASIA | 1 800 815 895 |
| AUSTRIA | 0 800 006 652 | MÉXICO | 00187 75500673 |
| BAHRÉIN | 00 44 121 629 0395 | MÓNACO | 800 93 497 |
| BANGLADÉS | 00 44 121 629 0395 | PAÍSES BAJOS | 080002 22398 |
| BÉLGICA | 0 800 74 189 | NUEVA ZELANDA | 0 800 446 198 |
| BRASIL | 0 800 020 1614 | PAKISTÁN | 00 44 121 629 0395 |
| CANADÁ | 18 666 065 211 | PANAMÁ | 001 8002030110 |
| CHILE | 12 300 205 765 | QATAR | 00800 100 674 |
| REPÚBLICA CHECA | 800 200 251 | RUMANÍA | 0800 896 530 |
| FRANCIA | 0800 918 045 | RUSIA | 88 001 006 475 |
| ALEMANIA | 0800 000 8875 | SERBIA | 0800 300 192 |
| GRECIA | 0 0800 127 758 | SINGAPUR | 800 120 6193 |
| GUAM | 011 44 121 629 0387 | SUDÁFRICA | 0800 990 094 |
| HONG KONG | 800 900 508 | ESPAÑA | 800 600 953 |
| HUNGRÍA | 06 800 188 94 | SUIZA | 0800 830 236 |
| INDIA | 000 800 1008 921 | TAIWÁN | 0 0801 136 354 |
| IRLANDA | 1 800 901 631 | TAILANDIA | 001 44 121 629 0395 |
| ITALIA | 800 897 580 | TURQUÍA | 00800 6214646 |
| JAPÓN | 00 66 3313 2761 | UAE (EMIRATOS ÁRABES UNIDOS) | 8000 178 171 |
| COREA | 00308 132 841 | REINO UNIDO | 0 808 129 0498 |
| KUWAIT | 00 44 121 629 0393 | EE. UU. | 18 552 654 200 |
| LUXEMBURGO | 80021031 | VIETNAM | 00 44 121 629 0384 |



Empowering Imagination