



CODICE del RISPETTO



INDICE

| | |
|---|----|
| Messaggio del Fondatore | 7 |
| 1. Guardare al futuro | 10 |
| 2. Il nostro traguardo | 11 |
| 3. Il rispetto secondo Eataly | 12 |
| 4. La famiglia Eataly | 14 |
| 5. I rapporti con i Destinatari del Codice del Rispetto | 15 |
| 5.1 Rapporti con i nostri dipendenti | 15 |
| 5.2 Rapporti con i Collaboratori esterni | 16 |
| 5.3 Rapporti con i Produttori/Fornitori | 16 |
| 5.4 Rapporti con i Clienti | 17 |
| 6. Applicazione e diffusione del Codice | 18 |
| 7. Definizioni | 20 |

R

esponsabilità

inascimento

ete

ISPETTO



EATALLY
alti cibi

Messaggio del Fondatore

Oscar Farinetti

LE 4 R DI EATALY

RISPETTO, RESPONSABILITÀ, RINASCIMENTO E RETE

Fin dalla nascita il pensiero e l'azione di Eataly ruotano intorno al rispetto – uno dei sentimenti umani più nobili. In centinaia di secoli di civiltà, attraversando epoche quali l'Illuminismo, l'Umanesimo e il Romanticismo, gli esseri umani hanno sviluppato e coltivato la propria immaginazione, al punto di veder nascere questo sentimento umano appunto, perché si oppone a quello primordiale e animalesco della prevaricazione e dell'egoismo. Eataly fa coincidere il sentimento del rispetto con l'agire in armonia con le altre persone, tenendo conto delle loro esigenze, e con la Natura (con la N maiuscola), avendo ben presente che un cattivo uso delle risorse che essa ci dona la potrà danneggiare. Sarà mia cura elencare qui di seguito (non certo in ordine di importanza perché tutte lo sono in modo assoluto, ma non solo, interagiscono) le forme di rispetto che Eataly ha sviluppato e sulle quali continua con costanza e impegno il suo processo di approfondimento e miglioramento.

RISPETTO

Il Rispetto verso la Terra Madre, la quale racchiude in sé i 4 elementi fondanti della natura: il suolo con i suoi vegetali, l'acqua, l'aria e gli animali. Eataly sostiene l'agricoltura, la pesca e l'allevamento nelle forme compatibili con il benessere dell'ambiente in cui viviamo, collaborando e promuovendo fornitori che dimostrano la stessa sensibilità. Promuovere per noi significa prediligere i fornitori che producono nel rispetto dell'ambiente e spronare altri fornitori alla conversione verso la medesima direzione.

Eataly si impegna quotidianamente contro l'inquinamento del suolo, dell'aria e dell'acqua: attraverso una graduale riduzione dei rifiuti, differenziandoli e favorendone il riciclo. Ogni qualvolta sia possibile riduciamo la plastica, mettendo in vendita prodotti i cui contenitori rispettino l'ambiente, e acquistiamo, per i servizi, prodotti di riuso e costruiti con materiali riciclati.

Eataly considera essenziale **il Rispetto verso le persone**. Rispettiamo i nostri collaboratori, offrendo loro vantaggi aggiuntivi al contratto nazionale di categoria, cercando continuamente di migliorare il luogo di lavoro, sia in termini ambientali che di relazioni, favorendo la crescita professionale dei collaboratori sulla base di criteri meritocratici. Rispettiamo i nostri fornitori, cercando di concordare insieme prezzi per i loro prodotti, che tengano conto dell'impegno profuso nel crearli, offrendo tutta l'assistenza possibile per migliorarne la qualità e la descrizione, nonché la realizzazione di packaging riciclabili.

Rispettiamo i nostri clienti, offrendo un ampio assortimento di prodotti di eccellenza, creati nel rispetto della Natura, al prezzo più conveniente possibile, in un ambiente bello, sano e pulito. Mettiamo a loro disposizione tutte le informazioni possibili per conoscere ciò che stanno comprando, invitandoli a non fare una spesa eccessiva allo scopo di ridurre gli sprechi. Favoriamo un'accoglienza del pubblico da parte dei nostri collaboratori che sia improntata ad una gentilezza senza inutili servilismi e ad una informazione accurata.

Accogliamo le critiche costruttive, dando valore al dubbio e alla gestione dell'imperfezione, per creare insieme un luogo di armonia. Il tutto viene ben descritto dal manifesto che appare all'ingresso di tutti gli Eataly:

- 1) Il cliente non ha sempre ragione
- 2) Neppure Eataly ha sempre ragione
- 3) Da questo meraviglioso dubbio nascerà la nostra armonia.

RESPONSABILITÀ

Eataly sente forte la **responsabilità verso il Paese** che rappresenta e porta nel mondo. L'Italia del cibo trova le sue origini identitarie nella biodiversità che la contraddistingue. Parliamo della biodiversità agricola, dovuta alla particolare configurazione geografica della nostra penisola e allo storico spirito di orgoglio distintivo delle tradizioni regionali, provinciali e degli 8.000 Comuni che la compongono. Questa biodiversità agricola rende unica al mondo l'enogastronomia italiana, per varietà di piatti e di vini che propone. Eataly si è data il compito di rappresentare questo valore al meglio, sia in Italia che nel Mondo. Ciò significa proporre una cucina semplice e riconoscibile, senza forzature e stravolgimenti di una materia prima di alta qualità.

Eataly sente la responsabilità di rappresentare un esempio per tutte le altre realtà italiane che operano all'estero nel settore del cibo, dimostrando che una strada possibile è interpretarne con rigore e autenticità la tradizione. Un'altra responsabilità di Eataly è contribuire alla lotta contro le imitazioni dei prodotti italiani, favorendo la conoscenza delle nostre autentiche eccellenze con gli strumenti conoscitivi adeguati e attraverso processi educativi che accompagnano l'attività di vendita. Infine, Eataly si assume la **responsabilità di promuovere i prodotti italiani** rispettosi dell'ambiente che meritano di essere portati nel mondo e seleziona, per il mercato estero, i migliori prodotti frutto della stessa filosofia.

RINASCIMENTO

La cucina non è l'unico elemento di eccellenza del nostro Paese. L'Italia è anche tra i primi paesi al mondo per Patrimoni dell'Umanità Unesco, per quantità e qualità di beni artistici, per l'artigianato in vari ambiti, come la moda, i mobili, la manifattura creativa e di precisione. Eataly è profondamente convinta che l'Italia sia, in una sola parola, “il più bel paese del mondo”.

Non abbiamo deciso noi di nascerci, tuttavia, dobbiamo sentire il dovere di farci perdonare tanta fortuna. Eataly deve promuovere e contribuire all'avverarsi di un **nuovo rinascimento italiano**. Mettendo in campo tutto il necessario per **raccontare le meraviglie italiane nel mondo**, promuovendo il turismo internazionale verso l'Italia, in particolare verso i meravigliosi luoghi della provincia, favorendo il sorgere di una “voglia d'Italia” e non solo nel campo agroalimentare. Gli Eataly nel mondo devono rappresentare la bellezza italiana in tutte le sue forme: i paesaggi, l'arte e la manifattura, collaborando con gli Enti e le Associazioni che di questo si occupano.

Inoltre Eataly sente il compito di favorire il nuovo rinascimento italiano attraverso il **risorgere di sentimenti umani positivi** tra gli italiani stessi, come la fiducia, l'orgoglio e un sano patriottismo, ben lungi dall'isolazionismo, dai quali non si può prescindere se desideriamo il bene del nostro Paese. Noi pensiamo che per ottenere questo risultato sia utile studiare profondamente la storia, le tradizioni e la cultura (non solo enogastronomica) italiane, raccontandole con orgoglio al mondo. Lo dobbiamo fare con rigore, bellezza ma anche con umiltà, nell'assoluto rispetto dell'altrui orgoglio nazionale e con una manifesta disponibilità alla collaborazione, all'accoglienza, all'integrazione e all'interazione tra i popoli e le Nazioni. Cerchiamo e cercheremo sempre più di collaborare con partner stranieri che, nel voler cogliere le opportunità di business legate al cibo italiano, siano tuttavia consapevoli delle basi fondanti e imprescindibili di Eataly.

RETE

L'Italia agricola e del cibo è costituita da una moltitudine di micro, piccole e medio/piccole aziende. Questa frammentazione, che per alcuni osservatori costituirebbe una negatività, deve invece essere vissuta come la vera forza distintiva del nostro Paese, nonché la conseguenza inevitabile della biodiversità dei territori. Siamo tuttavia consapevoli delle difficoltà legate a questa nostra meravigliosa particolarità: la prima consiste nella fatica delle piccole aziende ad assolvere alle pratiche della burocrazia, in particolare riguardo all'esportazione; la seconda è rappresentata da una certa reticenza da parte delle piccole imprese italiane a mettersi insieme, a fare rete.

Eataly, fin dal primo giorno, ha messo intorno a un tavolo le piccole aziende di alta qualità italiane, aiutandole su vari fronti: burocrazia, esportazioni, marketing, packaging. Ha gettato le basi per **creare una Rete, sia analogica che digitale**, dove connettersi sia con Eataly stessa che tra loro. In pratica abbiamo ideato una sorta di Blockchain, cioè una struttura condivisa, molto prima che questo nome diventasse di moda. Negli anni questa idea di struttura condivisa, che noi preferiamo chiamare rete anziché catena, si è affinata diventando sempre più una realtà e un'opportunità. In futuro questa rete dovrà perfezionarsi ed entrare completamente in azione, anche aprendosi ai nostri clienti, in modo che questi ultimi possano connettersi direttamente con i nostri fornitori, dialogare con loro, ricevere e fornire informazioni. L'intermediazione di Eataly dovrà essere leggera e autorevole allo stesso tempo. Ciò a cui puntiamo è una rete molto efficiente **destinata a supportare i produttori, i clienti** e Eataly stessa in un percorso che porta alla qualità, all'informazione, al miglioramento costante e al superamento degli ostacoli burocratici.

L'esperienza acquisita da Eataly in molti anni di rapporti con circa 2000 piccoli produttori italiani di alta qualità, di cui molti convinti e aiutati per la prima volta a portare le proprie eccellenze all'estero, costituisce un esempio unico nel campo della distribuzione. Allo stesso modo Eataly ha accumulato un altro grande patrimonio di profonde relazioni con cittadini italiani e del mondo, interessati a migliorare continuamente la propria conoscenza della filiera agroalimentare italiana. Questi due patrimoni debbono essere connessi tra loro creando così una rete la quale potrà costituire l'ossatura virtuosa dell'agroalimentare italiano.

Oscar Farinetti



1. Guardare al futuro

PERCHÉ ADOTTIAMO UN CODICE DEL RISPETTO

“Bisogna conoscere da dove si arriva, per sapere dove si va”

Eataly esiste perché ci sono persone che si sono dedicate e si dedicano quotidianamente con passione alla realizzazione di un progetto. Siamo partiti nel 2007, con il primo Eataly a Torino. Eravamo in poche persone, ma con tante idee. La più forte era quella di creare un grande mercato, dove comprare, mangiare e conoscere i prodotti di alta qualità.

L'obiettivo? Rendere accessibile a tutti e raccontare al mondo la grande biodiversità del nostro paese. La forza di queste idee si è trasformata in una grande realtà imprenditoriale grazie a una base solida, costruita su persone determinate e su relazioni di fiducia e di stima. Sono loro ad aver portato Eataly ed il cibo italiano nel mondo.

Per continuare a crescere e allo stesso tempo tutelare, i nostri valori, vogliamo adottare uno strumento di autoregolamentazione che metta “nero su bianco” i principi che guidano la nostra missione aziendale.

La parola etica viene dal greco *ethikos* e già dai filosofi greci è stata utilizzata per indicare “il modo di agire umano” e, allo stesso tempo, il concetto filosofico di ricerca di una misura per poter dare giudizi di valore ai comportamenti umani, in termini di “bene” o “male”, “giusto” o “sbagliato”. Così l'etica applicata all'impresa deve promuovere la condivisione di quei principi che, al di là del rispetto delle leggi, devono guidare le norme comportamentali nell'ambiente lavorativo e nelle relazioni commerciali. Questo è il primo passo del nostro percorso. Il punto di arrivo è che questi valori siano condivisi da tutti, così come ci si sente legati da un sentimento comune nella propria casa.

L'etica, del resto, non può che essere promossa e fatta rispettare attraverso la persuasione ed i buoni argomenti di una cultura condivisa. Siamo consapevoli che questo percorso richieda del tempo, tuttavia a noi interessano i passi che facciamo e ciò che rincorriamo ma, ancora di più, le impronte che lasciamo lungo la strada.

L'integrità ed il rispetto di tutte le leggi e regolamenti applicabili alla nostra realtà sono il punto di partenza del nostro percorso e per questo il Codice del Rispetto si pone anche come importante corollario del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo di Eataly ai sensi del D. Lgs. 231/2001 sulla responsabilità amministrativa degli enti da reato.

2. *Il nostro traguardo*

FINALITÀ DEL CODICE DEL RISPETTO

Il rispetto delle leggi è il punto di partenza, l'Etica quello di arrivo.

Oltre ad essere uno strumento di comunicazione e di persuasione, il Codice del Rispetto vuole proporsi come una “guida” per tutti coloro che nel mondo Eataly possano trovarsi, come talvolta accade, ad affrontare scelte difficili sui comportamenti da adottare.

Talvolta si possono ottenere vantaggi che non sono contrari ad alcuna norma di legge, sfruttandone l'incompletezza o la scarsa chiarezza. Altre volte è possibile tenere comportamenti legali ma non etici.

Non sempre gli attori “interni” ad Eataly valutano l'impatto che un loro comportamento, non improntato ad etica, possa avere su attori “esterni” e, del pari, questi ultimi non sempre valutano quanto sia dannoso per Eataly, o per il mondo esterno, un loro comportamento tenuto in spregio ai suoi valori, seppur non illegale.

Quando una persona si trova in una condizione di incertezza sul corretto comportamento da tenere in una precisa situazione legata al mondo Eataly, potrà rifarsi al presente Codice del Rispetto e valutare il proprio agire, ponendosi le seguenti domande:

- o il mio comportamento è fedele a regole normative?
- o il mio comportamento è in linea con i principi del Codice del Rispetto?
- o se una persona terza assistesse al mio comportamento, cosa penserebbe?
- o se dovessi spiegare agli amministratori il mio comportamento, mi sentirei in difetto o potrei sostenerne con serena consapevolezza le ragioni?
- o se gli organi di stampa divulgassero in un articolo il mio comportamento, mi sentirei in imbarazzo o sarei a mio agio?

Se le risposte alle domande indicate sono positive si sta tenendo un comportamento coerente al presente Codice. Se, invece, ci si trova in dubbio è possibile cambiare il proprio agire, utilizzando questo Codice come “guida” o chiedendo consiglio all'Ufficio delle Risorse Umane.

3. Il rispetto secondo Eataly

VALORI DEL CODICE DEL RISPETTO

Rispetto, dal latino *respicere*, letteralmente "guardare di nuovo"; da qui l'espressione "avere riguardo" per qualcuno. Eccoli, il nostro modo di intendere il rispetto: avere a cuore ciò che ci circonda, impegnandoci verso le Persone, la Terra Madre e la Conoscenza. Dal primo giorno il pensiero e l'azione di Eataly ruotano intorno a questo sentimento umano. Ma di strada da compiere ve n'è ancora, e sempre.

✓ Il rispetto per le Persone, tra cui i clienti, i collaboratori ed i fornitori di Eataly

Il nostro primo impegno è **valorizzare le risorse umane**. Le persone che lavorano per, o con noi costituiscono la nostra vera forza. Vogliamo per questo creare con ognuna di queste persone un rapporto di fiducia e di soddisfazione e crescita reciproca.

Crediamo che nei rapporti umani sia fondamentale il valore dell'**onestà**: significa dire "la verità", comportarsi con lealtà, coerenza, trasparenza verso i nostri produttori, i nostri clienti e i nostri dipendenti. Crescita e profitto sono importanti come mezzo, non come fine e perdono qualsiasi valore se non sono ottenuti con onestà. Scegliamo metodi comunicativi sinceri e volti a dare profondità alla cultura del cibo, che hanno consentito – in questi ultimi dodici anni - la crescita di Eataly e il consolidamento di un rapporto di fiducia con i produttori e con i nostri clienti.

Per noi è fondamentale la **tutela dei produttori con cui lavoriamo**, attraverso una ricerca costante di metodi di produzione, materie prime e ricette sostenibili, oltre che organoletticamente sicure e di eccellente qualità. Ci impegniamo a garantire un rapporto diretto tra clienti e produttori, per stimolare la nascita dei coproduttori.

Un altro valore essenziale per noi è costituito dalla **tutela della riservatezza e della privacy** di tutte le persone che hanno rapporti con Eataly. Ci impegniamo a trattare i dati personali e le informazioni ricevute garantendo il più alto livello di riservatezza e nel pieno rispetto della privacy degli interessati, evitandone un uso improprio e predisponendo misure tecniche e organizzative idonee a garantire la sicurezza e riservatezza degli stessi.

✓ Il rispetto per la Terra Madre, tra cui l'ambiente, la terra e i luoghi

Per Eataly la **qualità del prodotto** è un valore.

Noi di Eataly ci ispiriamo, da sempre, alla filosofia promossa da Slow Food¹ e dal suo fondatore Carlo Petrini, del "*buono, pulito e giusto*", che pone il consumatore consapevole come centro della filiera, promuovendo un acquisto di prodotti buoni per il palato, puliti per l'ambiente e giusti per chi li produce. Per Eataly la qualità e la bontà del cibo non sono una strategia commerciale, ma un valore e un principio imprescindibile.

¹ Slow Food: associazione internazionale no profit la cui missione principale è migliorare la consapevolezza sul sistema che regola la produzione alimentare, tutelando la biodiversità e costruendo relazioni stabili e profonde tra produttori e consumatori.

La qualità del prodotto si accompagna al valore della **sostenibilità**. La sostenibilità è innanzitutto cultura alimentare, e noi la coltiviamo offrendo i prodotti dei territori vicini, privilegiando i produttori che adottano metodi sostenibili e che non li alterano in funzione di una rapida crescita. Significa che gli animali sono allevati nel rispetto del benessere e che i frutti della terra sono coltivati seguendo il ciclo delle stagioni. Cuciniamo materie prime di stagione e proponiamo piatti che valorizzano un consumo responsabile, arrivando talvolta ad adottare dei veri e propri manifesti – come nel caso de “il pesce crudo secondo Eataly” – che costituiscono parte integrante del nostro Codice. Il rispetto per la Terra è un valore che portiamo avanti anche attraverso alcuni progetti per noi fondamentali come “Bee the Future, 100 ettari per il futuro delle api”, che si pone l'obiettivo di tutelare gli insetti impollinatori partendo dall'agricoltura e “Seminiamo la biodiversità”, che punta alla valorizzazione delle culture tradizionali italiane.

A tal fine, ci siamo posti un ambizioso traguardo a tutela dell' ambiente: l'azzeramento della produzione di rifiuti, il cd. “**obiettivo rifiuti zero**”. Proponiamo di trasformare tutti i nostri scarti in cose utili e riutilizzabili, mediante l'attuazione quotidiana di “7 mosse”: separare, comunicare, riciclare, riusare, non sprecare, scegliere e innovare. I primi passi verso questa grande sfida sono una raccolta differenziata svolta con cura e la riduzione di plastica, negli imballaggi dei nostri fornitori, ma anche all'interno dei negozi, come nel caso delle cannuce al bar.

È proprio tramite la **scelta di prodotti tradizionali, locali e stagionali** – oltre all'attuazione di altre molteplici accortezze e azioni intraprese – che cerchiamo di contribuire attivamente al rispetto dell'ambiente e dell'ecologia. Eataly, infatti, ha fatto della tutela dell'ambiente e della salvaguardia delle risorse uno dei suoi obiettivi prioritari, dedicando il massimo impegno per il miglioramento continuo delle proprie prestazioni sul piano ambientale e nella ricerca costante di packaging a ridotto impatto ambientale.

Ci prendiamo cura dei luoghi in cui apriamo i nostri Eataly, cercando, qualora sia possibile di **riqualificare edifici in disuso e luoghi abbandonati**, come nel caso del Palazzo Carpano a Torino, del Teatro Smeraldo a Milano, del ex-Terminal Ostiense a Roma e del storico cinema Röda Kvarn a Stoccolma.

✓ **Il rispetto per la Conoscenza**

Per noi il sapore diventa sapere quando il piacere è accompagnato dalla conoscenza.

Promuoviamo **momenti di formazione** per i nostri dipendenti, che vogliono essere uno stimolo continuo per la curiosità e l'accrescimento personale, oltre ad uno strumento valido e fondamentale per raccontare con onestà i nostri produttori.

L'**educazione alimentare** è un aspetto profondo della nostra cultura Eataliana, che deve essere trasmessa a tutti i nostri clienti attraverso un racconto diffuso dei nostri prodotti e fornitori. I nostri consumatori possono diventare un soggetto attivo della filiera alimentare, in grado di scegliere per il proprio bene e per quello della comunità.

Uno dei tre pilastri di Eataly è la **didattica**, perchè attraverso corsi, seminari, incontri, eventi e degustazioni rivolte a grandi e piccini vogliamo condividere tutte le nostre informazioni sul cibo italiano di qualità. Inoltre, offriamo gratuitamente corsi di educazione alimentare per scuole e pensionati.

Ogni Eataly è dedicato ad un **valore metafisico**, in cui crediamo e di cui vogliamo essere promotori. Eataly Torino è dedicato all'Armonia, quello di New York al Dubbio, quello di Genova al Coraggio. In questo modo cerchiamo di creare un ambiente identitario, luogo di incontri, confronti e di sapere.



Eataly Torino January 26, 2007
MOLE ANTONELLIANA
FUSILLI CON BUCO, PENNE RIGATE,
RIGATONI, SPAGHETTI AND FUSILLI



Eataly New York August 31, 2013
EMPIRE STATE BUILDING
SPAGHETTI, VESUVI, ZITI, PENNE LISCE,
PENNE RIGATE AND RIGATONI

4. La famiglia Eataly

I DESTINATARI DEL CODICE DEL RISPETTO

Attraverso questo Codice Etico vogliamo parlare a tutte le persone che lavorano all'interno di Eataly, ma anche – ed è questa la sua unicità – a quelle che hanno relazioni esterne con l'azienda. I nostri valori, sopra citati, sono il contenuto dei nostri messaggi.

All'interno di Eataly ci rivolgiamo:

- in primis agli Amministratori, che più di tutti possono incidere sul rispetto e sulla promozione dei nostri valori, dando il buon esempio;
- a tutti i colleghi, che hanno stretto un rapporto di lavoro subordinato con Eataly, con diversi ruoli e responsabilità;
- ai collaboratori, che per varie ragioni intrattengono con Eataly un rapporto giuridico che li veda impegnati all'interno dell'organizzazione aziendale.

All'esterno invece ci rivolgiamo:

- ai Collaboratori, anche se temporanei;
- ai Produttori ed i Fornitori;
- ai nostri Clienti.

5. I rapporti con i Destinatari del Codice del Rispetto

Eataly ha sempre cercato di costituire un rapporto di fiducia con tutte le Persone Eataly e con tutti i soggetti coinvolti nelle attività dell'azienda, quali Collaboratori, Fornitori/Produttori e Clienti.

Fanno parte delle scelte aziendali e con il loro pensiero e comportamento influiscono sul nostro futuro. Il nostro sistema di valori dovrebbe essere vissuto come un impegno che Eataly assume nei confronti di ognuno di questi soggetti e che ognuno di questi soggetti assume nei confronti di Eataly nel momento in cui decide di entrare in relazione con noi.

Ognuno dei Destinatari del Codice dovrebbe poter legittimamente aspettarsi da tutti gli altri Destinatari il perseguimento dei propri interessi attraverso una linea di condotta aderente ai valori del Codice del Rispetto, in ogni estrinsecazione delle attività che potrebbero assumere rilevanza per un altro Destinatario del Codice.

Eataly si riserva di valutare l'opportunità di interrompere ogni relazione con il/i soggetto/i che abbia/no tenuto comportamenti contrari ai valori e principi enunciati in questo Codice secondo i metodi di risoluzione contrattuale adeguati alla natura del rapporto.

5.1 Rapporti con i nostri dipendenti

Per Eataly il rispetto delle **Persone** è un valore imprescindibile.

A tal fine miriamo a valorizzare la professionalità dei collaboratori, nel rispetto dei principi di imparzialità, di **valorizzazione del merito** e di ricerca della realizzazione professionale di ognuno.

Vogliamo che tutti possano aderire ai nostri processi di selezione del personale e ad eventuali opportunità di progressione di carriera indipendentemente dall'età, dal sesso, dal Paese di provenienza, dalle credenze religiose, dalle convinzioni politiche.

La selezione dei dipendenti avviene esclusivamente secondo criteri trasparenti quali la **professionalità, la competenza, il merito** e le potenzialità di crescita del singolo. Rispettiamo i nostri dipendenti/collaboratori e ci aspettiamo che clienti e produttori/fornitori/consulenti li rispettino.

Cerchiamo di creare un **ambiente di lavoro sereno e armonico**, in modo da favorire la conoscenza reciproca e lo scambio di esperienze, per consentire a tutti di poter segnalare eventuali criticità ed avanzare proposte, nell'osservanza delle reciproche opinioni e dei ruoli. Eataly è un posto in cui stimolare la curiosità, lavorando con passione e umiltà per raggiungere i propri obiettivi.

Crediamo che il lavoro debba essere organizzato in modo da evitare qualsiasi situazione di oppressione o violenza psicologica e che il rapporto gerarchico debba essere esercitato con equità e correttezza. Promuoviamo la formazione dei nostri dipendenti, attraverso corsi e aggiornamenti su prodotti, fornitori e novità del mondo enogastronomico italiano.

Promoviamo la **sicurezza** di tutte le Persone Eataly. Per questo ci impegniamo a garantire luoghi di lavoro sicuri, in linea con il doveroso rispetto di tutte le norme in materia applicabili ed applicate all'interno dell'azienda, segnalando ogni situazione in cui si ravvisi per alcuno un potenziale pericolo.

Per noi inoltre è fondamentale garantire la massima sicurezza e **qualità dei prodotti** commercializzati o somministrati, infatti ci impegnamo a rispettare scrupolosamente la normativa applicabile in materia di igiene degli alimenti, attuando le procedure permanenti di autocontrollo aziendale basate sui principi dell'HACCP. Ci aspettiamo che tutti coloro coinvolti nei processi operativi di conservazione, preparazione, trasporto e stoccaggio degli alimenti, e nei processi di controllo sugli stessi, si attengano scrupolosamente a quanto stabilito dalle disposizioni aziendali,

al fine di garantire la sicurezza e la salute in materia alimentare nonché il più elevato standard di qualità dei prodotti.

Ci aspettiamo che tutti i dipendenti lavorino nel rispetto di tutte le norme di legge e di tutte le regole aziendali, a partire da quelle declinate nel Codice Disciplinare emanato dalla società per i Dipendenti, quale parte integrante del contratto di lavoro.

Ci aspettiamo la **massima riservatezza** su tutte le informazioni conosciute e ottenute nell'ambito lavorative, con specifico riferimento a quelle che possono compromettere l'immagine o gli interessi di Eataly, dei nostri Fornitori e Clienti. Sono informazioni riservate e non possono essere divulgate a terzi, né utilizzate per ottenere vantaggi personali, diretti e indiretti.

Riconosciamo e tuteliamo il diritto a **partecipare a investimenti, affari o ad attività** di altro genere al di fuori di quelle svolte nell'interesse di Eataly, purché tali attività siano consentite dalla legge, non siano in violazione degli obblighi professionali e di riservatezza assunti nei confronti di Eataly e garantendo che a quest'ultima venga sempre assicurato il più alto standard di qualità delle mansioni svolte. Fermo restando quanto sopra, tutto il Personale Eataly è tenuto ad operare in modo da NON incorrere in situazioni di conflitto di interesse con Eataly.

Per conflitto di interesse, oltre alle situazioni eventualmente definite dalla legge, si intende ogni situazione nella quale un soggetto operi in violazione di quanto sopra o perseguendo un interesse in contrasto a quello dell'azienda al fine di trarne un vantaggio per sé o per altri.

Tutti i collaboratori sono tenuti ad informare il proprio referente e l'Ufficio Legale qualora incorra in situazioni nelle quali abbia discrezionalità in una scelta che potrebbe favorire un interesse proprio o di un familiare/amico, oltre a quello dell'azienda, nonché nel caso di situazioni che possano costituire o determinare un conflitto di interesse.

5.2 Rapporti con i Collaboratori esterni

Eataly si affida alla professionalità dei propri consulenti con la certezza del rispetto da parte loro delle regole normative connesse alla specifica attività consulenziale, nonché nella corrispondenza dei loro comportamenti ai principi dei rispettivi codici deontologici professionali e di categoria.

5.3 Rapporti con i Produttori/Fornitori

Per Eataly i valori della qualità e della sostenibilità sono strettamente legati alla creazione di **rapporti di fiducia** duraturi con i produttori ed i fornitori di servizi, basati su regole di correttezza e rispetto degli impegni reciproci.

La scelta dei Produttori/Fornitori che lavorano con Eataly è improntata a criteri di qualità, sostenibilità, valorizzazione del territorio, cultura del cibo, trasparenza, merito, professionalità, onestà e competitività e servizio.

In particolare, poniamo grandissima attenzione nella selezione dei produttori locali con cui collaborare ed una volta stabilito con essi un rapporto stabile, miriamo alla reciproca soddisfazione, consentendo loro una crescita proficua che non snaturi sostenibilità, lavorazione e qualità del prodotto.

Teniamo altresì conto di una valutazione etica dei Produttori/Fornitori e ci aspettiamo da loro la condivisione dei valori del nostro Codice del Rispetto e quindi il rispetto di standard comportamentali ed operativi coerenti con il medesimo.

Al fine di adempiere al nostro valore cardine del rispetto dell'ambiente, anche nel rapporto con i

Produttori/Fornitori **puntiamo alla sostenibilità** cercando di ridurre al minimo l'uso di confezioni o imballaggi, prediligendo confezioni sostenibili e riciclate e invitando i nostri fornitori ad utilizzarle e ad implementare, per cercare di raggiungere il progetto di Obiettivo Rifiuti Zero.

5.4 *Rapporti con i Clienti*

Coltiviamo da sempre i **valori** della **qualità**, della **trasparenza**, della **sostenibilità**, e della **conoscenza** come punto di forza nel rapporto con i nostri Clienti.

Eataly è cresciuta soprattutto grazie a loro ed è anche per senso di riconoscenza che ci impegniamo quotidianamente ad implementare prodotti e servizi di qualità che possano rispondere ai loro bisogni garantendogli allo stesso tempo scelte alimentari consapevoli e sostenibili.

L'informazione al pubblico sui nostri prodotti e attività è improntata a criteri di veridicità, correttezza, **promozione della cultura del cibo** e della sostenibilità.

Sviluppiamo le nostre proposte nel rispetto delle regole di leale concorrenza e rispettiamo e teniamo in attenta considerazione la capacità di giudizio dei nostri Clienti e gli stimoli che sono disposti ad offrirci per migliorare. Come indicato al punto numero 8 del nostro Manifesto non spingiamo mai i nostri clienti a comprare più di quanto abbiano bisogno e non utilizziamo strumenti di promozione commerciale con affermazioni ingannevoli o che attribuiscono ai nostri prodotti caratteristiche fuorvianti.

Ci proponiamo di dare la possibilità a tutti i Clienti di formulare **proposte o suggerimenti** o di segnalare criticità riscontrate, impegnandoci a tenerle in debita considerazione.

Cerchiamo di restituire qualcosa del valore creato dai nostri Clienti alla comunità attraverso iniziative senza fini di lucro rivolte al territorio e alle singole comunità.

Ispirati dal valore della conoscenza, uno dei nostri obiettivi prioritari è fare in modo che il Cliente non viva solo un'esperienza gastronomica, ma che diventi il protagonista di **un percorso di avvicinamento e comprensione dei cibi** e delle bevande di qualità. Al fine di garantire a tutti gli strumenti necessari per conoscere i valori e la storia che stanno alla base dei nostri prodotti e comprendere un settore complesso, in costante evoluzione, quale quello in cui operiamo, le nostre aule ospitano diverse attività didattiche gratuite, tra cui cicli di incontri dedicati al mondo dell'alimentazione, appuntamenti di approfondimento sulle materie prime o metodi di lavorazione, corsi di cucina e degustazione, incontri con esperti del settore, laboratori di educazione alimentare, ecc...

Inoltre, organizziamo gratuitamente per le scuole diverse iniziative che hanno lo scopo di incuriosire e sensibilizzare i bambini nei confronti del mondo del cibo, puntando a stimolare la loro naturale curiosità attraverso laboratori che non tralasciano mai la dimensione ludica dell'apprendimento.

6. Applicazione e diffusione del Codice

ORGANISMO DI VIGILANZA

Eataly, in ottemperanza alle prescrizioni del D.Lgs. n.231 del 2001, ha adottato un Modello Organizzativo. Parte integrante e sostanziale del Modello attuato da Eataly è il Codice Etico, approvato dal Consiglio di Amministrazione di Eataly in data 12 novembre 2018.

In ottemperanza al Modello, il Consiglio di Amministrazione di Eataly ha costituito in data 12 novembre 2018 l'Organismo di Vigilanza composto da componenti: l'avvocato penalista Camilla Cravetto; la responsabile amministrazione e contabilità Paola Besussi e la responsabile affari legali Simona Mariani.

Al fine di garantire l'applicazione e la corretta conoscenza del Codice del Rispetto, Eataly assegna all'Organismo di Vigilanza le funzioni di "garante" del Codice del Rispetto. L'Organismo di Vigilanza si riunisce almeno tre volte l'anno e/o su richiesta di uno dei suoi componenti, ed è incaricato, tra le altre cose, di:

- promuovere la conoscenza e l'attuazione del Codice e dei suoi contenuti presso i Destinatari, anche tramite la redazione e implementazione di procedure di riferimento o tramite l'attuazione di attività di formazione calibrate sulla base della responsabilità delle risorse interessate;
- verificare periodicamente i livelli di attuazione e implementazione del Codice e riferirne annualmente al Consiglio di Amministrazione;
- verificare il contenuto del Codice al fine di proporre al Consiglio di Amministrazione modifiche e/o integrazioni dello stesso, qualora ritenuti opportuni alla luce di cambiamenti normativi o di evoluzioni del sentire dei suoi Destinatari che possano portare a modificare/ampliare i valori enunciati o ad innalzare i canoni di comportamento perseguiti;
- fornire chiarimenti sulle disposizioni del Codice del Rispetto, ricordando sempre che l'Organismo di Vigilanza non ha il compito di – né ha titolo per – esprimersi sull'interpretazione di disposizioni normative e/o contrattuali;
- ricevere ed esaminare le notizie di possibili violazioni del Codice o di comportamenti illeciti, promuovendo le verifiche più opportune ed impegnandosi a verificare attentamente, per quanto possibile e di ragione, la buona fede del segnalante, la veridicità di quanto segnalato e la rilevanza rispetto ai valori del Codice del Rispetto;
- favorire le segnalazioni di comportamenti contrari ai valori del Codice del Rispetto fatte non in forma anonima fornendo adeguate garanzie in merito alla segretezza sull'identità dei segnalanti e tutelando questi ultimi da eventuali pressioni, ingerenze, intimidazioni e ritorsioni;
- in caso di diretta conoscenza di violazioni o sospette violazioni del Codice da parte di uno dei componenti dell'Organismo del Vigilanza, valutare con gli altri componenti l'opportunità di effettuare approfondimenti/verifiche;
- dare riscontro ai segnalanti in merito all'esito delle verifiche effettuate e riferirne alla funzione interessata e/o alla funzione Risorse Umane e/o all'organo amministrativo proponendo eventuali provvedimenti da adottare;
- riferire annualmente al Consiglio di Amministrazione sullo stato di implementazione del Codice del Rispetto e proporre iniziative mirate a sensibilizzare i Destinatari del Codice su specifici temi o ad azioni di miglioramento sulle prassi aziendali.

Tutti i Destinatari, Fornitori/Produttori, Clienti nonché i terzi coinvolti direttamente nell'attività di Eataly, hanno la possibilità di segnalare all'Organismo di Vigilanza, per iscritto e in forma non anonima attraverso appositi canali di informazione mantenuti strettamente riservati - e fermo restando il pieno rispetto della normativa in materia di “privacy” - ogni violazione o sospetto di violazione del Codice del Rispetto. L'Organismo di Vigilanza provvede quindi, in ottemperanza a quanto sopra stabilito, ad effettuare un'indagine in merito alla segnalazione ricevuta.

L'Organismo di Vigilanza non ha il ruolo di “giudicare” e “sanzionare” ma di “guidare” i Destinatari verso comportamenti positivi, fornendo stimoli ed esempi di buone pratiche e attraverso la persuasione dei “buoni argomenti”.

Inoltre, tutti i Destinatari del Codice sono tenuti a garantire la piena collaborazione con l'Organismo di Vigilanza al fine di permettere lo svolgimento delle funzioni di competenza dello stesso. In caso di eventuali dubbi circa la liceità o contrarietà al Codice di un determinato comportamento, il Destinatario può rivolgersi al proprio referente, alla funzione Risorse Umane e/o all'Organismo di Vigilanza.

L'eventuale segnalazione di illeciti o violazione del Codice può avvenire, oltre che tramite la segnalazione al proprio referente, all'ODV agli indirizzi di seguito indicati, purché non in forma anonima. Resta inteso che sulle segnalazioni ricevute verrà mantenuto il più stretto riserbo.

Organismo di Vigilanza Eataly
Via Nizza 224,
10126 Torino
Italia

organismodivigilanza@eataly.it
legal@eataly.it



Definizioni

Nel presente Codice Etico, alle seguenti espressioni verrà attribuito il significato di seguito riportato:

Amministratori: indica i soggetti che ricoprono, di volta in volta, le seguenti cariche: il Presidente, l'Amministratore Delegato, i membri del Consiglio di Amministrazione, i membri del Collegio Sindacale, i membri degli altri organi sociali eventualmente istituiti, nonché qualsiasi soggetto in posizione apicale che rivesta funzioni di rappresentanza, amministrazione o direzione di Eataly o di una sua unità organizzativa dotata di una propria autonomia funzionale e finanziaria.

Destinatari: indica i soggetti a cui si applicano le previsioni del Codice, nello specifico: gli Amministratori, i Collaboratori, i Dipendenti, i Responsabili – ovunque essi operino – nonché i Fornitori/Produttori e chiunque altro abbia rapporti o relazioni commerciali con Eataly.

Dipendenti: indica tutte le persone legate da rapporti di lavoro subordinato con Eataly (ivi inclusi i contratti a tempo parziale o determinato).

Clienti: indica i soggetti che, a qualunque titolo, fruiscono dei prodotti e/o dei servizi offerti da Eataly.

Codice o Codice Etico: indica il presente codice e gli eventuali allegati se presenti, come aggiornati, integrati o modificati di volta in volta.

Codice Disciplinare: indica il codice adottato da Eataly Distribuzione S.r.l. - e gli eventuali allegati se presenti, come aggiornati, integrati o modificati di volta in volta - che sono tenuti ad osservare tutti i Dipendenti.

Collaboratori: indica tutti coloro che operano o che intrattengono rapporti di collaborazione, anche temporanea, senza vincolo di subordinazione con Eataly, per il conseguimento degli obiettivi della stessa (tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo: consulenti, soggetti terzi, lavoratori somministrati, contratti a progetto etc.).

[Comitato Etico: indica i soggetti individuati al successivo art.7 a cui sono affidati i compiti definiti nel medesimo articolo, al fine di attuare i principi contenuti nel Codice Etico.]

Eataly Distribuzione S.r.l.: di seguito definita come “Eataly” o la “Società”.

Fornitori/Produttori: indica i partners commerciali che – a vario titolo e nell'interesse reciproco – forniscono le materie prime, beni, servizi, prestazioni e risorse necessari all'esercizio dell'attività di Eataly e a garantire il soddisfacimento dei Clienti.

Manifesto: indica il documento in cui sono indicati i principi e gli obiettivi fondamentali di Eataly, numerati da 0 a 9.

Organismo di Vigilanza (o “ODV”): significa l'organismo di vigilanza dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo in conformità alle prescrizioni del D.lgs. dell'8 giugno 2001, n. 231, a cui Eataly, tra le altre cose, ha assegnato la funzione di garante circa l'attuazione dei principi contenuti nel Codice Etico, in quanto parte integrante del Modello Organizzativo adottato dalla stessa.

Persone che lavorano per Eataly o Persone Eataly: collettivamente gli Amministratori e i Dipendenti.

Risorse Umane: indica i soggetti di Eataly responsabili del reclutamento, collocamento, gestione e sviluppo del personale.

Ufficio Legale: indica i soggetti di Eataly responsabili della valutazione delle implicazioni e/o rischi di natura legale relativi all'attività di Eataly.

R

responsabilità

inascimento

ete

ISPETTO



EATALLY
alti cibi



CODICE del RISPETTO

