

CODICE ETICO E DI CONDOTTA

di Impossible Brands S.r.l.

Sede Legale: Via Savona 97, 20144 Milano (Italia)

P.IVA: 11305070960

1. Premessa e Finalità

1.1. Mission

Impossible Brands opera nell'ambito dei servizi di brand management e business development per il settore del lusso e dell'alta moda, offrendo attività di supporto alla finanza, alle operations, alle vendite e allo sviluppo dei canali di marketing, comunicazione e di e-commerce. L'obiettivo della Società è fornire servizi di eccellenza, in linea con i valori del Made in Italy e del lusso, agendo in modo etico, responsabile e sostenibile.

1.2. Scopo del Codice Etico

Il presente Codice Etico e di Condotta (di seguito "Codice") definisce i principi e le regole di comportamento che tutti i destinatari—consiglieri di amministrazione, dirigenti, dipendenti, collaboratori, consulenti e partner commerciali—sono tenuti a rispettare nell'esercizio delle proprie attività per conto di Impossible Brands.

1.3. Destinatari

Il Codice si applica a chiunque operi per e in nome di Impossible Brands, a qualunque titolo (dipendenti, amministratori, collaboratori esterni, fornitori e partner), con l'intento di preservare la reputazione e l'integrità della Società, nonché tutelare i diritti e gli interessi degli stakeholder.

2. Principi Fondamentali

2.1. Legalità

Impossible Brands si impegna a rispettare tutte le leggi e le normative vigenti a livello nazionale ed internazionale. Ogni destinatario del Codice deve informarsi e agire in conformità con leggi, regolamenti e procedure interne, evitando qualsiasi comportamento in violazione di norme giuridiche.

2.2. Integrità e Onestà

Le relazioni interne ed esterne alla Società devono essere improntate alla massima onestà e trasparenza. Chiunque agisca per Impossible Brands si impegna ad assumere condotte corrette e rispettose degli impegni assunti, senza perseguire vantaggi indebiti.

2.3. Trasparenza

Impossible Brands promuove la massima chiarezza e accuratezza nelle comunicazioni, nella redazione dei documenti contabili e in ogni informazione destinata agli stakeholder.

2.4. Riservatezza e Protezione dei Dati

È fondamentale tutelare la riservatezza di dati personali e aziendali, con particolare attenzione ai dati di clienti, partner e fornitori. Impossible Brands adotta le misure necessarie per proteggere dati e informazioni sensibili, in conformità alle normative vigenti come approfondito nella policy sulla privacy e trattamento dei dati disponibile sui siti internet da noi gestiti.

2.5. Responsabilità Sociale e Sostenibilità

Impossible Brands valorizza e promuove comportamenti socialmente responsabili, consapevoli dell'impatto che le attività aziendali possono avere sull'ambiente e sulla comunità. La Società

IMPOSSIBLE BRANDS S.R.L.

P.IVA IT11305070960

Sede legale: VIA SAVONA, 97 - 20144 MILANO (MI)

impossiblebrands@legallmail.it

incoraggia pratiche sostenibili, sia per uso interno (riduzione degli sprechi, riciclo, efficienza energetica) sia verso i partner esterni.

2.6. Concorrenza e Antitrust

La Società riconosce la rilevanza delle normative sulla concorrenza e si impegna a non abusare di eventuali posizioni di controllo o di leadership per limitare la concorrenza sul mercato. Impossible Brands si conforma alle disposizioni nazionali ed europee in materia antitrust e favorisce pratiche commerciali leali.

3. Rapporti con i Dipendenti e Collaboratori

3.1. Valorizzazione e Sviluppo delle Risorse Umane

La Società riconosce che le persone costituiscono un fattore chiave di successo. Pertanto, si impegna a valorizzare le competenze dei dipendenti e collaboratori, favorendo la formazione e la crescita professionale, nel rispetto delle diversità.

3.2. Pari Opportunità e Non Discriminazione

Impossible Brands rispetta il principio di pari opportunità e condanna ogni forma di discriminazione basata su genere, età, etnia, religione, orientamento sessuale, disabilità o qualsiasi altra caratteristica personale. Le decisioni in ambito di assunzione, promozione o compenso si basano esclusivamente su criteri di merito, competenza e performance.

3.3. Ambiente di Lavoro Salubre e Sicuro

Nonostante la Società non gestisca stabilimenti di produzione, si impegna a garantire un ambiente di lavoro salubre, sicuro e confortevole nei propri uffici, fornendo attrezzature adeguate e promuovendo il benessere psico-fisico dei lavoratori (D.Lgs. 81/2008 e ss.mm.ii.)

3.4. Rispetto e Collaborazione

I rapporti interpersonali all'interno dell'azienda devono essere improntati al rispetto, all'educazione e alla collaborazione reciproca. È vietato qualsiasi atto di violenza, molestia o mobbing.

4. Rapporti con Clienti, Fornitori e Partner Commerciali

4.1. Selezione dei Fornitori

Impossible Brands seleziona i propri fornitori e partner commerciali sulla base di criteri di qualità, affidabilità, professionalità e competitività economica, nel rispetto dei principi di trasparenza e imparzialità.

4.2. Rapporti con i Clienti

Impossible Brands collabora principalmente con brand di lusso indipendenti o nei quali la Società detiene partecipazioni di controllo. Ciononostante, la Società:

4.2.1. Rispetto dell'Autonomia e dei Valori del Brand

- Pur detenendo quote di controllo, Impossible Brands riconosce l'identità, la storia e i valori propri di ogni brand, impegnandosi a supportarne la crescita senza snaturare la visione e la strategia aziendale del cliente.
- Favorisce un confronto trasparente con il management e gli stakeholders del brand, rispettando gli equilibri e le specificità di ciascuna realtà societaria.

4.2.2. Professionalità e Trasparenza

IMPOSSIBLE BRANDS S.R.L.
P.IVA IT11305070960
Sede legale: VIA SAVONA, 97 - 20144 MILANO (MI)
impossiblebrands@legalmail.it

- Si impegna a erogare i servizi (finanza, operations, vendite, comunicazione e canali e-commerce) con standard qualitativi elevati, risorse qualificate e processi chiari, per garantire la massima efficacia e produttività.
- Presta consulenza e assistenza in modo equo e imparziale, senza abusare della posizione di controllo, e assicura che ogni decisione sia orientata al benessere economico e alla crescita sostenibile di entrambe le parti.

4.2.3. Tutela della Relazione e Fiducia Reciproca

- Garantisce l'assistenza continua e tempestiva per ogni necessità operativa o strategica dei brand, promuovendo un clima di fiducia e collaborazione.
- La soddisfazione del cliente rimane una priorità, anche in situazioni di minore margine di scelta per la controparte, affinché il rapporto sia percepito come un'opportunità di sviluppo e non come un vincolo.

4.2.4. Integrità e Etica

- Attua i propri servizi nel rispetto di norme, regolamenti e principi etici, senza forzare decisioni che possano danneggiare l'immagine, la reputazione o la stabilità finanziaria del brand cliente.
- Evita ogni forma di conflitto di interesse, adottando misure di trasparenza e responsabilità gestionale all'interno dei processi decisionali, nel rispetto dei ruoli e delle prerogative degli organi societari dei brand.

4.2.5. Valorizzazione del Capitale Umano e del Made in Italy

- Promuove la formazione e la crescita delle competenze all'interno dei brand, offrendo strumenti e know-how necessari a competere nel settore del lusso e dell'alta moda.
- Salvaguarda la tradizione, l'artigianalità e l'autenticità del Made in Italy, incoraggiando pratiche virtuose che ne esaltino il valore sul mercato globale.

4.3. Correttezza Negli Accordi

Nei contratti con fornitori, clienti e partner, Impossible Brands agisce in buona fede e con chiarezza, senza introdurre clausole vessatorie o ambigue. Le condizioni contrattuali sono comunicate in modo comprensibile e trasparente.

5. Prevenzione dei Conflitti di Interesse

5.1. Obbligo di Dichiarazione

Chiunque operi per Impossible Brands deve segnalare tempestivamente al superiore o all'ufficio competente situazioni anche solo potenziali di conflitto di interesse. In tali casi, la Società adotta le misure appropriate per evitare che il conflitto comprometta l'imparzialità delle decisioni.

5.2. Divieto di Uso Personale di Informazioni Riservate

È vietato utilizzare informazioni non pubbliche acquisite nell'esercizio delle proprie mansioni per

vantaggi personali o di terzi. Ugualmente, è vietato divulgare tali informazioni, se non per motivi legittimi legati all'attività aziendale.

5.3. **Governance nei Brand Controllati**

Nel caso dei brand in cui Impossible Brands detiene partecipazioni di controllo, la Società si impegna a definire procedure e organi di governance che assicurino trasparenza e impediscano ogni abuso di posizione dominante o commistione di interessi.

6. **Riservatezza, Protezione dei Dati e Proprietà Intellettuale**

6.1. **Riservatezza delle Informazioni**

I destinatari del Codice devono custodire con cura le informazioni confidenziali relative a Impossible Brands, ai clienti, ai fornitori e ai partner commerciali. Tali informazioni devono essere condivise solo con chi è autorizzato a riceverle ed esclusivamente per finalità lavorative.

6.2. **Protezione dei Dati Personali**

Impossible Brands si conforma alle normative italiane ed europee (GDPR) in materia di protezione dei dati personali, adottando tutte le misure di sicurezza necessarie per prevenire accessi non autorizzati, diffusioni illecite o perdite di dati.

6.3. **Tutela della Proprietà Intellettuale**

Logo, marchi, documenti, software, processi, idee, know-how e ogni altra forma di proprietà intellettuale di Impossible Brands o dei suoi clienti/partner devono essere protetti da qualsiasi uso o divulgazione non autorizzati.

7. **Contrastare la Corruzione e le Pratiche Illecite**

7.1. **Divieto di Corruzione e Tangenti**

Impossible Brands adotta una politica di tolleranza zero nei confronti di qualunque forma di corruzione, sia attiva che passiva. È vietato offrire o accettare, direttamente o indirettamente, pagamenti, regali o altre utilità che abbiano lo scopo di influenzare decisioni in modo illecito.

7.2. **Regali e Omaggi**

È consentito offrire o ricevere regali o omaggi di modico valore, purché siano saltuari, conformi alle pratiche commerciali comunemente accettate e non mirino a condizionare le decisioni in modo scorretto. Valori più elevati devono essere autorizzati e registrati secondo le procedure interne.

7.3. **Riciclaggio di Denaro e Finanziamento Illecito**

Impossible Brands si impegna a prevenire ogni forma di riciclaggio di denaro, finanziamento illecito o altre attività criminali. Tutti i pagamenti e le transazioni devono avvenire nel rispetto delle leggi e delle procedure interne di tracciabilità.

8. **Responsabilità Ambientale e Sociale**

8.1. **Sostenibilità Ambientale**

Pur non essendo un'azienda produttrice, Impossible Brands promuove la riduzione dell'impatto ambientale nel proprio ambito di attività:

- Uso consapevole di energia elettrica, acqua e materiali di consumo.

- Riduzione al minimo degli sprechi e corretta raccolta differenziata.
- Collaborazione con fornitori e partner che condividono una visione sostenibile.

8.2. Impegno Sociale

La Società incoraggia i propri clienti e brand controllati e favorisce iniziative di responsabilità sociale, con un occhio di riguardo verso la promozione del Made in Italy, della cultura dell'innovazione e della valorizzazione del territorio. Ciò include, ove possibile, il sostegno a progetti di volontariato e di sviluppo locale.

9. Attuazione, Diffusione e Controllo

9.1. Comunicazione del Codice

Impossible Brands assicura la massima diffusione del presente Codice a tutti i destinatari (dipendenti, collaboratori, fornitori, partner). Il Codice è disponibile in formato digitale ed è consegnato o reso accessibile a chiunque intraprenda rapporti con la Società.

9.2. Formazione e Sensibilizzazione

La Società promuove attività di formazione e sensibilizzazione al fine di garantire che i principi del Codice siano effettivamente compresi e applicati da tutti.

9.3. Segnalazioni (Whistleblowing)

Impossible Brands si impegna a istituire canali riservati e sicuri per la segnalazione di possibili violazioni del Codice o di altre normative, in conformità con la Direttiva UE 2019/1937 e il D.Lgs. 24/2023 sul whistleblowing. Chiunque segnali in buona fede comportamenti illeciti o irregolari non subirà alcuna forma di ritorsione o discriminazione.

9.4. Sanzioni

La violazione dei principi o delle regole previste dal Codice comporta provvedimenti disciplinari proporzionati alla gravità dell'infrazione, nel rispetto della normativa e dei contratti collettivi nazionali di lavoro applicabili. Nel caso di collaboratori, fornitori o partner, la violazione può comportare la risoluzione del rapporto contrattuale.

10. Revisione e Aggiornamento

Impossible Brands si riserva di rivedere e aggiornare periodicamente il Codice, in considerazione di eventuali modifiche normative, organizzative o di contesto. Eventuali revisioni o aggiornamenti saranno resi noti ai destinatari con le medesime modalità di diffusione del Codice.

Impossible Brands S.r.l.
Via Savona 97, 20144 Milano
P.IVA 11305070960

Legale Rappresentante e Amministratore Delegato:
Edoardo Di Luzio