



CODICE ETICO

Dotti Walter s.r.l.

Edizione 2025



Una Tradizione Familiare di Etica e Qualità dal 1950

Dotti Walter srl affonda le sue radici in una storia familiare che, da tre generazioni e dal 1950, si dedica con passione e impegno al settore delle etichette e del packaging per la moda e il lusso. I valori che ci guidano sono quelli di una famiglia unita, che crede nell'integrità, nella qualità del lavoro e nel rispetto per le persone e per l'ambiente. Il presente Codice Etico è espressione di questi valori e rappresenta la bussola che orienta le nostre decisioni e le nostre azioni.

1. Introduzione

1.1. Finalità: Il presente Codice Etico (il "Codice") definisce i principi e le regole di condotta che devono guidare l'attività di Dotti Walter srl ("la Società"), azienda familiare giunta alla terza generazione, nel settore della produzione di etichette e packaging per il settore moda e lusso.

1.2. Destinatari: Il Codice si applica a tutti gli amministratori, dipendenti, collaboratori, fornitori e partner commerciali della Società, che sono parte integrante della nostra famiglia allargata.

2. Valori Fondamentali

2.1. Integrità e Correttezza: Operiamo con onestà, trasparenza e nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti, come ci è stato insegnato dai nostri fondatori e tramandato di generazione in generazione.

2.2. Qualità e Innovazione: Ci impegniamo a fornire prodotti e servizi di elevata qualità, frutto della passione per il nostro lavoro e dell'attenzione costante alle nuove tendenze e tecnologie.

2.3. Sostenibilità Ambientale: In linea con la nostra visione di lungo termine, adottiamo pratiche produttive eco-compatibili, minimizzando l'impatto ambientale delle nostre attività e preservando le risorse per le future generazioni.

2.4. Responsabilità Sociale: Promuoviamo il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori, garantendo condizioni di lavoro sicure e dignitose, in un ambiente familiare e collaborativo.

2.5. Riservatezza e Tutela dei Marchi: Ci impegniamo a proteggere la riservatezza delle informazioni dei nostri clienti e a tutelare i loro marchi, riconoscendo il loro valore e la loro importanza nel settore della moda e del lusso.

3. Principi di Condotta

3.1. Rapporti con i Clienti:

- Fornire prodotti e servizi che soddisfino le esigenze e le aspettative dei clienti, offrendo soluzioni personalizzate e innovative.
- Offrire consulenza professionale e supporto tecnico, guidando i clienti verso scelte consapevoli e sostenibili.
- Garantire la massima riservatezza delle informazioni e dei progetti dei clienti, proteggendo i loro marchi da qualsiasi rischio di contraffazione, imitazione o utilizzo improprio.
- Comunicare in modo chiaro, trasparente e tempestivo, instaurando rapporti di fiducia e collaborazione duraturi.

3.2. Rapporti con i Dipendenti e Collaboratori:

- Promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, sicuro e rispettoso, dove ognuno si senta valorizzato e parte di una grande famiglia.
- Offrire pari opportunità di crescita professionale, sostenendo il talento e l'impegno di ciascuno.
- Garantire condizioni di lavoro eque e dignitose, tutelando la salute e il benessere di tutti.
- Favorire la formazione continua e lo sviluppo delle competenze, trasmettendo il sapere e la passione per il nostro lavoro, con particolare attenzione alla tutela della proprietà intellettuale e dei marchi.

3.3. Rapporti con i Fornitori:

- Selezionare fornitori che condividano i nostri valori di etica e sostenibilità, privilegiando quelli che offrono materiali riciclati, filati certificati GRS (Global Recycled Standard) e che si impegnino a proteggere la proprietà intellettuale e i marchi dei nostri clienti.
- Definire contratti chiari e trasparenti, basati sulla correttezza e sul rispetto reciproco, includendo clausole specifiche sulla tutela dei marchi.
- Pagare i fornitori in modo puntuale e corretto, riconoscendo il valore del loro lavoro e della loro responsabilità nella protezione dei marchi.
- Promuovere la collaborazione e la comunicazione aperta per favorire l'adozione di pratiche sostenibili lungo tutta la filiera, creando un circolo virtuoso di responsabilità, innovazione e tutela dei marchi.



3.4. Sostenibilità Ambientale:

- Utilizzare in modo prioritario materiali riciclati e filati certificati GRS (Global Recycled Standard) nella produzione di etichette e packaging, riducendo l'impatto ambientale dei nostri prodotti.
- Ridurre gli sprechi e ottimizzare i consumi energetici, adottando tecnologie e processi produttivi efficienti.
- Gestire correttamente i rifiuti e promuovere il riciclo, contribuendo alla salvaguardia dell'ambiente.
- Investire in tecnologie e processi produttivi a basso impatto ambientale, riducendo le emissioni e l'utilizzo di sostanze nocive.
- Monitorare e ridurre l'impronta di carbonio delle nostre attività, compensando le emissioni residue attraverso progetti di sostenibilità ambientale.

3.5. Tutela dei Marchi:

- Ci impegniamo a proteggere i marchi dei nostri clienti con la massima cura e diligenza, adottando tutte le misure necessarie per prevenire qualsiasi rischio di contraffazione, imitazione o utilizzo non autorizzato.
- Garantiamo la riservatezza di tutte le informazioni relative ai marchi dei nostri clienti, inclusi i disegni, i modelli, i codici e le specifiche tecniche.
- Ci impegniamo a segnalare tempestivamente qualsiasi sospetto di violazione dei marchi dei nostri clienti alle autorità competenti.
- Richiediamo ai nostri fornitori di adottare le stesse misure di tutela dei marchi che adottiamo noi.

3.6. Concorrenza Leale:

- Competere sul mercato in modo corretto e trasparente, offrendo prodotti e servizi di qualità superiore e basati su valori etici e sostenibili.
- Rispettare i diritti di proprietà intellettuale dei concorrenti, tutelando la creatività e l'innovazione.
- Non diffondere informazioni false o fuorvianti sui concorrenti, promuovendo una cultura di rispetto e collaborazione nel settore.

4. Gestione delle Informazioni Riservate

4.1. Definizione: Sono considerate informazioni riservate tutte le informazioni non pubbliche relative alla Società, ai suoi clienti, fornitori e partner commerciali, inclusi i dati sensibili, le strategie aziendali e le informazioni relative ai marchi.

4.2. Obblighi: I Destinatari sono tenuti a proteggere le informazioni riservate, utilizzandole esclusivamente per scopi professionali e nel rispetto delle procedure aziendali, garantendo la massima riservatezza e sicurezza.

5. Conflitti di Interesse

5.1. Obbligo di Evitare Conflitti di Interesse: I Destinatari devono evitare situazioni in cui i loro interessi personali possano entrare in conflitto con gli interessi della Società, compromettendo l'imparzialità e l'integrità delle decisioni.

5.2. Obbligo di Comunicazione: Qualora si verifichi una situazione di conflitto di interesse, il Destinatario è tenuto a comunicarlo tempestivamente al proprio responsabile o all'Organismo di Vigilanza, astenendosi dal prendere decisioni in merito.

6. Attuazione e Controllo

6.1. Organismo di Vigilanza. La Società ha istituito un Organismo di Vigilanza (OdV), composto da membri interni ed esterni, con il compito di:

- Vigilare sull'applicazione del Codice Etico, monitorando le attività aziendali e verificando il rispetto dei principi e delle regole di condotta, con particolare attenzione alla tutela dei marchi.
- Ricevere e valutare le segnalazioni di violazioni del Codice Etico, garantendo la riservatezza dei segnalanti e avviando le opportune indagini.
- Proporre aggiornamenti al Codice Etico, per adeguarlo all'evoluzione del contesto normativo e delle prassi aziendali.

6.2. Segnalazione di Violazioni (Whistleblowing):

- La Società garantisce la riservatezza e la protezione dei soggetti che segnalano violazioni del Codice Etico, nel rispetto delle normative sul whistleblowing.
- Le segnalazioni possono essere inviate all'OdV tramite i canali indicati sul sito web aziendale e comunicati internamente (whistleblowing@dotti.it).



6.3. Sanzioni:

- Le violazioni del Codice Etico saranno sanzionate in modo proporzionato alla gravità dell'infrazione, nel rispetto delle leggi e dei contratti di lavoro applicabili, tutelando l'integrità della Società e la fiducia dei suoi stakeholder.

7. Diffusione e Aggiornamento

7.1. Diffusione: Il presente Codice Etico è pubblicato sul sito web aziendale e comunicato a tutti i Destinatari, che sono tenuti a prenderne visione e a rispettarne i contenuti.

7.2. Aggiornamento: Il Codice Etico è periodicamente aggiornato per adeguarlo all'evoluzione delle leggi, dei regolamenti e delle prenderne visione e a rispettarne i contenuti.

7.2. Aggiornamento: Il Codice Etico è periodicamente aggiornato per adeguarlo all'evoluzione delle leggi, dei regolamenti e delle prassi aziendali, nonché alle migliori pratiche in materia di sostenibilità, responsabilità sociale d'impresa e tutela dei marchi, per garantire che continui a riflettere i valori e l'impegno della nostra famiglia.