



Codice Etico — Code of Ethics

Il presente Codice Etico è stato adottato dal Gruppo Moncler con delibera del Consiglio di Amministrazione della Moncler S.p.A. in data 24 Gennaio 2014. Il Codice esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali a cui ogni Destinatario, come di seguito definito, deve uniformarsi nello svolgimento della propria attività lavorativa.

The present Code of Ethics was adopted by Moncler Group with the approval of the Board of Directors of Moncler S.p.A. on January 24, 2014. The Code expresses the commitments and the ethical responsibilities in the conduction of the business and of company's activities to which any Receiver, defined thereafter, shall comply while performing its working duties.

Contenuto

Lettera del Presidente	2
Premessa	3
Definizioni.....	4
Articolo 1 – Principi generali.....	5
Articolo 2 – Rapporti con i Dipendenti.....	6
Articolo 3 – Svolgimento delle attività.....	7
Articolo 4 – Tutela della proprietà industriale e intellettuale	8
Articolo 5 – Gestione amministrativa e bilancio.....	9
Articolo 6 – Rapporti con i fornitori.....	10
Articolo 7 – Rapporti con i clienti	11
Articolo 8 – Rapporti infragruppo	12
Articolo 9 – Rapporti con la pubblica amministrazione	13
Articolo 10 –Rapporti con gli azionisti.....	14
Articolo 11 – Privacy	15
Articolo 12 – Contributi e sponsorizzazioni.....	16
Articolo 13 –La salute e l’ambiente	17
Articolo 14 – Utilizzo dei beni aziendali.....	18
Articolo 15 – Divieto di operazioni finalizzate al riciclaggio di denaro.....	19
Articolo 16 – Informazioni riservate e comunicazioni all’esterno	20
Articolo 17 – Attuazione e controllo del Codice Etico.....	21
Articolo 18 – Sanzioni.....	22
Articolo 19 – Disposizioni finali.....	23

Content

Letter of the Chairman	2
Preamble	3
Definitions.....	4
Article 1 – General principles.....	5
Article 2 – Relations with Employees	6
Article 3 – Conduct of business.....	7
Article 4 –Protection of intellectual and industrial properties	8
Article 5 – Financial reporting and information management.....	9
Article 6 – Relations with suppliers.....	10
Article 7 – Relations with customers.....	11
Article 8 – Intercompany relations	12
Article 9 –Relations with the Public Administration.....	13
Article 10 – Relations with the shareholders	14
Article 11 – Privacy	15
Article 12 – Donations and sponsorships	16
Article 13 – Health, Environment and	17
Article 14 – Use of corporate assets.....	18
Article 15 – Prohibition of transactions involved in money laundering	19
Article 16 – Confidential information and external communication.....	20
Article 17 – Application and enforcement of Code of Ethics	21
Article 18 – Sanctions	22
Article 19 – Final provisions.....	23

Lettera del Presidente

E' con grande orgoglio che Vi presento il Codice Etico di Moncler S.p.A.. Il Consiglio di Amministrazione e la Direzione Aziendale sentono fortemente i valori etici e di legalità che stanno alla base del nostro lavoro, pertanto, l'applicazione del Codice è estesa a tutto il Gruppo Moncler.

L'attività che svolgiamo è condotta sulla base delle nostre convinzioni: crediamo che sia un dovere fondamentale trattare i nostri colleghi, i collaboratori e tutti coloro che serviamo con i più alti livelli di onestà, integrità, considerazione e rispetto. Per questo il Codice intende esporre i principi fondamentali e generali che devono essere osservati da tutti i Destinatari.

Invitiamo ognuno di voi a leggere questo Codice e familiarizzare con i suoi contenuti come guida per gestire le responsabilità quotidiane.

Letter of the Chairman

It is with great honor that I present the Code of Ethics of Moncler S.p.A.. The Board of Directors and management feel strongly about the ethical and lawful policies with which we operate our business; therefore, this Code is being issued to all Moncler Group worldwide.

Our business is conducted on the basis of our beliefs: we believe that it is an essential duty of anyone to treat our colleagues, our associates and all those we serve in the course of doing business with the highest levels of honesty, integrity, consideration and respect. The Code sets forth the basic and general principles to be observed by all Moncler Addressees.

We urge each of you to read this Code and familiarize yourself with its contents as guidelines to carry out your daily responsibilities.

Premessa

Moncler è un marchio di origine francese nato a Monestier de Clermont nel 1952 sulle montagne vicino a Grenoble focalizzato nella produzione di giacche e capi spalla realizzati in piumino d’oca. Originariamente specializzata nella produzione di abbigliamento da montagna, grazie ad una tecnica rivoluzionaria di produzione Moncler ha dato origine al piumino, diventato il sinonimo di calore, comfort e praticità. Permeata dalla tradizione Moncler è conosciuta oggi come una società di abbigliamento tecnico con una condivisa e unica reputazione nel mercato del lusso, grazie all’offerta di diversi tipi di prodotto che soddisfano diversi clienti ed esigenze.

Il presente Codice Etico è un insieme di principi e linee guida che sono pensate per ispirare le attività di Moncler ed orientare il comportamento dei suoi Dipendenti e di tutti coloro con i quali la Società entra in contatto nel corso della sua attività (“di seguito Destinatari”), nel convincimento che l’etica nella conduzione degli affari sia alla base del successo dell’attività di impresa.

Il Codice Etico introduce e rende vincolanti altresì i principi e le regole di condotta rilevanti ai fini della prevenzione dei reati indicati nel Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231, in materia di responsabilità amministrativa degli enti. Il Codice Etico costituisce dunque una componente fondamentale di supporto del “Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo” adottato dal Gruppo Moncler per la prevenzione degli illeciti di cui al Decreto soprarichiamato.

Preamble

Moncler is a French clothing brand founded in 1952 in Monestier de Clermont near Grenoble) in 1952 and focused on goose feather down jackets and outdoor wear. Originally it specialized in mountaineering products and thanks to a revolutionary production techniques, which gave rise to the quilted (goose down) jacket, known today as synonymous of warmth, comfort and practicality. Steeped in tradition Moncler is now a technical outdoor wear company with a joint and unique reputation in the luxury end of the market, offering different types of products that suit different customers and requirements.

This Code of Ethics gathered the principles and guidelines that constitute the basis to inspire Moncler activities and to lead the behavior of Employees and all those with whom the Company may come into contact in the course of its business activity (hereinafter referred to as “the Addressees”), in the belief that ethics is the reason for the success of company’s business.

The Code of Ethics introduces and makes binding also the principles and the rules of conduct that are relevant to prevent those crimes included in the Italian Legislative Decree n. 231 endorsed on June 8, 2001 relating to entity’s administrative liability. In this regard the Code of Ethics represents a fundamental support of the “Organizational, Business conduct and Control Model” adopted by Moncler Group to prevent the offences included in the aforementioned decree to occur.

Definizioni

1. Si intendono **Destinatari** i seguenti soggetti:
 - “**Appaltatore**”: tutti gli appaltatori di opere o di servizi ai sensi del codice civile, nonché i subappaltatori, i somministranti, i lavoratori autonomi, che abbiano stipulato un contratto con le Società del Gruppo Moncler.
 - “**Collaboratore**”: i collaboratori delle Società del Gruppo Moncler ivi compresi i lavoratori “stagionali”, a progetto, interinali/somministrati.
 - “**Consulente**”: i soggetti che agiscono in nome e/o per conto delle Società del Gruppo Moncler, sulla base di un mandato o di un altro rapporto di consulenza, stilistica, tecnica, o professionale.
 - “**Dipendente**”: ai fini del presente Codice, i dipendenti ed i dirigenti di Moncler S.p.A. e delle Società del Gruppo Moncler.
 - “**Fornitore**”: i fornitori di materie prime, beni strumentali per la produzione di prodotti industrializzati o commercializzati Moncler, inclusi i subfornitori, nonché i fornitori di servizi (escluse le consulenze), di cui le Società del Gruppo Moncler si avvalgono.
 - “**Partner**”: soggetti terzi con i quali Moncler o le Società del Gruppo Moncler a vario titolo intrattengono rapporti di partnership, co-marketing, accordi di joint venture, sviluppo della rete distributiva.
2. Per **Società** si intende la Moncler S.p.A. e qualsiasi altra società del Gruppo Moncler (**Gruppo Moncler**) che siano direttamente o indirettamente controllate da essa, anche per tramite di intermediari, o che sono sotto il controllo comune con la stessa.

Definitions

1. The term **Addresses** refers to the following:
 - “**Contractor**” shall mean all contractors of works or services within the meaning of the Civil Code, as well as subcontractors, by administration, self-employed workers, who enter into a contract with the Moncler Group Companies.
 - “**Associate**” means any associate of Moncler Group including 'seasonal' workers, workers by project and temporary /administered workers.
 - “**Consultant**” means the person acting on behalf of and/or on behalf of Group Companies, on the basis of a warrant or other relationship advice, stylistic, technical or professional.
 - “**Employee**” for purposes of this Code are the employees, officers and directors of Moncler S.p.A. and the Group Companies.
 - “**Supplier**” means the supplier of raw materials, capital goods for the production of products developed or marketed by Moncler, including subcontractors, and suppliers of services (excluding consultants) to whom Group Companies rely on.
 - “**Partner**” means third parties with whom the Company or Moncler Group in various way are dealing in partnership, co-marketing, joint venture agreements and development of the distribution network.
2. The term **Company** is used to refer to Moncler S.p.A. and to any other Moncler Group company (**Moncler Group**) that is directly or indirectly, through one or more intermediaries, controlled by or is under common control with Moncler S.p.A. itself.

Articolo 1 – Principi generali

1. Il presente Codice è diretto agli organi sociali ed ai loro componenti, ai Dipendenti, ai prestatori di lavoro temporaneo, ai Consulenti, ai Collaboratori a qualunque titolo, agli agenti, ai Fornitori e a qualsiasi altro soggetto che possa agire in nome e per conto delle Società del Gruppo ed, in generale, a tutti coloro con i quali Moncler S.p.A e le Società del Gruppo entrano in contatto nel corso della loro attività.
2. I Destinatari, nello svolgimento delle proprie attività, sia in Italia sia all'estero, fanno propri i principi del Codice Etico, ispirandosi a valori di imparzialità, correttezza, legalità e rigore professionale volti a preservare l'integrità del patrimonio delle società del Gruppo e a salvaguardarne la rispettabilità e l'immagine rispettando la normativa vigente e mantenendo rapporti trasparenti con i propri azionisti e con i soggetti economici in generale.
3. La Società non intrattiene rapporti d'affari con chi non ispiri la propria attività ai principi del presente Codice nel perseguire gli obiettivi prioritari che sono (i) la creazione di valore attraverso l'ottimizzazione delle risorse disponibili nonché l'aumento della competitività e della solidità finanziaria, nel rispetto della sana e prudente gestione aziendale; (ii) la valorizzazione delle risorse umane, promuovendo la crescita professionale di Dipendenti e Collaboratori.
4. La Società si impegna a non intrattenere consapevolmente, né direttamente né indirettamente, rapporti di qualsiasi natura con soggetti che violino in qualsiasi modo le norme in materia di salvaguardia del lavoro minorile e di tutela delle donne e/o l'utilizzo illegale di lavoro derivante da traffici di immigrazione.

Article 1 – General principles

1. This Code shall apply to the Company's corporate bodies and to their members, to Employees and temporary staff, to Consultants and all other external staff irrespective of their title, to agents, attorneys and any other person who may act in the name and on behalf of the Company and of the Group Companies and generally to all those with whom the Company or Group Companies may come into contact during the course of its business activities (hereinafter referred to as "Addressees").
2. In the course of their activities, both in Italy and abroad, the Addressees shall apply the principles of the Code of Ethics and shall abide by principles of fairness, correctness and transparency in the aim to preserve the equity of Moncler Group and to safeguard its respectability and its perception whilst respecting any legislation in force and maintaining clear relationships with shareholders and stakeholders.
3. The Company does not maintain business relationships with those who do not inspire their activities with the principles of this Code in pursuing the priorities which are (i) the creation of value through the optimization of available resources as well as increasing competitiveness and soundness financial, in accordance with sound and prudent business management, (ii) the development of human resources, promoting the professional growth of Employees and Associates.
4. The Company will not entertain consciously, either directly or indirectly, any relationship whatsoever with persons who violate in any way the rules on protection of child labor and protection of women and / or illegal use of the work resulting from trafficking of immigration.

Articolo 2 – Rapporti con i Dipendenti

1. La Società riconosce il valore delle risorse umane, attraverso la tutela della loro integrità fisica e morale e favorendo un continuo accrescimento delle competenze tecniche e professionali. La Società si impegna a favorire un ambiente di lavoro nel quale siano garantiti:
 - la tutela della sicurezza, salute ed integrità;
 - la prevenzione da ogni tipo di discriminazione;
 - il rispetto delle persone in quanto tali e dell'attività da esse svolta all'interno dell'organizzazione;
 - l'applicazione dei principi di merito e di pari opportunità;
 - la definizione di ruoli, responsabilità, deleghe idonee a far sì che ciascun Dipendente possa svolgere i propri compiti nell'interesse della Società.
2. La Società ha prescritto a tutti i Dipendenti di agire con diligenza, accuratezza, imparzialità e onestà, evitando ogni discriminazione non solo nell'espletamento delle proprie mansioni bensì anche nei rapporti infrasocietari e nei rapporti con i partner esterni.
3. Secondo il principio di responsabilità, ogni singolo Dipendente, sulla base della propria posizione/livello nell'organigramma, è valutato con criteri prevalentemente meritocratici ed è competente e responsabile delle proprie azioni ed omissioni.

Article 2 – Relations with Employees

1. The Company recognizes the value of human resources, through the protection of their physical and moral integrity and promoting a continuous growth of the technical and professional skills. The Company is committed to promote a work environment in which it is guaranteed:
 - the protection of health, safety and integrity;
 - the prevention of any kind of discrimination;
 - the respect for people as such and the activity they perform within the organization;
 - the application of the principles of merit and equal opportunities;
 - the definition of roles, responsibilities, powers adequate to ensure that each Employee can perform the duties in the interest of the Company.
2. The Company has prescribed to all Employees to act with diligence, accuracy, impartiality and honesty, avoiding any discrimination not only in the performance of their duties but also in the relationships between group companies and in relations with external partners.
3. According to the principle of responsibility, each Employee, taking into consideration his position/level in the organization, is evaluated mainly by mean of meritocratic criteria and is responsible and accountable for his actions and omissions.

Articolo 3 – Svolgimento delle attività

1. I Destinatari agiscono lealmente, secondo buona fede, con diligenza, efficienza e correttezza, improntando la propria condotta alla cooperazione e collaborazione reciproca, nel rispetto delle procedure interne.
2. Ogni attività svolta per conto della Società è tesa esclusivamente al soddisfacimento degli interessi della stessa. Pertanto eventuali situazioni di conflitto tra l'interesse personale e quello della Società vanno evitate o, quantomeno, preventivamente comunicate agli organi di controllo identificati dalle procedure interne.
3. A tutela del patrimonio aziendale, i dati e le informazioni trattati in esecuzione dell'attività svolta vengono mantenuti riservati. L'obbligo di non divulgare informazioni riservate e confidenziali permane anche dopo la cessazione dalla carica sociale ovvero la cessazione del rapporto di lavoro e/o di collaborazione.
4. Nei rapporti di affari con i terzi sono vietate dazioni, benefici, omaggi, atti di cortesia e di ospitalità, salvo che siano di natura e valore tali da non poter essere interpretati come finalizzati ad ottenere un trattamento di favore e, comunque, da non compromettere l'immagine dell'azienda.

Article 3 – Conduct of business

1. The Addressees shall be loyal and shall act in good faith, with due diligence, efficiency and fairness and shall aim their actions at mutual cooperation and assistance whilst respecting internal procedures.
2. Any task undertaken on behalf of the Company shall be exclusively carried out in the interests of the Company. Therefore, any conflict between personal interests and those of the Company shall be avoided or, at least, shall be communicated to the supervisory bodies identified by internal procedures.
3. To protect Company assets, data and information obtained in the course of the business shall be treated as confidential. The obligation not to disclose proprietary and confidential information continues even after the termination of the corporate office or the termination of employment and/or collaboration.
4. In dealing with third parties are prohibited gifts, benefits and acts of kindness and hospitality unless their nature and value could not be interpreted as aimed at obtaining favorable treatment and, in any case, do not compromise the Company's image.

Articolo 4 – Tutela della proprietà industriale e intellettuale

1. La Società agisce nel pieno rispetto dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale legittimamente in capo a terzi, nonché delle leggi, regolamenti e convenzioni, anche in ambito comunitario e/o internazionale, a tutela di tali diritti.
2. La Società favorisce e promuove l'inventiva e l'evoluzione tecnologica del prodotto e dei processi realizzate dai propri Dipendenti e da terzi che prestano la propria attività a favore del Gruppo.
3. Tutti i Destinatari, nell'esercizio delle proprie attività, dovranno astenersi da qualsivoglia condotta che possa costituire usurpazione di titoli di proprietà industriale, alterazione o contraffazione di segni distintivi di prodotti industriali, ovvero di brevetti, disegni o modelli industriali, sia nazionali sia esteri, ovvero violazione di opere dell'ingegno tutelate dal diritto d'autore nonché astenersi dall'importare, commercializzare o comunque utilizzare o mettere altrimenti in circolazione prodotti industriali con segni distintivi contraffatti, mendaci o alterati ovvero realizzati usurpando diritti di terzi.

Article 4 – Protection of intellectual and industrial properties

1. The Company shall act in full respect of the rights of industrial and intellectual property lawfully in the hands of third parties, as well as the laws, regulations and conventions applicable in the EU and/or internationally, for the protection of these rights.
2. The Company encourages and promotes creativity and the technological evolution of the product and the processes carried out by its employees and third parties who carry out their activities in favor of the Group.
3. The Addressees, in the exercise of their activities, must refrain from any conduct that could constitute usurpation of industrial property rights, alteration or counterfeit of branded industrial products, or patents including industrial designs, both domestic and foreign, or infringement of copyright and refrain from importing, marketing or otherwise use or otherwise distribute industrial products with distinctive as well as refrain from importing, marketing or use in other way and distribute counterfeited, altered or mendacious industrial products or products made by usurping the rights of others.

Articolo 5 – Gestione amministrativa e bilancio

1. La redazione del bilancio e di qualsiasi altro tipo di documentazione contabile rispetta le leggi e le regolamentazioni vigenti, adotta le prassi ed i principi contabili generalmente accettati e si ispira al principio della trasparenza dei rapporti con gli stakeholders, rappresentando fedelmente i fatti di gestione secondo criteri di chiarezza, veridicità e correttezza nel rispetto delle procedure interne.
2. Ciascuna funzione aziendale è responsabile del rispetto delle procedure operative aziendali, della autenticità e veridicità della documentazione e delle informazioni rese nello svolgimento della propria attività e di collaborare affinché i fatti della gestione siano riflessi tempestivamente nei bilanci, nelle relazioni o nelle altre comunicazioni sociali previste per legge, dirette ai soci o al pubblico e alla società di revisione.
3. La documentazione di supporto dovrà essere agevolmente reperibile ed archiviata secondo opportuni criteri che ne consentano una facile consultazione, anche da parte di enti interni ed esterni abilitati al controllo.
4. La comunicazione all'esterno delle informazioni afferenti la Società deve avvenire esclusivamente ad opera delle funzioni a ciò preposte ed in conformità alle procedure aziendali vigenti dirette a garantirne la veridicità e la corretta diffusione.

Article 5 – Financial reporting and information management

1. The preparation of financial statements and any other type of accounting records comply with the laws and regulations in force and shall adopt the practices and generally accepted accounting principles and is based on the principle of transparency in its relations with stakeholders. The financial statements represent with a true and fair view the facts of business management in compliance with internal procedures.
2. Each business function is responsible to comply with Company operating procedures. It is also responsible of the authenticity and truthfulness of the documents and information provided in the course of their activities and to cooperate to ensure that the business facts are promptly reflected in the financial statements, in the reports or other communications required by law to the shareholders or to the public and to the external auditors.
3. The supporting documentation must be readily available and stored according to appropriate criteria which allow easy reference, even by internal and external control boards.
4. The public disclosure of information relating to the Company may only be made by the functions in charge to do so and in accordance with current corporate procedures, intended to safeguard the accuracy and correctness of its circulation.

Articolo 6 – Rapporti con i fornitori

1. La scelta dei Fornitori si ispira a principi di obiettività, competenza, economicità, trasparenza, correttezza, qualità del bene o servizio e nel rispetto delle relative procedure interne.
2. I processi di acquisto devono fondarsi sul rispetto dei principi e delle leggi poste a tutela della concorrenza, garantendo la massima trasparenza ed efficienza del processo stesso. Ogni Destinatario è pertanto tenuto a (i) valutare una pluralità di offerte con criteri oggettivi e documentabili; (ii) evitare l'assunzione di vincoli contrattuali che comportino forme di reciproca dipendenza e non accettare alcuna forma di vantaggio personale; (iii) garantire la rintracciabilità delle scelte conservando i documenti che provino il rispetto delle procedure interne e le finalità dell'acquisto.
3. I Fornitori devono garantire il rispetto (i) delle leggi, usi e consuetudini in materia di lavoro vigenti nel proprio paese, (ii) del divieto di ogni discriminazione di razza, nazionalità, sesso e religione, (iii) del divieto di utilizzare manodopera infantile o detenuti non consenzienti, (iv) della tutela della salute dei propri lavoratori.
4. I Fornitori devono altresì garantire il rispetto dei principi a tutela dell'ambiente e degli animali adoperandosi affinché gli animali siano allevati da personale esperto ed assicurando che gli animali (i) ricevano adeguati quantitativi di acqua e cibo; (ii) vengano alloggiati in sistemazioni che consentano il movimento ed un riparo pulito ed asciutto; (iii) vengano allevati in modo tale da ridurre al minimo i pericoli ed impedire fermenti od incidenti; (iv) siano tenuti in buono stato di salute, attuando i necessari interventi in caso di segni di sofferenza, malattia o lesioni; (v) vengano trasportati in modo confortevole e con una adeguata ventilazione; (vi) vengano macellati da personale esperto e qualificato, in conformità alla normativa applicabile e comunque nel modo meno doloroso possibile.
5. I Fornitori sono tenuti a garantire il rispetto dei summenzionati principi nella catena di produzione e a mantenere la trasparenza e la tracciabilità fornendo, su richiesta delle Società, i documenti e consentendo alla Società stessa o a terzi incaricati l'esecuzione di ispezioni.
6. La Società garantisce la professionalità, l'onorabilità e la legittimità dei rapporti, evitando la stipula o la prosecuzione del rapporto nel caso sia sospettata l'appartenenza o l'agevolazione di organizzazioni criminali. A tal fine gli Amministratori, i Dipendenti ed i Collaboratori devono verificare in via preventiva i requisiti di onorabilità ed affidabilità delle controparti.

Article 6 – Relations with suppliers

1. The Suppliers are selected based on the principles of objectivity, competence, cost-effectiveness, transparency, fairness and quality of the goods or services provided in respect of internal procedures.
2. Procurement processes should comply with the principles and laws for the protection of competition. Each Addressee is therefore required to (i) evaluate a number of deals with documented and objective criteria; (ii) avoid the assumption of contractual obligations that neither involve forms of mutual dependence nor accept any form of personal advantage; (iii) ensure the traceability of decisions maintaining evidences that prove compliance with the internal procedures and the purpose of the purchase.
3. Suppliers shall ensure compliance with (i) prevailing labor laws, customs and practices enforced in their country, (ii) the prohibition of any discrimination as to race, nationality, gender and religion, (iii) the prohibition of the use child labor or non-consenting detainees, (iv) the health protection of the workers.
4. Suppliers must also ensure compliance with the principles for the protection of the environment and striving for the animals to be reared by experienced staff and ensuring that (i) they receive adequate quantities of food and water; (ii) are housed in accommodations that allow for movement and shelter clean and dry; (iii) are bred in such a way as to minimize the dangers and prevent injury or accidents; (iv) be kept in a good state of health, and making necessary interventions in the event of signs of distress, disease or injury; (v) to be transported comfortably and with adequate ventilation; (vi) are slaughtered by a trained and qualified person in accordance with applicable law and as painlessly as possible.
5. Suppliers are required to ensure compliance with the above principles in the production chain and to maintain transparency and traceability by providing, upon request of the Company, documents and permitting to the Company, or third parties appointed by it, to perform inspections.
6. The Company guarantees the professionalism, integrity and legitimacy of the relationship with Suppliers and shall also enter into or continuing the relationship in case the Supplier is suspected to have a membership or somehow facilitate criminal organizations. To this end, Directors, Employees and Collaborators must verify in advance the requirements of integrity and reliability of the counterparties.

Articolo 7 – Rapporti con i clienti

1. Le relazioni con i clienti sono improntate alla piena soddisfazione delle loro esigenze con l'obiettivo di creare un solido rapporto ispirato ai generali valori di correttezza, onestà, efficienza e professionalità.
2. La Società si impegna a garantire i più alti standard di qualità dei prodotti venduti o dei servizi erogati. La Società si impegna a dare riscontro ai suggerimenti e ai reclami provenienti dai clienti, avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi fornendo informazioni accurate, complete e veritiere in modo da consentire al cliente di assumere una decisione consapevole..
3. Le comunicazioni ed i messaggi pubblicitari indirizzati ai clienti sono ispirati ai criteri di semplicità, chiarezza e trasparenza, evitando il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole, elusiva o scorretta e garantendo che i prodotti e servizi erogati ai clienti corrispondano agli standard commerciali ed alle comunicazioni suddette. La Società vieta e condanna l'utilizzo di qualsiasi strumento pubblicitario e/o di comunicazione atto, in qualunque modo, a trarre in inganno il cliente circa quantità, qualità, origine e provenienza dei prodotti/servizi offerti.

Article 7 – Relations with customers

1. The ultimate scope of relations with customers is the satisfaction of their needs with the objective of creating a solid relationship based on general values of fairness, honesty, efficiency and professionalism.
2. The Company is committed to ensuring the highest quality standards of products sold or services rendered. The Company undertakes to respond to suggestions and complaints from customers timely and using suitable systems providing accurate, complete and faithful information to allow the customer to make a decision with consciousness.
3. Any message or advertising addressed to customers shall be inspired by the criteria of simplicity, clarity and transparency avoiding the use of any misleading, erroneous, elusive or improper information. The publicity shall ensure that products and services correspond to commercial standards and communications above. The Company prohibits and condemns the use of any advertisement and/or communication that is aimed to mislead the customer in any way about the quantity, quality, provenance and origin of the products/services offered.

Articolo 8 – Rapporti infragruppo

1. Moncler S.p.A. richiede alle Società del Gruppo di uniformarsi ai valori espressi nel Codice Etico e di collaborare nel perseguimento degli obiettivi, nell'assoluto rispetto della legge e delle normative vigenti.
2. Ogni Società del Gruppo Moncler si astiene da comportamenti che risultino pregiudizievoli per l'integrità, l'autonomia o l'immagine di una delle altre Società del Gruppo.
3. La circolazione delle informazioni all'interno del Gruppo Moncler, in particolare ai fini della redazione del bilancio consolidato e di altre comunicazioni, deve avvenire conformemente ai principi di veridicità, correttezza, completezza, chiarezza, trasparenza e nel rispetto dell'ambito di attività di ciascuna società.
4. L'attività di direzione e coordinamento che compete a Moncler S.p.A. si esplica attraverso comunicazioni ufficiali dirette ai deputati organi societari delle Società del Gruppo.
5. I rapporti negoziali in essere tra le Società del Gruppo Moncler devono essere debitamente formalizzati e devono essere in linea con i prezzi ed il valore di mercato e devono svolgersi nel rispetto dei principi di correttezza, effettività e tracciabilità dei rapporti economici sottostanti e dei relativi flussi finanziari.

Article 8 – Intercompany relations

1. Moncler S.p.A. requires to Group Companies to adhere to the values expressed in this Code of Ethics and to collaborate in pursuit of the objectives always in compliance with the law and regulations in force.
2. Each entity shall refrain from behaviors that are detrimental to the integrity and autonomy or somehow harmful to the image of one of the other Group Companies.
3. The circulation of information within the Moncler Group, in particular for the purpose of preparing the consolidated financial statements and other reports, shall be made in accordance with the principles of truthfulness, accuracy, completeness, clarity and transparency in respect of the scope of each legal entity.
4. Moncler S.p.A. is in charge for the overall activity of direction and coordination of the Group Companies and its role shall be carried out through official communications addressed to members of the corporate bodies of each Group Company.
5. The transactions negotiated between the Group Companies shall be duly formalized and in line with normal market price and fair market value and shall be conducted in compliance with the principles of fairness, effectiveness and traceability giving proof of the economic reasons of the transaction and underlying the related cash flows.

Articolo 9 – Rapporti con la pubblica amministrazione

1. Le relazioni della Società con la Pubblica Amministrazione, i pubblici ufficiali o i soggetti incaricati di un pubblico servizio debbono ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge e di regolamento applicabili e non possono in alcun modo compromettere l'integrità o la reputazione di Moncler S.p.A. o di altra Società del Gruppo.
2. L'assunzione di impegni e la gestione di rapporti con i soggetti summenzionati sono riservate esclusivamente alle funzioni aziendali a ciò preposte ed al personale autorizzato, nel rispetto delle procedure interne.
3. Nell'ambito dei rapporti con tali soggetti i Destinatari si astengono dall'offrire, anche per interposta persona, denaro o altra utilità al funzionario pubblico coinvolto, ai suoi familiari o a soggetti in qualunque modo allo stesso collegati e dal ricercare o instaurare relazioni personali di favore, influenza, ingerenza con l'obiettivo di condizionarne, direttamente o indirettamente, l'attività.
4. Si considerano atti di corruzione sia le dazioni di utilità ed i pagamenti illeciti fatti ad esponenti della Pubblica Amministrazione direttamente dai Dipendenti e Collaboratori delle Società del Gruppo Moncler sia quelli fatti per interposta persona in Italia e all'estero.
5. E' proibito destinare a finalità diverse da quelle per le quali sono stati concessi contributi, sovvenzioni o finanziamenti ottenuti dallo Stato o da altro ente pubblico, anche di modico valore e/o importo.
6. La Società proibisce, condanna e punisce qualsiasi comportamento volto a conseguire da parte dello Stato o di altro ente pubblico qualsiasi tipo di contributo, finanziamento, mutuo agevolato o altra erogazione dello stesso tipo per mezzo di dichiarazioni e/o documenti alterati o falsificati o per il tramite di informazioni omesse compresi quelli realizzati per mezzo di un sistema informatico o telematico.

Article 9 – Relations with the Public Administration

1. Relationships between the Company and the Public Administration, public officers or other public representatives must be based on the most rigorous observance of law and regulations applicable in force and shall never compromise the integrity or reputation of Moncler S.p.A. or other Group Companies.
2. Assumption of obligations and management of relations with the above mentioned officers shall exclusively be reserved to those company officials or members of staff who are duly authorized in compliance with internal procedures.
3. With regard to these relations Addresses shall refrain from offering, directly or through a third party, money or other benefits to any public officer, to members of his/her family or to any other person in any way connected to him/her or seeking and maintaining any personal relationship to favor, influence, interfere which has the scope of directly or indirectly conditioning his/her activity.
4. Shall be considered acts of corruption and illicit payments or delivery those made to public officers or other public representatives directly by the Employees and Associates of the Group Companies as well as those made by third parties in Italy and abroad.
5. It is forbidden to allocate grants, subsidies or loans obtained from the State or other public body to purposes other than those for which they were awarded, even if the amount is not significant.
6. The Company prohibits, condemns and punishes any action and behavior intended to achieve any kind of contribution, financing, subsidized loan or other provision of the same type by the State or other public body if such has been obtained by mean of declarations and/or forged or altered documents or through omitted information including those made using a computer and other system assisted technique.

Articolo 10 –Rapporti con gli azionisti

1. Il Gruppo Moncler si adopera affinché a tutti gli azionisti sia riconosciuta una parità di trattamento. Gli amministratori incoraggiano e facilitano la partecipazione più ampia e possibile degli azionisti alle Assemblee.
2. I rapporti con i soci sono curati dalla funzione aziendale di Investor Relator della società quotata Moncler S.p.A. ovvero dalla funzione aziendale appositamente individuata nelle altre Società del Gruppo Moncler.
3. Le comunicazioni messe a disposizione degli azionisti e della comunità finanziaria vengono diffuse con modalità che mirano a dare completa informazione agli interessati. Il sito internet è aggiornato tempestivamente nel pieno rispetto delle normative vigenti in materia.

Article 10 – Relations with the shareholders

1. Moncler Group strives to ensure that all shareholders is given the same treatment. The directors shall encourage and facilitate the broadest possible participation of the shareholders.
2. Relationships with Partners are handled by the Company's Investor Relations Officer of the listed company Moncler S.p.A. or by the business function specifically identified in any other Group Company.
3. The communications made available to shareholders and the stakeholders are divulged in ways that aim to give complete information to interested parties. The website is updated in a timely manner in full compliance with current regulations.

Articolo 11 – Privacy

1. Nell'ambito dello svolgimento dell'attività, la Società raccoglie una quantità significativa di dati personali e di informazioni riservate, che si impegna a trattare in ottemperanza a tutte le leggi vigenti e alle migliori prassi applicate in materia di riservatezza e di privacy.
2. La Società è rispettosa del diritto soggettivo alla tutela dei dati personali degli interessati, siano essi Dipendenti, Collaboratori, clienti o Fornitori, Appaltatori, Consulenti, Partner, rendendo loro un'informativa completa e aggiornata sul trattamento dei dati, anche sensibili, acquisiti dalla Società stessa o che verranno acquisiti e/o elaborati nel corso dell'attività. La Società provvede a richiedere il consenso informato degli interessati ogni qualvolta si dovesse rendere necessario esclusivamente per le finalità cui il trattamento dei dati è destinato.
3. La Società garantisce un elevato livello di sicurezza nella selezione e nell'uso dei propri sistemi di information technology destinati al trattamento dei dati personali e di informazioni riservate.

Article 11 – Privacy

1. In the conduct of its business, the Company collects a significant amount of personal data and confidential information. The Company undertakes to treat this information in compliance with all applicable laws and best practices in regard to protecting the confidentiality and privacy.
2. The Company is respectful of the right in regards to the protection of personal data, whether they are Employees, Associates, customers or Suppliers, Contractors, Consultants, Partners. The Company shall make them aware of the updates and complete information related to the processing of personal data, possibly even sensitive, acquired by the Company or to be acquired and/or processed during in the course of its activity. The Company shall obtain the consent of the persons concerned whenever is necessary for the purposes for which the data processing is intended.
3. The Company provides a high level of security in the selection and use of its information technology systems that are used for the processing of personal data and confidential information.

Articolo 12 – Contributi e sponsorizzazioni

1. Le Società del Gruppo Moncler aderiscono alle richieste di contributi limitatamente a proposte provenienti da enti e associazioni *non profit* oppure di valore culturale e sociale, secondo le modalità previste da procedure interne.
2. Ciascuna Società del Gruppo presta comunque particolare attenzione, nell'aderire a queste iniziative, a possibili situazioni di conflitto di interessi personali o aziendali.
3. Le attività di sponsorizzazione possono essere realizzate previa definizione di appositi accordi e verifica dell'onorabilità del soggetto beneficiario e dell'evento/iniziativa promossa, evitando di elargire sponsorizzazioni a controparti di cui sia anche solo sospettata l'appartenenza ad organizzazioni criminali o la commissione di reati in materia di riciclaggio.

Article 12 – Donations and sponsorships

1. Moncler Group shall only consider the requests made from associations and non-profit organizations or requests made from cultural and social organizations, in the respect of the internal control procedures.
2. Each Group Company shall pay particular attention to avoid possible conflicts of interest, personal or business related, in giving consent to these initiatives.
3. Sponsorship activities may be carried out only upon definition of specific agreements and subject to the assessment of the reputation of the beneficiary and of the event/initiative promoted. The Company shall avoid to donate to counterparties whenever is suspected its membership to a criminal organization or the commitment of any crime related to money laundering activities.

Articolo 13 –La salute e l'ambiente

1. La Società si impegna a diffondere una cultura della sicurezza, nella consapevolezza dei rischi e nel rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti.
2. Le Società del Gruppo Moncler operano costantemente per preservare e migliorare, le condizioni di lavoro, la salute e la sicurezza dei Dipendenti e Collaboratori, con l'obiettivo di proteggere le risorse umane ricercando sinergie con i Fornitori, gli Appaltatori ed i clienti coinvolti.
3. Le Società del Gruppo Moncler adottano un sistema di gestione ambientale che ottempera le normative nazionali e internazionali in materia impegnandosi a:
 - contenere e ridurre le emissioni inquinanti;
 - ottimizzare costantemente l'impiego delle risorse;
 - sviluppare prodotti e servizi compatibili con l'ambiente.

Article 13 – Health, Environment and

1. The Company shall be committed to promoting a culture of safety, being aware of the risk and of the overall compliance in regards to prevention and protection legislation currently in force and promoting responsible behavior from any person involved.
2. The Group's Companies shall constantly act to preserve and improve working conditions, health and safety of Employees and Associates with the aim of protecting human resources and seeking synergies with Suppliers, Contractors and customers in this regard.
3. Group Companies adopt a environmental management system that complies with the applicable national and international standards by committing to:
 - contain and reduce emissions;
 - optimize the use of resources;
 - develop products and services that are compatible with the environment.

Articolo 14 – Utilizzo dei beni aziendali

1. Ciascun Dipendente e Collaboratore è tenuto a tutelare ed utilizzare con diligenza i beni e le attrezzature aziendali messe a disposizione per l'espletamento dei propri compiti, evitando sia l'uso improprio che l'utilizzo a fini personali che possa danneggiare gli stessi.
2. E' vietato ogni utilizzo dei sistemi informatici che possa violare le leggi vigenti e recare indebite intrusioni o danni a sistemi informatici altrui.
3. I Destinatari sono tenuti ad attenersi alle procedure e politiche aziendali in materia di sicurezza informatica ed utilizzare i dispositivi aziendali in conformità delle suddette procedure e politiche.

Article 14 – Use of corporate assets

1. Each Employee and Associate shall act with due care and protect Company's assets and equipment in carrying out its duties, avoiding both the misuse and the use of Company's asset for personal purposes and also avoiding to damage them.
2. It is forbidden the use of the information systems that may violate any applicable laws and cause undue intrusion or damage to computer systems of others.
3. The Addressees shall respect Company policies and procedures in regards to computer security and shall use any Company's equipment in accordance with such procedures and policies.

Articolo 15 – Divieto di operazioni finalizzate al riciclaggio di denaro

1. Nelle transazioni commerciali è richiesta ai Destinatari particolare accortezza nella ricezione e spendita di monete, banconote, titoli di credito e valori in genere, al fine di evitare il pericolo di immissione sul mercato di valori contraffatti.
2. La Società condanna e punisce ogni azione o atto compiuto dai Destinatari in attività che implicano la ricettazione, il riciclaggio e l'impiego di introiti, beni o utilità derivanti da attività criminali in qualsivoglia forma o modo. A tal fine, gli amministratori, i Dipendenti ed i Collaboratori delle Società del Gruppo Moncler devono verificare, in via preventiva, le informazioni disponibili su Fornitori, Appaltatori, Partner, Consulenti e principali clienti, al fine di appurare la loro integrità sotto il profilo etico ed il possesso dei requisiti tecnico-professionali nonché la legittimità della loro attività prima di instaurare con questi rapporti d'affari, evitando di intraprendere o proseguire rapporti commerciali con controparti di cui sia anche solo sospettata l'appartenenza ad organizzazioni criminali o la commissione di reati in materia di riciclaggio.
3. La Società ed ogni Società del Gruppo Moncler devono sempre ottemperare alla legislazione applicabile in materia di antiriciclaggio e di lotta alla criminalità organizzata, sia nazionale sia internazionale, curando altresì che le operazioni di cui sono parte non presentino, anche solo potenzialmente, il rischio di favorire il ricevimento o la sostituzione o l'impiego di denaro o beni derivanti da attività criminali.
4. Gli amministratori, i Dipendenti ed i Collaboratori del Gruppo Moncler sono tenuti ad osservare rigorosamente le leggi, le politiche e le procedure aziendali in qualsiasi transazione economica anche infragruppo che li veda coinvolti, assicurando la piena tracciabilità dei flussi finanziari in entrata ed in uscita e la piena conformità di tali operazioni alle suddette leggi in materia di antiriciclaggio, nonché alle procedure sull'utilizzo del contante e la piccola cassa, nel rispetto dei limiti previsti dal D.Lgs. 231/2007.

Article 15 – Prohibition of transactions involved in money laundering

1. The Addressees shall pay particular attention to any transaction that involves spending and receiving of bills and securities in general, in order to avoid the risk to place in the market counterfeit values.
2. The Company condemns and punishes any act done or action taken by the Addressees in activities that involve in any form or manner the handling, recycling and the use of proceeds, property or assets derived from criminal activities. To this end, the Directors, Employees and Associates of the Group Companies must verify, in advance, the available information related to Suppliers, Contractors, Partners, Consultants and major customers, in order to ascertain their ethical integrity, their technical and professional skills as well as the legitimacy of their activities before establishing any business relationship. The Addressees shall refrain from taking or continuing business relationships with counterparties which is even suspected of membership in a criminal organization or commit any offenses relating to money laundering.
3. The Company and each Group Company must always comply with anti-money laundering laws in force and any other laws in regard to combating organized crime, both nationally and internationally, ensuring also that any operation where the Company is a counterparty does not present, even potentially, the risk of encouraging the receipt or the replacement or the use of money or assets derived from criminal activities.
4. Directors, Employees and Collaborators of Group Companies are required to strictly observe the laws, policies and procedures in carrying out business transaction even with intercompany, ensuring full traceability of cash inflows and outflows and the full compliance of such transactions to anti-money laundering laws, as well as to the procedures for the use of cash and petty cash, within the included in the Italian Legislative Decree n. 231/2007.

Articolo 16 – Informazioni riservate e comunicazioni all'esterno

1. Ogni informazione, dato o notizia di cui i Destinatari vengano a conoscenza od in possesso in relazione al proprio rapporto di lavoro o professionale sono strettamente riservate e di proprietà esclusiva del Gruppo Moncler. Tali informazioni possono riguardare attività presenti e future, informazioni e notizie non ancora diffuse, anche se di prossima divulgazione e come tali potenzialmente *price sensitive*.
2. Ogni comunicazione all'esterno di documenti ed informazioni riguardanti il Gruppo Moncler deve avvenire nel rispetto delle leggi, dei regolamenti e delle procedure aziendali. È, in ogni caso, vietata:
 - la divulgazione di eventuali informazioni “price sensitive” acquisite nello svolgimento delle attività aziendali, professionali o d'ufficio;
 - la divulgazione di notizie false o tendenziose inerenti il Gruppo Moncler o altri soggetti con i quali le società del Gruppo Moncler si relazionano nello svolgimento delle proprie attività;
 - l'utilizzo di informazioni riservate relative al Gruppo Moncler per il compimento o il suggerimento di operazioni sugli strumenti finanziari.
3. Per garantire completezza e coerenza delle informazioni, i rapporti delle società del Gruppo Moncler con i *mass media* sono riservati esclusivamente alle funzioni preposte.

Article 16 – Confidential information and external communication

1. Any information, data, news known by the Addressees during their job or professional activities are strictly confidential and exclusive property of Moncler Group. Such information may include present or future activities of Moncler Group, information and news not yet released, although next to be disclosed and as such potentially price sensitive.
2. Any disclosure of documents or information concerning Moncler Group shall comply with the laws, regulations and corporate procedures. It is prohibited to:
 - disclose confidential or price sensitive information known during working activity with Moncler Group;
 - disclose false information concerning Moncler Group or other companies with whom Moncler Group is doing business;
 - use confidential information concerning Moncler Group in order to invest in stocks or other financial instruments.
3. Relationships with mass media are handled by business function specifically identified in each Group Company.

Articolo 17 – Attuazione e controllo del Codice Etico

1. L'applicazione ed il rispetto del Codice Etico sono monitorati dall'Organismo di Vigilanza ("OdV") che promuove altresì le iniziative per la diffusione della conoscenza e della comprensione dello stesso.
2. All'Organismo di Vigilanza sono devolutive anche i poteri ispettivi e di controllo in ordine al funzionamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo al fine di prevenire la commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/01.
3. Qualsiasi violazione del Codice può essere in qualunque momento segnalata all'Organismo di Vigilanza o al preposto per il controllo interno, che si impegnano ad assicurare la segretezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.
4. Le segnalazioni, al pari di ogni altra violazione del Codice rilevata in seguito ad altra attività di accertamento, sono tempestivamente valutate dall'Organismo di Vigilanza per l'adozione di eventuali provvedimenti sanzionatori.

Article 17 – Application and enforcement of Code of Ethics

1. Application and enforcement of Code of Ethics are monitored by the Compliance Supervisory Board which shall also ensure that the Code is divulged, known and understood by all that are concerned.
2. Compliance Supervisory Board has also the powers of inspection and control in regards to the Model for Organization, Management and Control which aim to prevent those crimes underlined in the Legislative Decree n. 231/01.
3. Any violation of the Code may be reported at any time to the Compliance Supervisory Board or person in charge for the internal control who, subject to the requirements of law, shall ensure that the name of the person making the report remain confidential.
4. The Compliance Supervisory Board shall access any report, as well as any violation of the Code which is detected during the controls, in order to take promptly any necessary disciplinary measures.

Articolo 18 – Sanzioni

1. L'osservanza delle norme del Codice Etico è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei Dipendenti e Collaboratori della Società. Pertanto, la violazione costituisce inadempimento alle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro o illecito disciplinare che può pregiudicare la continuità del rapporto di lavoro e altresì comportare azioni per il risarcimento dei danni.
2. Le disposizioni del presente Codice Etico si applicano anche ai prestatori di lavoro temporaneo che sono tenuti a rispettarne i precetti. Le violazioni sono sanzionate con provvedimenti disciplinari adottati nei loro confronti dalle rispettive società di somministrazione del lavoro.
3. Relativamente agli Amministratori ed ai Sindaci, la violazione delle norme del Codice può comportare l'adozione, da parte rispettivamente del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, di provvedimenti proporzionati in relazione alla gravità o recidività o al grado di colpa, sino alla revoca del mandato per giusta causa da proporre all'Assemblea dei Soci.
4. Per i Destinatari non Dipendenti, l'osservanza del Codice costituisce presupposto per la prosecuzione del rapporto professionale/collaborativo in essere con la Società; pertanto, la violazione delle norme del Codice potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla risoluzione del contratto e/o dell'incarico e potrà comportare il risarcimento dei danni subiti dalla Società o dalle Società del Gruppo Moncler.

Article 18 – Sanctions

1. Employees and Associates shall comply with the provisions of the Code of Ethics as a contractual obligation of their engagement. Therefore, the violation constitutes a breach of the obligations arising from the employment contract or somehow a disciplinary offense that may affect the continuity of employment itself and also lead to sanctions for damages.
2. The provisions of this Code shall also apply to temporary workers who are required to abide by its precepts. Violations are punished with disciplinary measures which shall be taken by their own employers or employment agencies.
3. With regard to Directors and Auditors, the violation of the Code may entail action by the Board of Directors and Board of Statutory Auditors respectively. Such measures shall be proportionate to the severity of the violation or to whether it is a repeated offence or to the degree of negligence involved, and could result in a proposal to the Shareholders General Meeting for the dismissal for just for good cause.
4. Breach of the Code by Suppliers, external staff and consultants and other Addressees not mentioned above shall be considered a serious offence, which in the case of a contractual relationship could result even in a legal termination of such contract, in line with the relative terms and conditions and without prejudice to any rights for damages and legal action in the event of a breach which constitutes a criminal offence.

Articolo 19 – Disposizioni finali

1. Il presente Codice Etico è approvato dal Consiglio di Amministrazione di Moncler e recepito da tutte le Società del Gruppo. Ogni aggiornamento dello stesso verrà approvato dal Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p. A., sentito l'Organismo di Vigilanza.
2. Eventuali ulteriori specifiche norme comportamentali derivanti da prassi o normative locali potranno essere inserite in specifici codici di comportamento da adottare in aggiunta al presente Codice Etico.

Article 19 – Final provisions

1. The present Code of Ethics has been approved by the Board of Directors of Moncler S.p.A. and has been accepted by all Group Companies. Any amendment shall be duly approved by the Board of Directors of Moncler S.p.A., after consultation with Compliance Supervisory Board.
2. Any further specific rules of behavior resulting from practice or local regulations may be included in specific codes of conduct to be adopted in addition to this Code of Ethics.