

K E R I N G



KERING 道德準則

2025 年 10 月

# 內容

序言作者：FRANÇOIS-HENRI PINAULT 與 LUCA DE MEO	3
引言	5
我們的道德準則如何運作	6
<b>KERING 作為負責任的僱主</b>	<b>7</b>
提供安全可靠的工作環境	8
營造互相尊重、免於歧視與騷擾的工作環境	10
促進包容的工作場所	12
推動工作場所的身心健康	14
<b>KERING 作為負責任的商業合作夥伴</b>	<b>16</b>
保護集團的知識產權	17
重視專業知識與工藝	19
保護敏感資訊與商業機密	21
保護集團的聲譽	23
以誠信經營商業合作夥伴關係	25
打擊貪污、賄賂及不當影響	27
確保公平競爭	29
遵守出口管制與國際制裁	31
以負責任的態度參與金融市場	33
防止洗錢及逃稅	35
識別及防止利益衝突	37
確保資料安全	39
確保資料隱私	41
監管禮物及款待	43
監管捐贈及贊助	45
<b>KERING 作為負責任的企業</b>	<b>47</b>
尊重人權	48
尊重自然	50
致力創造正面影響	52
採用負責任的通訊及廣告	54
推動審慎創新	56
支持負責任的游說	58
結論	60

# 序言作者：

## FRANÇOIS-HENRI PINAULT 與 LUCA DE MEO

我們希望藉由《道德準則》的頒布，再次強力重申，在我們業務的每一環節以及與所有利害關係人互動中，對道德行為堅定不移地承諾。

這份重要文件明確闡述不可或缺的原則與要求，無論國籍、所在地、職位或資歷深淺，所有成員都必須隨時遵循。

誠信文化一直是我們的業務核心，亦是推動集團短期及長期策略與願景的關鍵推動力。

這份綱要文件旨在展現並反映我們所處不斷變化的環境，並持續應對未來的挑戰。它讓我們能持續聚焦於對員工、環境及當地社群的保護與尊重，以及與商業合作夥伴和股東建立穩固關係的基本承諾。同時，亦旨在明確強調我們在業務往來中對貪污及任何其他違反誠信原則的行為採取零容忍態度。

本文件在面臨困難或兩難局面時，可從中尋求建議，作為指引之用。它定義了我們所期望的行為準則，並透過詳細列出各種情況下應做與不應做的事項，將其落實於實踐中。

我們期望各位仔細閱讀並熟悉本文件，並在日常工作中以這些準則為依據。如對實作有任何疑問或需求，可聯絡相關部門或透過我們專設的吹哨平台進行檢舉。

提出疑慮及問題對於打造健康的工作環境至關重要，正因如此，保護那些出於善意使用吹哨平台的人士，是整個集團的基本承諾。為了進一步方便利害關係人發聲，Kering 已透過專用平台建立一個易於使用的線上警示系統，以確保保密性，同時遵守全球各地的法規。

我們的《道德準則》以及吹哨平台，旨在為各位提供各種工具與方法，以遵守法律法規行事，並令我們得以自豪地堅守自身的道德原則。

要找到正確的方法並沒那麼容易。正因如此，我們制定了這些道德原則；旨在為您提供指導。

唯有將自身牢牢扎根於我們共同的道德原則中，我們才能成為一家負責任的公司，持續挑戰自我，力求做得更好。

只有堅持您做正確事情，才能讓 Kering 以身作則，成為典範。

謝謝。



François-Henri Pinault  
Kering SA 董事會主席



Luca de Meo  
Kering 集團行政總裁

# 引言

Kering 是一家全球奢侈品集團，以創意、責任與可持續性為核心價值，致力於塑造奢侈品產業的現在與未來。在頌揚我們旗下品牌豐厚傳統的同時，我們仍秉持透過想像力與創新持續變革，以滿足消費者不斷變化的期望。憑藉敏捷的思維模式，我們的目標是確保旗下品牌在秉持全球道德標準的同時，能持續啟發人心。

Kering 堅定致力於遵守其營運所在國家所有適用的法律法規。我們始終秉持最高的商業道德標準。因此，若當地或特定行業的法規比我們的《道德準則》更嚴格，我們必須遵循當地標準。反之，若本《道德準則》所列的原則比當地或特定行業的法規更嚴格，我們必須遵循本《道德準則》的原則。若《道德準則》與當地法規存在抵觸，我們則適用地方法規。

本《道德準則》作為一項工具，旨在幫助每位員工理解我們如何在日常實踐中恪守價值觀與承諾。我們明白本文件無法預見您在 Kering 職業生涯中可能遇到的每種情況，但提供了清晰的參考依據來規範您的活動與行為，並可在您有疑問或出現疑慮時提供尋求支援的途徑。

本《道德準則》的制定已考量集團的貪污風險地圖，並取代集團的《反貪腐政策》。本文件已於 2025 年 10 月 28 日獲 Kering SA 董事會批准。

# 引言



## 本《道德準則》適用於哪些對象？

本《道德準則》及其關鍵原則適用於 Kering S.A. 及其關聯實體（包括 Kering 基金會）的所有員工以及擔任管理或代表職能的人員。這包括但不限於實習生、學徒、義工及臨時員工，以及 Kering 集團各實體的高級職員、董事、總裁及代表。Kering 亦促進其利害關係人，包括供應商、合作夥伴及承包商，採納與本準則所述同等嚴格的道德標準。道德標準是我們經營方式的基礎，所有人都必須遵守，因為做正確的事是個人責任。我們期望所有員工閱讀《道德準則》、了解其更新內容、理解並應用相關程序，並在需要時尋求指導。尤其是，管理人員有責任在其團隊內部以及與第三方的互動中培養這種道德文化，並鼓勵揭發任何違規行為及管理相關行動計劃。

## 發聲及報告疑慮

維持我們的道德標準需要開放的溝通及問責。Kering 提供安全的渠道，包括吹哨平台，讓員工及利害關係人能安全地提出或分享疑慮。發聲是每位員工的責任，並有助 Kering 及早發現並解決問題。我們致力保護那些出於善意進行檢舉的人士，培養透明與信任的文化。

## 違規後果

堅守我們的道德原則，對於維護 Kering 的誠信、聲譽及對負責任商業實踐的承諾至關重要。任何違反我們道德原則的行為都可能受到紀律處分（例如發出警告信或終止僱傭），或導致流程或計劃更新。此類措施應與所觀察到的違規行為嚴重程度相稱且適當，並須依據內部程序規則（或任何同等文件）的條款以及適用的法律法規來執行。

## 我們的道德準則如何運作

作為一個跨國集團，Kering 秉持一套結構化的政策與程序框架，以支持道德決策及商業誠信。本《道德準則》作為概括性文件，制定了指導所有其他內部政策與程序的基本原則。它提供了一個符合國際法律及最佳實踐的統一道德基礎，確保所有實體與地區的一致性。更詳細的政策與程序使其得以實施並根據需要進行調整。

在本《道德準則》中，Kering 與其不同利害關係人的互動方式透過不同的事實清單進行組織。我們採用了標準化的結構，以確保可讀性，並支持符合 Kering 價值觀與承諾的知情決策。

### KERING 與其員工

### KERING 與其商業合作夥伴

### KERING 作為負責任的企業

因此，每份事實清單都遵循相同的結構化方式：

- 概述其目的的引言；
- 在適用的情況下澄清基本概念的關鍵術語定義；
- 闡明預期行為的實用「應做與不應做」部分；以及
- 解答常見困境的問答部分。

亦設有適用參考資料部分以提供進一步指引，以及聯絡窗口以供任何額外疑問或疑慮。





KERING 作為負責任的僱主

# 提供安全可靠的工作環境

在 Kering，工作場所的安全、保安以及身心健康是首要任務。Kering 致力確保其員工以及在所有營運地點（辦公室、精品店、工廠、工作坊、倉庫）工作的所有人的安全與身心健康。

Kering 倡導風險預防文化，並鼓勵員工在工作場所的健康與安全框架中發揮積極作用。

## 應做

- 要求採取一切必要措施以實現零事故目標；
- 確保所有員工致力於在工作場所採取健康與安全保護措施；
- 透過向所有員工提供合適的工具來推廣預防文化；
- 積極參與預防文化，利用所提供的工具和培訓以確保我們的健康與安全。

## 不應做

- 因未能採取必要的預防措施來確保個人或他人安全，而使自己或他人處於風險之中；
- 當認為某項任務具危險性或未接受適當培訓時，未能處理關鍵問題或疑慮；
- 忽視危險情況，或在與工作相關的情況危及員工健康或安全時未能作出反應；
- 容忍可能影響員工健康的不尊重行為。

## 常見問題

作為員工，Kering 如何鼓勵我們在工作中積極參與自身的健康與安全？

員工在預防職業健康問題方面發揮著積極作用，無論是與身體工作條件或是心理社會風險相關。您應遵守健康與安全法規，使用集團按需提供工具與專業知識，並參加線上及線下培訓。這些計劃可協助您建立安全工作所需的技能，並採取預防措施保護自己及他人。

除了人身安全之外，我們鼓勵您關注自身及同事在工作中的身心健康，並與您的經理討論任何出現的問題。您亦受邀透過年度 Listening Survey 分享您的意見，該調查旨在評估工作場所的身心健康狀況。您的反饋對於協助管理人員及相關部門調整行動並持續改善工作環境至關重要。

如果我目睹安全或保安問題，應該怎麼做？

您應立即採取行動，揭發任何可能構成安全或保安風險的缺點或情況。一旦發現潛在問題，您必須立即通知您的經理、人力資源經理或安全與保安經理。發聲對於為每個人維持安全可靠的工作環境至關重要。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- 全球及/或當地健康與安全政策
- Kering《人權政策》
- Kering《全球家庭暴力政策》
- 歐洲工作委員會 (EWC) 關於工作場所社會對話及身心健康的協議

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 您的經理
- 您的人力資源經理
- 您的安全與保安經理



# 營造互相尊重、免於歧視與騷擾的工作環境

對員工的尊重是我們在 Kering 一切的基石。Kering 致力於打造一個無歧視、騷擾及暴力的工作場所。我們透過促進所有員工的平等機會和公平待遇，為團隊提供開放、包容且激勵人心的工作環境，不論其背景、身份或個人情況。

- **差別待遇**指一個人(或一群人)因特定特徵而遭受不平等待遇，例如性別、年齡、種族或社會背景、殘疾、性取向、性別認同，或任何其他受適用法律保護的特徵。
- **騷擾**指目的或效果是製造一個敵意或冒犯性工作環境，並惡化受害者工作環境的重複行為。

## 應做

- 尊重每個人的尊嚴與權利；
- 鼓勵開放式溝通。檢舉任何不尊重或歧視性的言論、行為、動作、手勢或書面通訊。

## 不應做

- 從事任何可能構成騷擾的行為，包括表達、手勢或評論；
- 容忍我們身邊任何形式的騷擾、歧視、恐嚇、欺凌或羞辱行為，無論是心理上、性方面，或是基於年齡、性別、性別認同、性取向、殘疾、宗教、種族、社會、文化或國籍的權力濫用；
- 容忍種族主義、性別歧視、恐同或恐跨性別的言論或行為。

## 常見問題

如果我遇到歧視，可以怎麼做？

Kering 堅決反對一切形式的歧視。如果您認為自己成為歧視的受害者，應向您的經理、人力資源經理分享，或透過吹哨平台提出您的疑慮。

我正在面試團隊職位的一位候選人，並在面試過程中得知他們有殘疾。我擔心這可能會影響他們履行工作職責的能力。我應該如何處理這種情況？

在招聘過程中，請將注意力集中在候選人與職位相關的技能和經驗上。重要的是避免根據其殘疾情況對其工作能力作出假設。如果您對候選人如何執行某些任務有具體擔憂，請詢問他們的經驗及管理這些任務的策略。如果您認為候選人是最適合該職位的人選，則應發出僱用通知。謹記，您不能基於他人的殘疾而作出歧視。聘用後，請根據當地法律聯絡您的人力資源經理或指定聯絡人，以確保他們獲得所需的合理調適。

我正在考慮提拔團隊中的一名成員，但他們最近宣布懷孕了。我擔心成為家長可能會影響他們全身心投入新職位的能力。我應該重新考慮我的決定嗎？

不要基於某人的家長身份，對其工作投入度作出假設。在 Kering，我們全力支持員工經歷人生重要階段，包括迎接新生兒。本集團的育嬰假政策支持新手父母，使他們能夠平衡新的家庭生活與事業目標。

我正遭受伴侶的家庭暴力。我該怎麼辦？

在 Kering，我們堅定致力於支持並賦權予員工。Kering 已推出其《Kering 全球家庭暴力政策》，這是一個全球框架，為全球任何正在經歷或曾經經歷家庭暴力並選擇披露此事的集團員工提供支援。它概述了一系列的措施，以確保無論家庭暴力情況的性質如何，任何有需要的員工都能獲得完全保密的個人化支援。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《包容與多元政策》
- Kering《人權政策》
- Kering《全球家庭暴力政策》
- 歐洲工作委員會 (EWC) 關於工作場所社會對話及身心健康的協議

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 人力資源經理或包容與多元負責人
- Kering 基金會



# 促進包容的工作場所

在 Kering，我們倡導非凡創意，以激發積極變革。作為具影響力的奢侈品集團，我們旨在推廣包容與多元，這是創意與創新的泉源。

我們積極營造多元且包容的工作場所，旨在確保每個人都感到受尊重、被重視並有能力作出貢獻。這不僅是一個目標；更是融入我們一切所作所為的實質承諾。

- **包容**是營造一種歸屬感，讓每個人都感到受到重視、尊重並得到公平對待。包容的文化讓所有員工都能貢獻所長、茁壯成長並不斷進步。
- **多元**是指任何可見與不可見的層面，包括個人身份（性別、年齡、國籍等）和背景，可用以區分不同的人 and 群體。其核心在於透過尊重和欣賞人們的差異來賦予他們力量。

## 應做

- 致力於實現性別平等，確保組織內各層級的性別比例平等並縮短性別薪酬差距；
- 不論文化背景、年齡、出身、社會經濟地位、性別認同及性取向，提供平等機會；
- 善用多世代勞動力的優勢，並促進跨代協作；
- 支持為殘疾人士打造包容的工作場所，調整工作環境並提高員工意識。

## 不應做

- 接受或容忍損害包容、公平及多元的刻板印象；
- 散佈關於同事的虛假或惡意資訊；
- 批評或譴責同事對不尊重的情況表達不滿。

## 常見問題

我的同事在團隊會議中取笑我的口音並拿我的母國開玩笑。這讓我感到沮喪並打擊士氣。我該怎麼辦？

這是冒犯且不恰當的行為。您應向經理提出您的疑慮，並檢舉任何不尊重的行為。您也可以聯絡您的人力資源經理檢舉問題。

我有時會在咖啡時間聽到關於 LGBTQIA+ 人群的不當玩笑，我不確定該如何反應。我該怎麼辦？

不當玩笑是不可接受的。請嘗試直接與您的同事溝通此行為。解釋他們的行為讓您感到不適，並要求他們停止。他們可能沒有意識到自己的言論有多麼傷人及不尊重。您也可以向您的人力資源經理或包容與多元負責人（如適用）尋求幫助。

我即將成為家長。Kering 的育嬰假政策及福利是什麼？

在 Kering，我們希望員工在人生重要時刻得到全力支持。這就是育嬰假的意義：讓所有父母都有機會在最佳條件下迎接新生兒。育嬰假適用於所有 Kering 員工 — 不論性別、家庭狀況或身處世界何地 — 並為新手父母提供標準化的育嬰假。如果您正在迎接新生嬰兒或孩子加入您的家庭，即適用此政策。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《包容與多元政策》
- Kering《人權政策》
- Kering《育嬰假政策》
- 歐洲工作委員會 (EWC) 關於工作場所社會對話及身心健康的協議

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 人力資源經理或包容與多元負責人



# 推動工作場所的身心健康

在 Kering，我們致力於營造積極且充實的工作環境，讓員工能夠成長與成功。我們已將身心健康列為長期優先事項，並透過與歐洲工作委員會對話達成的共識及正式協議，進一步深化我們所做的努力。在我們所有營運地點，此承諾亦意味著確保休息時間及工作與生活的平衡，包括帶薪假期及斷網權利，並支持每位員工技能的持續發展及提供職業機會。

## 應做

- 尊重並支持員工的結社自由及集體談判權，在適用的情況下，促進所有員工及其代表之間開放、建設性的對話；
- 倡導經理與員工之間使用所提供的工具進行協作與反饋的文化；
- 透過培訓、流動性及有意義的反饋，以及為員工創造空間和提供工具，讓他們在為團隊成功作出貢獻的同時獲得專業成長，從而鼓勵技能發展。

## 不應做

- 將工作時間外或休息期間隨時待命視為常態；
- 忽視工作量過大的情況；
- 在員工遇到困難時袖手旁觀；
- 對員工的表現及職業機會不提供任何反饋。

## 常見問題

在與一位團隊成員的面談中，他們分享自己一直因繁重的工作量和緊迫的截止日期而感受到壓力。我該怎麼辦？

作為經理，您在支持遇到工作困難的員工及幫助緩解這些困難方面扮演著關鍵角色。以下是您應遵循的三項重要實踐：

- 積極傾聽您的團隊成員的意見，並學會察覺疲勞或困擾的信號，例如注意力不集中和參與度低。
- 了解如何為他們提供支援。例如，您可以協作調整工作量安排，並協助排定任務優先次序。
- 營造安全空間，讓每位員工都能安心分享他們的困難之處。

遵循這些實踐，您可以確保員工感覺得到支持，並且他們的擔憂得到適當處理。

而作為員工，我如何獲得幫助？

大膽發聲。與您的經理及人力資源經理交談，分享您的困難之處。討論並探討可行方案，以幫助您減輕壓力及其影響。

作為一位管理跨洲團隊的經理，由於時差，部分團隊成員在深夜收到我的電子郵件。最近，員工一直對工作時間外的通訊影響工作與生活平衡表示擔憂。我該如何避免這個問題？

您可以參考《斷網權利章程》，其中包含對健康數位習慣的建議，例如記住要斷開連線、尊重每個人的工作時間和休息時間，以及重新掌控通訊工具，提高專注力，並減少因過度連線而產生的壓力。您也可以使用郵箱的「延遲發送」功能或預約發送訊息，以避免在辦公時間外發送通訊。

我是一位新上任的經理，我透過電子郵件向每位團隊成員分享了個人目標。其中一人表現未如預期，也未能達成目標。

透過電子郵件或匆忙地分享目標並非為團隊成員賦能，進而達成績效的好方法。在 Kering，我們確保經理擁有正確的流程與支援，以便能夠：

- 討論目標並設定清晰的目標，讓員工了解在目前職位上的期望，並發展其職業前景；
- 定期進行對話以評估團隊成員並給予反饋。

請記住，讓團隊成員了解整體目標有助於他們理解自身職責，保持積極性並發揮表現。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- 全球及/或當地健康與安全政策
- Kering《人權政策》
- Kering《育嬰假政策》
- Kering《斷網權利章程》
- Kering《全球家庭暴力政策》
- Kering《時裝模特兒工作關係及其福祉章程》
- Kering《包容與多元政策》
- 歐洲工作委員會 (EWC) 關於工作場所社會對話及身心健康的協議

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 您的人力資源經理





KERING 作為負責任的商業合作夥伴

# 保護集團的知識產權

Kering 集團致力保護旗下品牌的專業知識、高超工藝、專業知識、創意及創新。知識產權是 Kering 集團及其旗下品牌的極高價值資產。這些專有產權體現於我們的產品以及所有品牌材料中 (通訊、廣告及市場推廣內容、線上及精品店陳列、時裝秀等)。Kering 遵循嚴謹的知識產權政策，以支持旗下品牌的創意與創新、品牌權益、聲譽及消費者信任，同時保護我們的收入、傳統及無形財產。這些政策旨在識別、核實、評估及保護我們的無形資產；在充分尊重他人知識產權的情況下，同時維護我們的專有所有權；並透過品牌執法計劃及措施，打擊第三方在線上及線下濫用、侵權、偽造及銷售仿冒品。

- **知識產權 (IP)** 包括專利、設計、商標、標誌、商業外觀、版權材料、發明、商業秘密、網域名稱及所有其他機密內部資訊。
- **偽造**是指在未經權利持有人授權的情況下複製知識產權的行為。在大多數國家，遭判犯有偽造罪的人須承擔刑事責任。

## 應做

- 與 Kering 集團或相應品牌的法律部門合作，確保在生產或向公眾披露之前，及時對任何材料、名稱、商品和/或產品進行任何必要的審查及檢索，以識別及降低任何法律或聲譽風險；
- 如果您發現第三方的產品或其他材料 (可能是其他品牌的標籤、店鋪招牌、廣告等) 可能侵犯 Kering 集團的任何知識產權，請將問題上報給 Kering 集團或相應品牌的法律部門，並且盡可能提供詳細資訊。

## 不應做

- 透過改動、模仿或偽造顯著標識或專利、工業設計或模型，或其他侵犯受版權保護的知識產權，促成對集團或其旗下品牌知識產權的侵權與違規；
- 從事任何涉及製造、分銷、市場推廣、銷售或以其他方式投入市場，或推廣偽造商品、偽冒產品、仿製品或任何其他侵犯 Kering 集團及其旗下品牌知識產權的材料活動或交易；
- 在未先諮詢法律部門的情況下，不得向第三方披露或允許使用集團的任何知識產權，法律部門可以確保必要的合約架構 (許可協議)，並在必要時獲得董事會的事先書面授權。

## 常見問題

我在一個電子商務平台上看到一件帶有 Kering 旗下品牌名稱的商品。我可以購買嗎？

雖然我們旗下品牌的產品可能在特定電商平台上合法銷售，但我們的品牌遵循非常特定的分銷模式，以符合我們的高品質標準。如果您遇到可疑或偽造商品 (包裝、標籤、數量品質低劣)，請勿購買，並立即向指定聯絡窗口舉發。

在創意領域工作，如果我不了解第三方權利或未察覺任何不當行為，我應該如何尊重第三方權利？

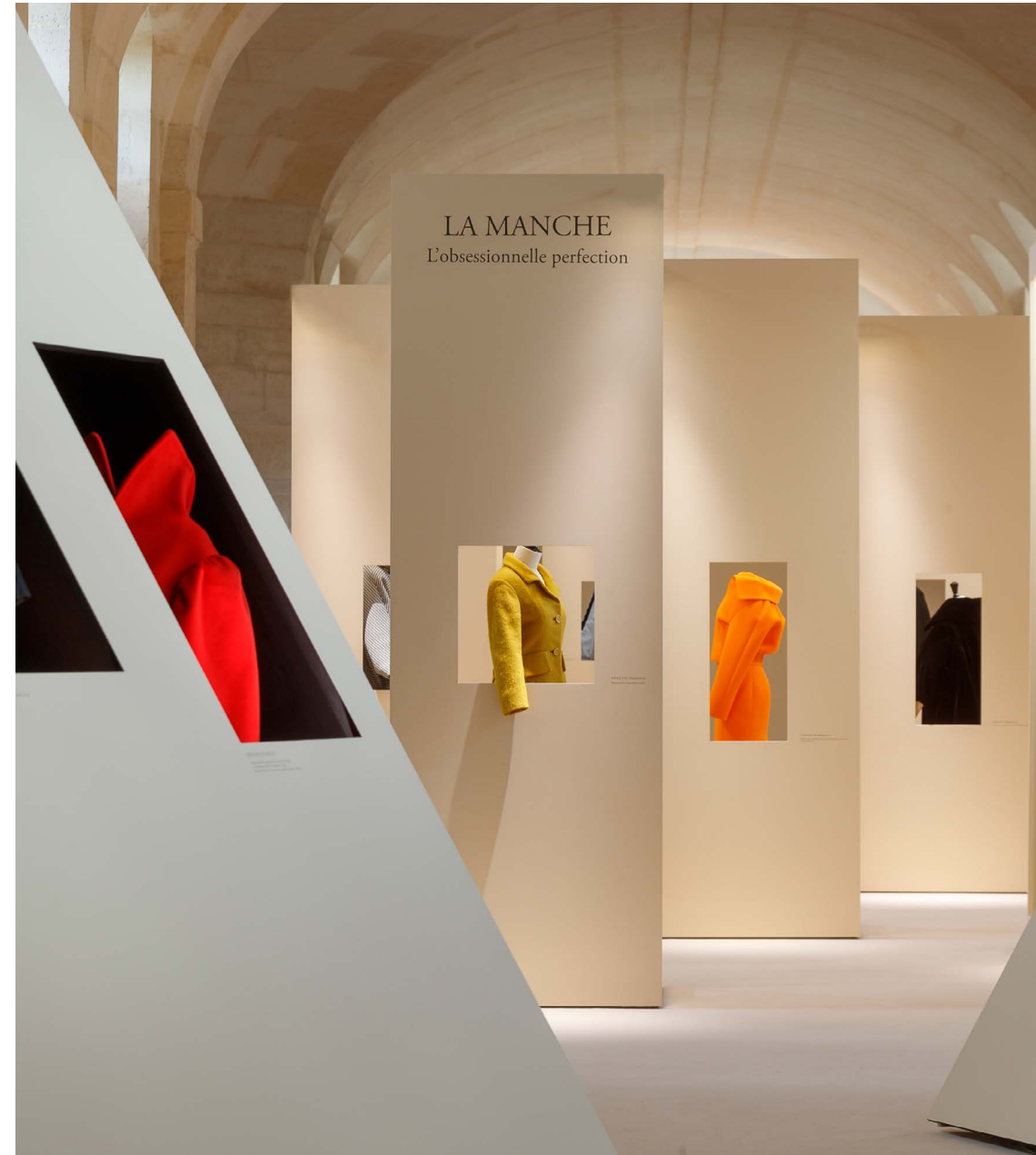
您可能對市場上已存在的名稱、形狀、概念、印花及廣告有所了解，但並非所有都可隨意使用。部分商品可能受第三方的知識產權保護。您的法律/知識產權部門可以透過符合 Kering 知識產權及 Brand Trust 政策的專屬流程及內部控制系統，透過其審查工作來檢查及核實此類權利的存在。這將有助我們核實並降低法律和/或聲譽風險。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《知識產權政策》
- Kering《Brand Trust 政策》
- Kering 集團及其旗下品牌知識產權審查政策及 231 協議

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- Kering 法律知識產權部門或您所屬品牌的法律部門



# 重視專業知識與工藝

在 Kering，卓越意味著創造非凡產品，同時確保最高的品質、工藝及客戶體驗標準。我們致力透過專業培訓及創新來傳承品牌精髓，讓傳統技藝代代相傳。成人及兒童的產品安全是首要任務，我們為此進行嚴格測試並對供應商提出嚴格要求。透過培養信任、透明度和持續改進，我們恪守對打造更可持續及負責任的奢華體驗的承諾。

## 應做

- 優先考慮產品品質、工藝及創新，以提供卓越的客戶體驗；
- 透過專設學院及合作夥伴關係促進知識轉移，以維持及保存當地工藝及其支持的社群，同時本著促進公正轉型的精神，為地方倡議提供結構性支持；
- 為我們的銷售團隊提供一流的培訓，讓他們掌握產品知識，並在所有國家提供無縫、個人化的體驗；
- 要求所有員工及合作夥伴在知悉任何產品安全或品質問題時發聲；
- 進行嚴格檢查，並選擇符合 Kering 標準及滿足我們旗下品牌品質與安全期望的原材料及製造流程。

## 不應做

- 忽視或未能揭發產品中潛在的安全或品質問題；
- 參與可能嚴重影響生態系統、自然資源或當地社群的計劃。

## 常見問題

我們如何在尊重傳統工藝的同時推動創新？

我們透過將現代技術與歷史悠久的工藝結合，在傳統與創新之間取得平衡。無論是透過低影響材料、3D 設計還是數位建模，我們都確保創新能透過技能提升來增強工匠的技藝。

我們實作了哪些控制措施？

我們進行廣泛的材料測試、耐用性評估及合規檢查，以確保所有產品符合國際安全及產品法規。我們亦要求供應商遵守我們的要求。

我們如何確保無縫的客戶體驗？

我們專注於在所有接觸點 — 無論是店內、線上還是透過售後支援 — 提供個人化服務、創新及卓越服務。我們的目標是為客戶提供無縫、吸引人且量身訂製的奢華體驗。為此，我們為銷售員工提供一流的培訓和工具，以支持他們邁向這段卓越的旅程。

我們如何將可持續性融入產品卓越性之中？

可持續性是我們追求卓越方法的基本組成部分。我們將低影響材料、負責任的生產方法及循環經濟原則融入設計中，創造出既奢華又對環境負責的產品。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《工藝與專業知識保護政策》
- Kering《人權政策》
- Kering《可持續發展原則》
- Kering《動物福利標準》
- Kering《標準》：可持續生產的標準及指引
- Product Restricted Substances List (PRSL)
- Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)
- Kering《供應商管理政策》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- Kering 產品合規諮詢部門
- Kering 合規部門
- Kering 可持續發展部門



# 保護敏感資訊與商業機密

保護敏感及機密資訊，對於維護我們公司、員工、合作夥伴及客戶的利益，以及確保創意與創新至關重要。事實上，我們創造和使用的大部分資訊僅供內部使用，或將因特定目的而披露。未經授權存取、披露或不當處理此類資訊可能對 Kering 及其旗下品牌造成嚴重的法律、財務及聲譽後果。因此，每個人都有責任按照 Kering 政策安全地處理資訊，以盡可能保護公司利益及利害關係人的信任。

- **敏感資訊**指任何非公開資訊，如不當披露可能會損害我們公司、合作夥伴或客戶的利益。這包括但不限於公司項目及策略、價格、投資與撤資、財務資訊及資料、策略性業務計劃、產品設計與專業知識，以及客戶或員工資料。
- **按需知情原則**指接觸敏感資訊的權限必須僅限於因其特定職責及項目而需要該資訊的人士。

## 應做

- 妥善保管敏感及機密資訊，並僅在內部按需知情原則與獲授權人士分享；
- 參與多方利害關係人計劃時，應確保遵守競爭規則（例如，不應向實際或潛在競爭對手傳達敏感商業資訊）；
- 與第三方展開討論時，應立即使用保密協議以保護所分享的資訊；
- 存取或分享機密資料時，使用公司核准的工具及安全網路。安全地儲存及銷毀敏感文件，以防未經授權存取；
- 立即向相關部門揭發任何可疑的資料外洩或意外披露；
- 遵循公司關於數位安全及社交媒體使用的政策，以保護機密資訊。

## 不應做

- 透過未經授權的個人裝置或未經授權的平台儲存、分享或發送敏感及機密資訊；
- 向家人、朋友或未經授權的同事披露敏感及機密資訊；
- 在社交媒體上分享與公司相關的內容，除非獲得正式授權，公司已在其官方社交媒體帳戶上分享的內容除外。

## 常見問題

我如何在透明度與商業機密之間取得平衡？

透明度固然重要，但必須負責任地管理。僅分享必要且合適的資訊，同時確保機密細節受到保護。如有疑問，請諮詢您的經理或法律團隊。

如果我懷疑有洩密情況，應該怎麼做？

立即向您的經理或法律團隊報告。迅速行動有助於預防潛在風險或損害。

我可以在咖啡廳或機場等公共場所處理機密文件嗎？

不可以，在公共場所工作會增加未經授權存取的風險。如絕對必要，請使用隱私螢幕並確保您的對話不會遭到竊聽。一般來說，請勿在對話可能遭到竊聽的公共場所討論機密或敏感事宜。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《全球資訊安全政策》
- Kering《社交媒體指引》
- 網路安全入口網站上提供的最佳實踐指引

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 您的經理
- Kering 法律部門
- Kering 財務部門
- 集團資訊安全長 (CISO)



# 保護集團的聲譽

我們集團及旗下品牌的聲譽是經過長期及大量投資建立起來的。聲譽是非常重要的無形資產，特別是在奢侈品行業，以及對企業責任和透明度要求空前高漲的當下更是如此。

因此，我們必須時刻考慮自身行為會如何影響 Kering 及其旗下品牌的形象。每位員工都應透過審慎及專業的行為，避免做出任何對集團及其旗下品牌形象與聲譽有負面影響的事情，為保護集團聲譽作出貢獻。

雖然每個人都可以自由發表意見並在其個人社交媒體帳戶上表達，但每個人都應注意與使用社交媒體相關的風險。具體而言，每個人都必須確保其個人意見不會與 Kering 或其旗下品牌的立場混為一談。

企業聲譽是人們將您視為一個組織，並根據您的產品、服務及行為所產生的觀感。它可能受許多因素影響，包括市場佔有率、品牌權益、客戶滿意度及社交媒體輿情。

## 應做

- 時刻捫心自問，您的個人行為可能對 Kering 或旗下品牌的聲譽產生何種影響；
- 確保與我們品牌合作的面向公眾的第三方（例如品牌大使）亦須遵守《Kering 供應商及商業合作夥伴章程》；
- 避免我們的個人意見與 Kering 或任何旗下品牌意見之間產生混淆的風險；
- 負責任地使用內部社交平台，且僅用於專業目的；
- 永遠謹記，在互聯網上，沒有任何事物是真正秘密、私密或被遺忘的。

## 不應做

- 在未經正式授權或未就發布內容進行內部協調的情況下，代表集團或品牌公開表明立場；
- 公開談論或撰寫超出我們專業領域之外與集團相關的話題；
- 在未首先確保其可靠性的情況下，重新分享與集團相關但超出我們專業領域的意見或所謂資訊，從而賦予其可信度；
- 如果您未獲公司具體授權，請勿回答來自媒體/社交媒體代表的提問、外部諮詢公司的查詢、關於 Kering 的調查或任何與 Kering 及其品牌相關的專業話題。

## 常見問題

在品牌店舖與一位顧客展開友好交談後，我意識到此人可能是記者，試圖讓我分享不該透露的資訊。我該怎麼辦？

禮貌地結束對話，表示根據您的保密責任，這些是您無權評論的話題。如果對方堅持，請禮貌地詢問他們是否為記者，或打算如何使用這些資訊。如果他們自稱是記者，請詢問媒體機構名稱並將其轉介至品牌的媒體關係部門。同時通知您的經理。

作為一名公民，我希望就我關心的政治話題表達意見。我可以在工作時這樣做嗎？

我們的《道德準則》並未質疑言論自由。然而，如果您公開分享意見，請確保在表達意見前聲明，這純屬個人意見，絕不代表集團立場。您亦不應在與您專業活動相關的社交媒體帳戶（包括內部平台）上表達個人意見。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《社交媒體指引》
- Viva Engage 黃金法則
- Kering《Brand Trust 政策》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 品牌通訊部門
- Kering 企業通訊部門



# 以誠信經營商業合作夥伴關係

在 Kering，對可持續實踐及尊重道德與人權的承諾，均透過在其整個價值鏈中嚴選商業合作夥伴得以實現。為此，我們實作了界定其對合作夥伴關係承諾的政策與指引，以確保期望的透明度並秉持公平方式。我們亦要求供應商遵守《Kering 供應商及商業合作夥伴章程》及《Kering 可持續發展原則》，其中概述了他們必須正式承擔及承諾的所有要求，正如我們 Kering 對自身供應商所做的一樣。此外，我們建立了監控供應商是否符合我們標準與要求的流程，以確保盡職審查及風險評估的一致性。

## 應做

- 要求我們的供應商遵守《Kering 供應商及商業合作夥伴章程》、《Kering 可持續發展原則》及相關政策，並確保他們採取適當措施，將此章程的原則有效應用於其自身的供應商及分包商；
- 以公平、透明、無偏袒的態度並根據 Kering 適用的利益衝突程序領導採購活動；
- 以基於風險的方法進行供應商盡職審查，在任何業務開始前及業務關係存續期間定期評估法規合規性、人權、社會、可持續發展承諾、財務狀況、聲譽及營運能力；
- 確保採購實踐符合我們的業務目標，支持我們的可持續發展願景，並為利害關係人創造價值；
- 在作出任何出支承諾前，要求簽訂書面協議及採購訂單；
- 如發現任何與 Kering 價值觀相悖的嚴重情況，應及時處理並予以糾正。

## 不應做

- 在引入供應商前忽略強制性盡職審查或風險評估；
- 在未經適當內部驗證的情況下，就承諾預算或項目的策略相關性作出決策；
- 單方面選擇供應商，而未與業務利害關係人及集團價值觀保持一致；
- 與不符合品質、法律或風險管理標準的供應商合作。

## 常見問題

### 為什麼採購流程及招標很重要？

其目的在於節省時間、降低成本，並透過以下方式提升項目成果的價值：

- 與業務部門共同釐清需求，避免過度規範及不必要的成本；
- 利用市場洞察來確定最合適的解決方案；
- 確保符合內部政策及外部法規；
- 預見風險（法律、營運、財務、聲譽）；
- 預留時間進行有效的談判，以執行穩健的尋源流程；
- 透過結構化的評估及簽約確保更好的供應商表現。

### 我們如何評估供應商是否符合我們的要求？

遵循基於風險的方法，Kering 首先透過實作社會審核流程，其次透過進行針對合規、人權及環境方面的穩健且定期更新的風險評估，來監控供應商表現及合規性。此外，可進行定期性的全面審核，以確保持續符合我們的標準。

供應商及分包商的員工亦可使用 Kering 吹哨系統，為他們提供揭發任何可疑不當行為或違規的安全渠道。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《人權政策》
- Kering《供應商及商業合作夥伴章程》
- Kering《標準》
- Kering《可持續發展原則》
- 供應商管理政策
- Kering《集團利益衝突程序》
- Kering《禮品、款待與招待程序》
- 《間接採購政策》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 採購部門
- Kering 供應鏈安全與審核部門
- 集團合規部門
- Kering 可持續發展部門



# 打擊貪污、賄賂及不當影響

作為我們誠信文化的重要組成部分，Kering 採取零容忍政策，並嚴禁一切形式的貪污或不當影響。Kering 致力於透過遵循其營運所在國家所有適用的法律法規（包括法國《薩潘二世法案》、義大利《第 231/2001 號法律》、美國《海外反腐敗法》及英國《賄賂法》）來預防及偵查貪污。貪污會對整個社會以及面臨貪污風險的個別公司帶來巨大損失。

- 貪污最普遍的定義是公職人員或私營部門工作者濫用受託權力或職位謀取私利。行賄（「主動貪污」）與受賄（「被動貪污」）均屬違法，並違反 Kering 集團政策。
- 不當影響指濫用其實際或聲稱的影響力，從公共機關或行政部門獲取合約或任何其他有利決定。為獲得此類影響力而提供、承諾或給予利益，或接受此類影響力，同樣屬於違法行為。如同貪污，它可以是直接或間接的。

## 應做

- 與公職人員及政府實體互動時，保持警惕和透明；
- 根據適用程序，在與新合作夥伴簽訂協議或進行收購項目前，進行適當的誠信審查；
- 如果您懷疑或察覺任何不當付款要求或任何可疑跡象或交易，請通知合規部門；
- 以透明公平的方式參與所有流程；
- 完成關於道德與合規的強制性電子學習課程。

## 不應做

- 尋求或接受任何形式的不當利益；
- 向公職人員或私營實體支付任何不當款項，即使透過第三方指示，或在業務受到威脅的情況下；
- 試圖不當影響審批、檢查、許可或其他政府行為；
- 支付疏通費。

## 常見問題

我正在籌備新店開業，需要從當地政府獲取許可證。店舖預計在兩天後開業，但我們尚未取得許可證。我們一位當地商業合作夥伴表示，當地政府通常對慷慨的公司辦事更有效率。我該怎麼辦？

Kering 禁止支付疏通費。聯絡您的當地合規主任及法律團隊。法律及合規團隊可協助查明當地政府未發放許可證的原因。

一批貨物滯留在海關，導致我們供應鏈延誤。我們一家供應商的董事會成員是一位前公職人員，他提議代表我們與海關官員交涉。該董事表示，希望明年夏天其女兒在申請 Kering 實習職位時我們能記得此事。我該怎麼辦？

作為前公職人員，我們供應商的董事屬於政治敏感人物，他提議利用其影響力為我們提供便利。作為交換，該董事含蓄地要求我們為其女兒提供實習機會。儘管未涉及現金或現金等價物，但提供工作或實習機會仍屬利益關係。這是一個以不當影響形式出現的貪污實例。即使貨物被海關不當扣留，您也應拒絕該董事代表我們發言的提議。將該董事的提議通知合規部門，並繼續與物流、法律及合規團隊合作，爭取貨物順利放行。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《第三方審查評鑑程序》
- Kering《利益衝突程序》
- Kering《禮物及款待程序》
- Kering《捐贈及贊助程序》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 當地/品牌/集團合規部門



# 確保公平競爭

Kering 秉持公開及公平競爭，並致力於遵守適用於其業務的所有競爭法開展業務。Kering 禁止一切形式的反競爭行為，並期望所有員工恪守此原則。違反競爭法可能產生非常嚴重的後果，包括巨額罰款及聲譽損害，對於涉及個人則可能面臨紀律處分及刑事檢控。

競爭規則禁止競爭企業之間達成固定價格、劃分市場或供應來源、限制生產或技術發展以及其他限制競爭的協同行為。與非競爭對手的交易亦可能違反競爭規則。例如，在許多司法管轄區，控制或試圖控制分銷商的轉售價格是遭到禁止的。競爭規則亦禁止佔據主導地位的企業濫用市場地位。最終，競爭法的目的在於透過更低的價格及更優質的產品和服務來保護消費者。

## 應做

- 遵守適用於我們活動的所有競爭規則；
- 熟悉 Kering 的競爭法政策及相關指引，並在與第三方互動時嚴格遵守；
- 立即終止可能違反競爭規則的互動及行為，並將任何此類情況提報給您的法律部門及 Kering 合規部；
- 如有疑問，請向您的法律部門及 Kering 合規部尋求指引。

## 不應做

- 與競爭對手達成協議以固定價格、劃分市場或供應來源、限制生產或技術發展，或從事其他可能限制競爭的協同行為；
- 違反競爭法與競爭對手交換商業敏感資訊；
- 控制或試圖控制分銷商自身的交易條件，超出適用競爭規則所允許的範圍。

## 常見問題

作為基準對照分析的一部分，我希望定期與競爭集團的對應人員會面。我們不會簽訂任何具約束力的協議。這樣做可以嗎？

競爭法涵蓋任何形式的協議，從具約束力的書面協議到更寬鬆且非正式的安排，例如口頭協議、電子郵件往來、電話交談等，即使是與競爭對手的簡單資訊交流也可能違反競爭規則。因此，您不應與競爭對手進行非正式的小組討論或集體決策。必須時刻遵守關於在貿易協會或某些環保協作等各種合法場合與競爭對手互動的內部指引。如有任何疑問，應聯絡您的法律部門或 Kering 合規部。

哪些類型的資訊不應與競爭對手分享？

即使與競爭對手進行簡單的資訊交流，若所交換的資訊具有商業敏感性，亦可能違反競爭規則，例如包括關於定價、產品開發、市場推廣、成本、研發項目的機密及策略性資訊，以及任何其他與商業相關的主題。若為了與競爭對手進行合法合作或交易必須交換機密資訊，則在分享此資訊前，務必諮詢您的法律部門及 Kering 合規部。

我正在與一家第三方零售商就品牌產品分銷協議進行談判。既然我們與這家零售商不存在競爭關係，是否可以放心地假設該協議不受競爭規則的約束？

不可以。雖然與競爭對手的互動需要提高警覺，但與分銷商和供應商等其他第三方的交易及互動同樣受競爭規則約束。在這方面，請記住，在許多司法管轄區，競爭規則禁止透過合約條款或其他方式控制或試圖控制分銷商的轉售價格。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- 《競爭法 – 歐洲、美洲及亞太地區政策》
- 競爭法手冊

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- Kering 合規部門
- 您所屬品牌/部門的法律聯絡人



# 遵守出口管制與國際制裁

Kering 致力於全面遵守所有適用的制裁及出口管制法規。據此，Kering 制定了專用程序（即「制裁程序」），明確規定所有員工及代表 Kering 集團行事者必須遵守的責任與規則。此程序會定期更新。

- **受制裁國家/地區**指根據制裁規例，其出口、進口、金融、投資或其他活動方面受到更嚴格限制的任何國家或地區。請參閱《制裁程序》以獲取最新的受制裁國家/地區名單。
- **受制裁方**指因違反法律、法規或政策而受到政府或國際機構施加的經濟、貿易或法律限制的個人、實體或組織。
- **制裁法規**指由政府或國際機構頒布、採納、管理、實施或執行的任何與貿易制裁、對外貿易管制、出口及再出口管制、防擴散、反恐及類似法律相關的限制性措施。

## 應做

- 了解規則，閱讀 Kering《制裁程序》，理解並遵守適用於我們業務活動的出口管制法律及制裁措施；
- 在建立業務關係前，按要求對第三方（包括商業合作夥伴及客戶）及供應商進行篩查，確認其是否在制裁及禁運名單上；
- 對潛在違規的警示信號保持警惕，並將任何與制裁相關的危險信號揭發給集團合規團隊；
- 如果不確定或有疑問，請向集團合規團隊尋求指引。

## 不應做

- 在進行必要的盡職審查前與第三方往來；
- 參與涉及受制裁方或受制裁國家/地區的違禁交易；
- 忽視危險信號。如果發現可疑情況，請在未經調查及提報給集團合規團隊前切勿貿然行事。

## 常見問題

我如何知道一家公司是否受到制裁？

在與第三方進行任何交易前，您應確保已進行盡職審查，因為其中包括針對制裁及禁運名單的篩查。

如果我懷疑某筆交易可能違反出口管制或制裁，應該怎麼做？

如果您發現與制裁相關的危險信號，請暫停該交易或關係，並將您的疑慮提出給集團合規團隊。集團合規部將進一步調查此事，以確定如何處理任何潛在風險。

違反出口管制或制裁法規有何後果？

違反出口管制或制裁法規可能導致巨額罰款、刑事指控及損害集團聲譽。個人亦可能面臨個人責任，包括監禁。

如果客戶或商業合作夥伴要求我設法規避制裁或出口管制，我該怎麼辦？

您絕不應試圖規避或繞過法律限制。如果客戶或商業合作夥伴提出此類建議，您應予拒絕並將該請求提交給集團合規部。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《制裁程序》
- Kering《第三方審查評鑑程序》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 當地/品牌/集團合規部門
- Kering 保安部門



# 以負責任的態度參與金融市場

Kering 透過其財務通訊部門，致力於向所有利害關係人提供準確、精確且可靠的財務資訊。集團確保在完全遵守監管要求的情況下公平獲取財務資訊，從而促進公司內部及與金融市場之間的透明度與信任。為保持開放及建設性的對話，Kering 定期透過會議、路演、協商會及專題刊物等多種渠道與機構投資者、財務分析師及個人股東進行溝通。所有公開資訊均可在 [kering.com](http://kering.com) 網站的「財務」部分查閱。

- **金融界**是一個廣泛的術語，指關注、評估及投資 Kering 股票的投資者、財務分析師、金融機構及其他市場參與者。
- **AMF (金融市場管理局)** 是法國金融市場監管機構，負責確保提供投資者適當的資訊，以及監督市場作業的秩序。
- **未公開資料**指任何與核發者直接或間接相關的非公開、精確資訊，若公開可能對公司股價或相關金融資產產生重大影響。未公開資料的使用或披露受到嚴格監管，以防範內線交易。

## 應做

- 將所有投資者或財務分析師的查詢轉交財務通訊部門；
- 回答財務通訊部門關於我專業領域的提問，以支持他們與金融界的對話。

## 不應做

- 在非官方發言人的情況下公開討論財務話題或與金融界互動；
- 披露未公開資料，即使是非財務資訊。

## 常見問題

一位投資者/財務分析師聯繫請求提供關於 Kering 的資訊。我該如何回應？

立即通知財務通訊部門，該部門負責投資者及財務分析師關係以及財務資訊的正式披露。

我受邀作為專家就我的領域發表演講，邀請方是金融公司或面向金融界人士。我可以接受嗎？

如果「專家會議/電話會議」是有償的，您必須拒絕。如果是無償的，您必須將提案提交給財務通訊部門，該部門將審核提案以決定適當的回應。

一位供應商向我詢問 Kering 下一季度的預期銷售變化。我可以分享任何預測嗎？

不可以。只有 [Kering.com](http://Kering.com) 上提供的資訊可以分享。

我掌握一些即將公布的財務業績資訊。我可以與同事或朋友分享嗎？

不可以。如果您得知了本不應知曉的此類資訊，請通知企業管治及證券法部門，該部門將告知財務通訊部門。

一位記者向我詢問我所在品牌目前的財務表現。我可以回答嗎？

不可以。只有財務通訊及媒體關係團隊的授權發言人才可提供正式聲明。您必須將該記者轉介至媒體關係部門。

我掌握了一家與 Kering 無關的公司的未公開資料。我可以利用它嗎？

不可以。利用未公開資料為個人或他人謀利，在許多國家都可能受到處罰，即使該資訊與 Kering 無關而是涉及第三方公司。

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- Kering 財務通訊部門
- Kering 媒體關係部門 (如涉及記者)
- Kering 企業管治及證券法部門



# 防止洗錢及逃稅

Kering 致力於打擊並力求防止洗錢及為恐怖主義或犯罪活動提供資金，並遵守其開展業務的每個司法管轄區的所有適用反洗錢法律及法規。集團亦高度重視員工培訓及當地反洗錢程序意識的提升，並持續監控交易與及時舉發任何可疑活動。Kering 是一家負責任的機構，遵守其營運所在司法管轄區的所有金融法律及法規。Kering 不容忍任何形式的逃稅或人為稅務安排。此外，集團高度重視系統性地應用「獨立交易」原則，以確保其應稅收入與經濟實質相符。Kering 致力於與全球所有稅務機關建立透明及合作的關係。

- 洗錢是指將販毒或恐怖活動等犯罪活動所得款項偽裝成來自合法管道的過程。
- 可疑交易指有任何合理理由懷疑其可能與洗錢、貪污、資助恐怖主義或詐騙等犯罪活動相關的任何交易。

## 應做

- 熟悉適用於您所在市場的反洗錢程序；
- 對危險信號保持警惕，例如任何不尋常或可疑的交易模式、頻繁購買相同物品或大額現金支付；
- 確保遵守相關司法管轄區適用的任何現金支付門檻規定；
- 在相關司法管轄區適用的保存期內保留所有相關文件；
- 在可疑交易發生前向合規部門舉發。若無法做到，則在交易完成後向合規部門檢舉。在簽署協議前，若潛在分包商位於避稅天堂司法管轄區，應向稅務部門檢舉。

## 不應做

- 忽視可疑交易；
- 如有疑問，請勿繼續進行。相反，應向您的經理或集團/品牌合規部尋求協助；
- 若當地法律適用，接受超過規定限額的現金交易而不檢舉該交易。

## 常見問題

如果發現可疑交易，應該聯絡誰？

立即向您的當地/品牌合規主任或集團合規團隊檢舉。

如果高風險客戶拒絕提供身份證明文件，我該怎麼辦？

如果客戶拒絕依照客戶盡職審查要求提供身份證明，則請勿繼續進行交易。將其上報至合規部門，並根據反洗錢政策記錄該拒絕情況。

我如何識別潛在洗錢活動的危險信號？

留意諸如高額現金交易、購買者與終端使用者之間無明確關聯的第三方購買、快速轉售、不尋常的付款方式，或客戶不願提供身份證明文件或資金來源等跡象。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《全球反洗錢政策》
- Kering《集團稅務政策》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 當地/品牌/集團合規部門
- Kering 稅務部門



# 識別及防止利益衝突

Kering 承認並尊重員工的個人利益及隱私。

儘管每個人都有各種各樣的利益需要管理(專業、個人、政治、社團等)，但並非所有利益都會產生衝突。然而，當利益衝突發生時，識別及防止利益衝突至關重要。例如：

- 利益衝突可能影響員工捍衛集團利益的職責，並可能影響其獨立判斷。
- 利益衝突的表象(即使未經證實)也可能對我們專業誠信的觀感產生負面影響，並損害集團的聲譽。
- 欺詐及違反反賄賂法規的行為可能始於未披露的利益衝突。

防範與利益衝突相關的風險，需要披露該等衝突，以便與員工的經理制定行動計劃。

**利益衝突**指專業義務與家庭、政治或財務利益之間的衝突。利益衝突可以是實際的、被感知的或潛在的衝突。

## 應做

- 向您的經理或直屬主管披露任何利益衝突；
- 如果您不確定某種情況是否構成利益衝突，請尋求指導；
- 必要時，請主動迴避。

## 不應做

- 隱瞞關於潛在利益衝突的資訊；
- 使自身處於個人利益可能影響您在集團內的專業決策的境地。

## 常見問題

我的堂/表兄弟姊妹申請了我所在部門的一個職位。我可以參與招聘流程嗎？

不可以。為避免任何利益衝突，您應披露此關係，並避免參與與您堂/表兄弟姊妹相關的招聘決策。招聘流程應公平公正。

我正在考慮投資一家與我們集團有業務往來的公司。這會構成利益衝突嗎？

可能會構成。如果您的投資可能以某種方式影響您的決策，從而與 Kering 的利益相衝突，或損害您在 Kering 集團內履行職責的客觀性，則可能構成利益衝突。您必須向您的經理披露此項投資。

我的朋友擁有一家公司，可能是集團的良好供應商。我可以推薦他們嗎？

可以，但您應在作出推薦前披露你們的關係。您亦不應參與選擇過程。應遵循標準採購流程，以確保決策公平透明。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《利益衝突程序》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 您的經理
- 人力資源經理
- 當地/品牌/集團合規部門



# 確保資料安全

Kering 將資訊視為其最有價值的資產之一，並深知保護該資訊至關重要。資料的保密性、完整性及可用性是集團策略的核心，因為它們對於客戶信任、競爭優勢及法規合規至關重要。

- **安全事件**指可能影響資訊系統的保密性、完整性或可用性的事件。
- **CISO** 代表資訊安全長
- **邏輯存取**指透過身份驗證 (如使用者名稱和密碼) 與 IT 系統及資料互動的能力。
- **最小權限原則**指使用者僅擁有執行其任務所需的授權。
- **網路釣魚**是一種欺詐行為，透過發送電子郵件冒充信譽良好的公司身份，誘使個人透露敏感資訊。

## 應做

- 透過保持組件更新及監控，並遵循最佳實踐來保護我們的基礎設施；
- 管理安全事件並實作業務連續性計劃；
- 從設計階段起將安全性融入合約及項目；
- 透過識別使用者來控制邏輯存取，確保驗證器的保護，並遵循最小權限原則；
- 在集團資訊安全長的監督下，實作跨職能方法，以管理所有職能部門及地區的安全風險。
- 始終遵循基於適用法律法規的政策。

## 不應做

- 將資訊用於未經授權的目的。資訊應僅用於合法、指定的目標；
- 以非法或不透明的方式收集資料；
- 忽視安全要求。
- 忽視安全事件。應根據事件管理政策立即揭發安全事件。
- 使用未經批准的線上解決方案，洩漏敏感的 Kering 資料。

## 常見問題

如果我收到一封看似合法但要求我點擊連結或提供個人資訊的電子郵件，應該怎麼做？

請謹慎，這可能是企圖竊取您資料的網路釣魚攻擊。請勿點擊任何連結或分享任何個人資訊。立即使用「ReportPhish」按鈕或將電子郵件轉發至 [security@kering.com](mailto:security@kering.com) 進行檢舉，然後刪除該電子郵件。這同樣適用於即時通訊應用程式或電話上的可疑訊息。

開始一個新網站項目時，我應該怎麼做？

關鍵在於遵循項目關卡委員會流程，讓資訊科技安全、系統架構及隱私團隊參與其中。他們將提供最佳實踐指導，界定安全與隱私要求，並協助確保在整個項目過程中實施適當的保障措施。

我收到一則警示，提示我的工作帳戶可能已遭入侵。我該怎麼辦？

請務必建立符合 Kering 密碼政策的密碼，並使用 KeePass 等密碼管理器進行安全管理。啟用多重身份驗證以增強安全性，若懷疑帳戶遭到入侵，請更改密碼。您可以在使用者帳戶設定中更新密碼。

我想在我的工作站上安裝一個應用程式。我該怎麼辦？

請查閱 Kering 應用程式目錄以獲取可用工具，確保符合使用權限。對於任何額外的專業需求，請在經理確認後透過 Kering Connect 提交 IT 服務單。所有請求均須透過安全審批，以確保合規及資料保護。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《全球資訊安全政策》(GISP)
- 連結至 GISP 的營運政策
- 最佳實踐指引：可在網路安全入口網站上查閱

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- Kering 網路安全及事件管理團隊：[security@kering.com](mailto:security@kering.com)
- 集團資訊安全長 (CISO)/品牌資訊科技部門



# 確保資料隱私

我們的客戶、員工及第三方的隱私至關重要。個人資料應以透明的方式收集、謹慎使用並安全儲存。為此，我們遵循指引資料處理過程的關鍵原則。

Kering 內的每位員工都有責任維護這些原則並遵守相關的隱私法律法規。為尊重個人的隱私及權利，我們確保個人資料：

- 以公平及合法的方式收集和使用的；
- 嚴格按照收集目的使用；
- 準確並保持最新；
- 僅在達到既定目的所需期限內保留；
- 在需要時可進行存取，並防止未經授權的存取或遺失。

## 應做

- 保持透明，並告知個人我們收集、使用及共享哪些個人資料；
- 在發送商業通訊前，核實是否可合法聯絡該客戶；
- 考量使用新技術的潛在影響；
- 確保處理我們資料的第三方遵守我們的隱私標準；
- 為我們的計劃採用「隱私保護設計」方法。

## 不應做

- 僅基於自動化處理作出有重大影響的決定；
- 與客戶以外的任何人（包括家庭成員或其他第三方）討論客戶的個人資料，例如購買歷史或習慣；
- 收集敏感資訊，除非法律要求或隱私主任允許；
- 在未進行定期隱私審計及評估的情況下使用個人資料。

## 常見問題

我可以查閱客戶的社交媒體資料以了解其偏好並提供更佳服務嗎？

不可以。與客戶的關係必須完全基於他們在會議、交談中或透過官方及授權渠道自願分享的資訊。嚴禁參考或使用在社交媒體或其他平台上找到的資料、評論或資訊，即使看似相關。

我可以我的項目中使用所有類型的個人資料嗎？

不可以，某些個人資料被視為比其他資料更為敏感。敏感個人資料指包括但不限於生物識別細節（例如視網膜或虹膜掃描、指紋、聲紋或臉部/手部幾何特徵）、健康及遺傳資訊、種族、政治觀點、宗教或哲學信仰、工會會籍，以及與性取向相關的個人詳情等資料。我們通常僅在特定情況下（例如法律要求時）處理此類敏感個人資料。

如果個人資料與我目前正在進行的項目無關，我可以存取嗎？

不可以，您應僅存取您的特定職責或項目所需的個人資料。在無正當理由的情況下存取資料違反了資料保護原則，並可能導致紀律處分。務必確保資料存取僅限於授權人員。

使用免費工具或資源時，是否需要進行隱私評估？

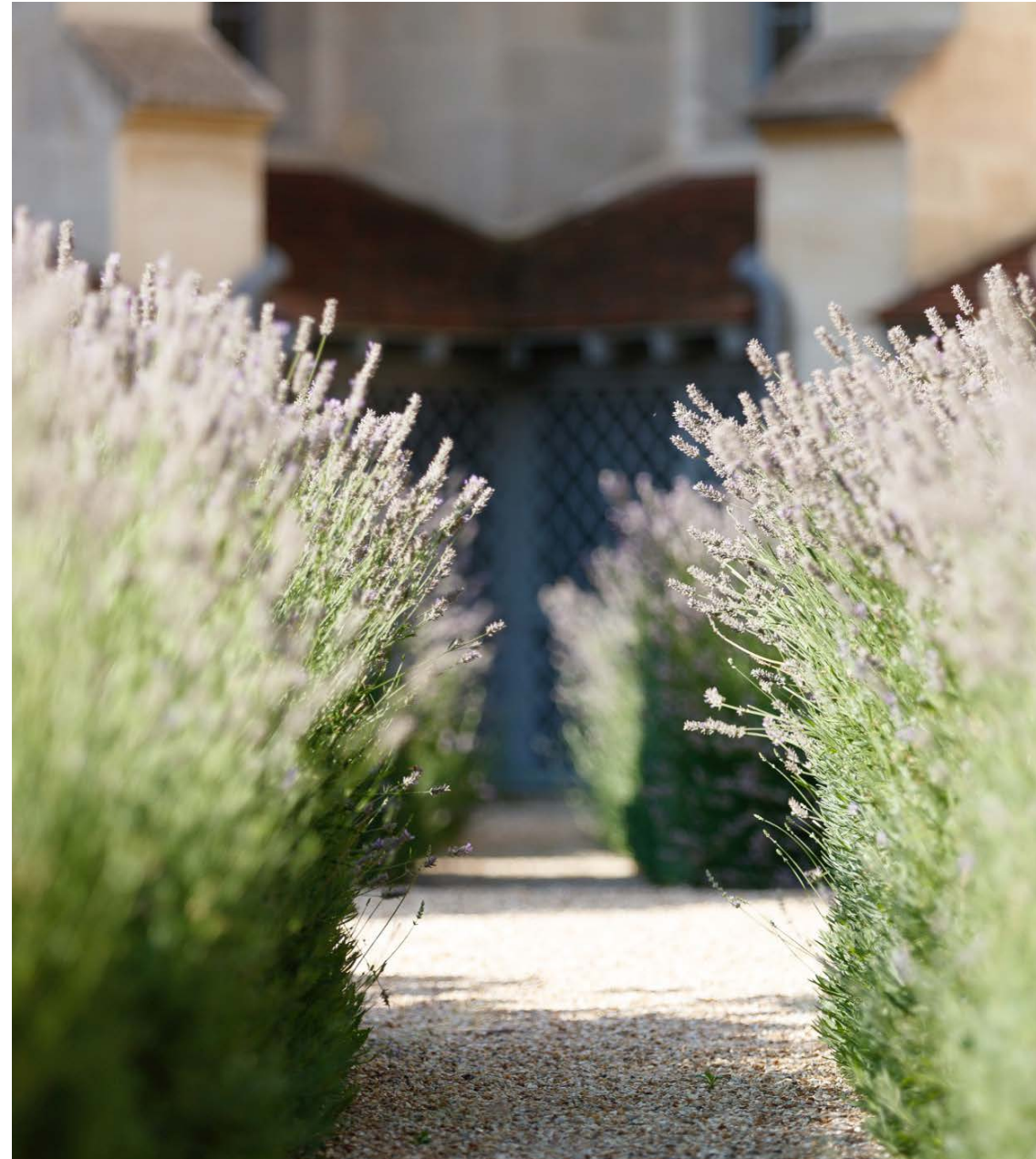
是的，隱私評估有助識別與個人資料收集、儲存、共享及安全相關的潛在風險。對於任何處理個人資料的新工具或計劃，無論付費或免費，都應進行此評估。作為一家致力於維護最高隱私標準的機構，Kering 遵循「隱私保護設計」原則。此原則要求從一開始就將隱私考量納入系統及流程的設計中。因此，任何工具無論成本高低，都必須進行隱私評估，以確保其符合相關的資料保護法規。透過優先進行此評估，我們重申對透明度、問責制及個人資料安全的承諾，同時尊重個人的隱私權。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《隱私治理政策》
- Kering《資料主體請求及投訴政策》(控制者及處理者)
- Kering《隱私問責政策》
- Kering《隱私違規管理政策》
- Kering《培訓與意識政策》
- Kering《隱私審計政策》
- Kering《隱私保護設計及預設政策》
- Kering《資料存取及管理政策》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- Kering 隱私主任
- 品牌隱私協調員



# 監管禮物及款待

Kering 致力於維護最高的合規標準，特別是在禮物及款待的交換方面。禮物及款待的交換是培養及維持良好關係中較為常見的商業慣例。然而，在某些情況下，禮物及款待的交換有可能被用作賄賂的風險。不應為獲取不當利益或不當影響而承諾、提供、贈送、索取或接受禮物及款待。相反，禮物及款待的交換應本著誠信及透明，具有合法的商業目的，適合當時情況，並遵守適用法律。

- **禮物**指收禮人無需支付零售價、通常或慣常費用的任何有價物品。這包括但不限於商品、禮品券、折扣、服務及任何其他利益或優惠 (例如工作邀約)。
- **款待**指收禮人無需支付的任何娛樂或消遣活動。這包括但不限於餐飲或文化活動及體育賽事的門票。

## 應做

- 熟悉 Kering《禮物及款待程序》；
- 使禮物或款待符合適用的 Kering 程序及第三方的任何適用程序；
- 確保禮物/款待具有明確、合法的商業目的，且合理及相稱；
- 透明地提供及接收禮物和款待，並確保其妥善記錄；
- 避免向公職人員贈送或接受來自公職人員的禮物及款待，除非經過全面審查及批准。

## 不應做

- 提供或接受可能被視為賄賂的禮物或款待；
- 為獲取不當利益或不當影響決策而提供或接受禮物或款待；
- 在決策過程的關鍵時刻 (例如合約談判、投標流程或監管審批期間) 交換禮物或款待；
- 將現金或現金等價物作為禮物交換；
- 交換索要的禮物或款待。

## 常見問題

如果我收到禮物或計劃贈送禮物或提供款待，應該怎麼做？

根據《禮物及款待程序》中的標準，分析禮物或款待的類型。核實禮物或款待的價值。根據適用的品牌程序，確定是否需要直屬經理或合規主任的批准，最後在必要時獲得適當的批准並保留禮物記錄。

一家供應商向我贈送一件昂貴的珠寶作為個人禮物。我可以接受嗎？

根據我們的程序，不允許接受第三方贈送的高價值個人禮物。請表達您的謝意並婉拒，解釋 Kering 的政策禁止您接受此類禮物。

如果參與投標流程的供應商向我提供奢侈禮品或專屬邀請，我該怎麼辦？

在投標過程或談判期間提供禮物或款待，可能被視為試圖不公平地影響您的決定。您應拒絕該提議並向您的合規主任檢舉。

如果不確定禮物或款待是否合適，我該怎麼辦？

如有疑問，請在接受或提供任何禮物或款待前諮詢您的合規主任。

我可以邀請公職人員參加時裝秀，或向公職人員提供 VIP 款待嗎？

向公職人員提供的禮物及款待極為敏感，必須謹慎處理。如果邀請具有明確、合法的商業目的，合理且符合適用的法律法規，並事先獲得合規部門批准，則可能獲准。然而，每種情況都將根據上述所有因素進行個案審定。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《禮物及款待程序》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 當地/品牌/集團合規部門



## 監管捐贈及贊助

Kering 致力於為我們開展業務的社群作出積極貢獻，包括提供贊助及進行捐贈。在此過程中，Kering 遵循其營運所在每個國家的法律及道德實踐。這包括僅向服務於合法公共目的、並受高透明度及問責標準約束的組織進行慈善捐贈。Kering 要求捐款須符合我們的價值觀、事先獲得批准並妥善記錄在案。Kering 政策禁止透過捐贈或贊助來獲取不當利益或不當影響受贈者的行為。Kering 亦不會向政黨提供捐款。

- 捐贈指代表 Kering 集團向慈善機構或非營利組織無償提供任何有價值的東西，包括提供個人服務、「實物」支持、商品或義工時間。
- 贊助指透過提供金錢、商品或服務來支持個人、組織或活動，通常旨在推廣 Kering 集團或 Kering 旗下品牌，即換取品牌在活動或組織中的曝光，及/或在某種形式的廣播或非廣播媒體上的露出。

### 應做

- 熟悉 Kering《捐贈及贊助程序》；
- 確保捐贈或贊助符合 Kering 的價值觀及/或集團支持的事業；
- 保持透明度及妥善的文件記錄；
- 確保不存在利益衝突；
- 核實捐贈或贊助未被用作隱性支付；
- 除非獲得合規主任批准，避免向與公職人員有關聯的慈善機構捐款。

### 不應做

- 提供作為商業交易一部分而提出的捐贈或贊助；
- 向政黨捐款；
- 除非獲得合規主任批准，為與公職人員有關聯的第三方利益進行捐贈或贊助；
- 若違反受贈組織的政策，則提供捐贈或贊助。

### 常見問題

一位負責為我們一家新店簽發許可證的公職人員建議我們向其妻子的慈善機構捐款以「加快流程」。您應該怎麼做？

這是一宗偽裝成慈善捐贈的賄賂案件。您應拒絕該請求，記錄此次互動，並立即向您的合規主任報告。捐贈不應用於不當影響商業決策或獲取不當利益。

一位現任品牌大使要求為其私人基金會提供贊助。我們可以接受嗎？

根據該私人基金會的運作方式，此情況可能為品牌大使帶來利益衝突。應對該私人基金會進行盡職審查，且贊助應事先獲得您的合規主任以及根據集團程序的相關管理層批准。集團合規部可協助解答有關《第三方審查評鑑程序》或《利益衝突程序》的任何疑問。

我們一家店舖的客戶正考慮購買一款昂貴的手袋。她表示，如果品牌向她創辦的非營利組織捐款，她就會購買該手袋。品牌應該進行這筆捐贈嗎？

雖然 Kering 支持慈善捐贈，但此情況中描述的交易條件並不恰當。這位客戶實際上是在索賄，即使款項是間接支付給她的非營利組織。

在這種情況下，客戶顧問應聯絡當值的店舖經理或副經理。他們可以向客戶解釋，品牌樂意在未來根據集團程序就另一個獨立的非營利項目進行合作，但品牌的非營利捐款與購買行為無關。

您要求為您個人支持的 NGO 申請捐款。Kering 可以進行捐贈嗎？

Kering 的捐款是根據獨立標準進行評估，包括非營利組織是否符合集團的價值觀。如果您與該 NGO 有個人或財務聯繫，則此捐贈可能構成利益衝突。每種情況均應根據具體情況進行評估。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《捐贈及贊助程序》
- Kering《第三方審查評鑑程序》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 當地/品牌/集團合規主任
- 道德與合規委員會
- 財務部門





KERING 作為負責任的企業

# 尊重人權

Kering 致力於維護並尊重其價值鏈中所有人的人權，包括受影響的社群。Kering 致力於偵測、預防及減輕其業務可能造成或助長之任何負面影響，並在可能的情況下創造正面影響。Kering 遵循國際公認的人權標準，包括《聯合國工商企業與人權指導原則》、經濟合作暨發展組織《多國企業指導綱要》、國際勞工組織核心公約以及現代奴役法規。Kering 對童工、人口販運、強迫勞動及任何形式的奴役採取零容忍態度。此外，Kering 將法國《警戒義務法》視為其道德承諾的一部分，並設有專門計劃以落實相關要求。

人權是所有人與生俱來的權利，不應受任何歧視。這些權利並非由任何國家授予，尤其包括生命權與自由權、免於奴役及酷刑的自由、意見及表達自由、工作及受教育權，以及其他基本權利。

## 應做

- 促進我們的供應商及次級供應商尊重人權；
- 促進安全、健康及體面的工作條件，例如合理工時、生活工資、清潔設施、個人福祉等；
- 使用符合 Kering 標準的原材料；
- 保護當地社群，尤其是其文化遺產、土地權利、社會發展及環境（包括水權以及享有清潔、健康及安全環境的權利）；
- 特別關注易受人權影響的弱勢群體（例如殘疾人士、移民、不識字工人、女性及 LGBTQIA+ 群體）；
- 開展內部及第三方的人權與警戒義務盡職調查，並對供應商、次級供應商及新收購實體進行社會審核；
- 鼓勵利害關係人透過 Kering 吹哨平台提出任何與人權及警戒義務相關的疑慮或問題。

## 不應做

- 在我們的業務或供應鏈中，容忍任何形式的強迫或強制勞動、人口販運、債役、扣留工人身份證明文件或工資、收取招聘任何費用或限制行動自由；
- 選擇不符合社會及環境法規，以及 Kering 標準與價值觀的合作夥伴、承包商或供應商；
- 與違反人權法規（特別是涉及童工、強迫或強制勞動的非法行為）的供應商或個人維持業務關係；
- 違反《Kering 與時裝模特兒工作關係及其福祉章程》中所述的模特兒權利與福祉。

## 常見問題

### Kering 如何確保在其業務及供應鏈中遵守及履行對人權的承諾？

Kering 透過制定及實施明確的政策，以應對我們業務及價值鏈中潛在的人權及警戒義務違規行為，要求遵守《Kering 供應商及商業合作夥伴章程》，並提供人權培訓來做到這一點。我們亦實作監控工具，例如實地考察、審核、盡職調查、第三方評估以及對我們自身業務及供應商與分包商活動的風險評估，並與外部利害關係人合作以改善行業整體慣例。

### 在人權背景下，「警戒義務」是什麼？

這指的是 Kering 有法律義務去識別、預防及減輕我們業務所導致的任何對人權及環境的不利影響。其中包括對我們自身內部營運、子公司營運，以及與我們活動鏈相關的直接業務合作夥伴的營運進行風險評估，並對已識別為最有可能發生且最嚴重的不利影響進行深入評估。

### 我在 Kering 的人權工作中扮演什麼角色？

您可以透過遵守 Kering 的道德及人權標準與政策、揭發與人權問題相關的疑慮（特別是透過吹哨平台），以及參與培訓以了解您的權利並在日常工作中尊重人權，從而發揮關鍵作用。

### Kering 如何與受影響的社群或個人互動？

我們力求透過對話、恢復性策略，以及支持加強當地社群權利的舉措，與受影響的社群（當地社群及原住民）進行互動，特別是在易受剝削或虐待的地區。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《人權政策》
- Kering《供應商及商業合作夥伴章程》
- Kering《可持續發展原則》
- Kering《可持續生產標準》
- Kering《時裝模特兒工作關係及其福祉章程》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 品牌/集團合規部門



# 尊重自然

在 Kering，我們堅信尊重自然及環境對於我們業務的韌性至關重要，並有助於實現我們充滿創意及大膽的奢侈品行業的願景。我們對可持續發展的承諾根深於我們的策略，並透過旨在減少環境足跡、保護生物多樣性及在整個價值鏈中推廣可持續實踐的具體行動得以體現。我們在氣候、自然及循環性方面採取整體方法，將嚴格且創新的標準融入我們的活動中，為自己設定基於科學的進取目標，並在供應鏈中堅持最高的動物福祉標準。我們致力於尊重地球限度，並努力避免及減少自然資源的耗竭，恢復及重建生態系統，並轉變我們的業務模式以實現更可持續的未來。

- **地球限度**，正如環境科學所定義的，代表著九個關鍵過程，它們共同維持一個穩定且具韌性的地球，人類可以在這個地球上持續發展並繁榮後代。
- **基於科學的目標** 是可衡量、可執行且具時限性的目標，其基礎是由外部認可的第三方提供的最佳可用科學。

## 應做

- 遵循預防原則，即當環境挑戰及與人類健康相關的問題缺乏科學確定性時，謹慎及保守地採取行動，以盡量減少潛在的不利影響；
- 努力將環境因素納入關鍵決策中，並使我們的活動與自然資源消耗脫鉤；
- 按照符合《巴黎協定》的路徑減少碳足跡，並調整我們的活動以適應氣候變化的影響，從而應對氣候變遷；
- 衡量我們的活動對保護自然資本及生物多樣性的影響，不僅在我們直接營運的地區，還包括我們價值鏈的延伸部分；
- 邀請我們的供應商及合作夥伴參與我們的環境卓越之旅及脫碳路線圖，並與他們合作創新及發展循環供應鏈；
- 使用符合 Kering 標準的原材料及製造工藝；
- 在我們所有基於動物的供應鏈中實施並驗證最高的動物福祉標準。我們提倡以合乎道德的方式對待動物，並拒絕任何動物實驗。

## 不應做

- 在我們的產品生產、工藝及供應鏈中，使用不符合 Manufacturing Restricted Substances List (MRSL) 及 Product Restricted Substances List (PRSL) 的有害化學品，會污染環境或傷害僱員、工人及客戶；
- 向利害關係人提供有關我們產品、實踐及進展的資訊時，使用誤導性聲明且缺乏透明度；
- 選擇不符合環境法規及 Kering 標準的合作夥伴、承包商或供應商。

## 常見問題

Kering 旗下某品牌的創意辦公室希望為其即將推出的系列使用一種新的原材料（天然纖維、動物纖維、皮革、合成纖維等）。我們如何確保其符合 Kering 的標準？

Kering 標準列出了我們及我們的供應商在可追溯性（原產國）、化學品使用、人權、社會與環境影響以及動物福祉方面需要遵守的準則。因此，我們需要確保產品中使用的所有原材料均符合這些標準，並且優先選擇經認證的、可回收的、可再生的材料，而非傳統材料。對於 Kering 標準中未列出的每種新材料，請聯繫您所屬品牌的可持續發展負責人以獲得指導。

我收到了幾份關於我們正在翻新的店舖所需新技術設備的報價。最節能的選擇也是最昂貴的。我該怎麼辦？

更節能的能源設備雖然購買成本可能更高，但可能有助於在店舖的生命週期內節省金錢及減少溫室氣體排放。您應該與施工、設施管理及營運團隊合作，計算店舖生命週期內的總成本。這些數據將幫助您在財務及溫室氣體排放方面做出正確決定。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《環境政策》
- Kering《氣候策略》
- Kering《生物多樣性策略》
- Kering《水資源策略》
- Kering《循環性目標》
- Kering《可持續生產標準》
- Kering《動物福利標準》
- Kering《可持續發展原則》
- Kering《供應商及商業合作夥伴章程》
- Product Restricted Substances List (PRSL)
- Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- Kering 可持續發展部門或您的品牌可持續發展負責人
- Kering 合規部門



# 致力創造正面影響

Kering 致力於在其自身業務之外創造正面影響。集團旨在建立一個負責任且透明的供應鏈，並支持向可持續實踐的公正轉型。Kering 亦致力於對員工及供應鏈工人產生正面影響。

Kering 與其商業合作夥伴協作，以推動與其可持續發展策略一致的正面環境及社會影響。集團致力於透過以下方式減少奢侈品行業的環境足跡：(i) 採用開放原始碼方法推廣可持續實踐，以及 (ii) 設定進取的環境目標，同時確保社會效益，包括透過與第三方合作。最後，Kering 致力於支持女性賦權，並在更廣泛的社會中營造包容的環境。

## 應做

- 將人置於我們支持及實施的環境倡議的核心，以便他們的聲音能夠被聽見。
- 支持保護傳統工藝技術及手工藝的倡議，以保護文化遺產、支持當地社群並保持我們產品的品質與獨特性；
- 努力提升我們價值鏈工人的技能，使他們能夠適應我們向綠色經濟轉型過程中可能出現的各種挑戰；
- 在協作倡議中運用我們的影響力與專業知識，以持續推動集體變革，並將奢侈品行業確立為環境、社會及人權實踐方面的典範。

## 不應做

- 在做出氣候與自然相關的決策時，不考慮社會層面；
- 各自為政。相反只要有需求，應努力與我們的商業合作夥伴協作，以確保我們的努力能夠在我們的行業驅動有意義的改變。
- 作為 Kering 員工，加入那些宗旨、行動及立場與我們的可持續發展策略、《道德準則》及其他相關合規政策與程序不一致的協會、聯盟及組織。

## 常見問題

「公正轉型」的概念是什麼？

公正轉型的概念涉及以對所有相關方盡可能公平及包容的方式實現經濟綠色轉型，創造體面的工作機會，不讓任何人掉隊。因此，在實施新流程時（例如在工業場地），我們需要考慮透過培訓、技能提升或再培訓等選項來調整員工及供應商的技能組合。

最低工資與生活工資有何區別？

生活工資對應於特定地點的工人因標準工作週所獲得的報酬，該報酬足以維持工人及其家庭體面的生活水平（包括食物、水、住房、教育、醫療保健、交通、衣物和其他基本需求，以及應對意外事件的儲備）。這與最低工資不同，最低工資指的是法定國家最低工資或集體協議中協商的工資。

我想加入一個新的外部聯盟。我如何確保其符合 Kering 的標準與價值觀？

Kering 致力於在環境及社會問題上取得進展，並理解合作是取得重大成果的關鍵。透過與行業內其他業者合作，我們可以在應對這些關鍵挑戰方面取得更大、更廣泛的成果。Kering 確保其僅加入那些宗旨、行動及立場符合《巴黎協定》、我們的可持續發展策略、我們的《道德準則》及其他合規程序的協會、聯盟及組織。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《氣候策略》
- Kering《生物多樣性策略》
- Kering《水資源策略》
- Kering《可持續生產標準》
- Kering《可持續發展原則》
- Kering《人權政策》
- Kering 供應商及商業合作夥伴章程
- 競爭法政策和手冊

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 品牌可持續發展負責人
- 品牌/集團合規部門
- Kering 可持續發展部門



# 採用負責任的通訊及廣告

我們明白，有效、可靠及負責任的通訊及行銷活動對於與利害關係人建立信任及培養長期關係至關重要。因此，Kering 努力在所有渠道中以合乎道德及透明的方式進行溝通，並確保所傳遞的圖像及訊息均與公司價值觀保持一致。為了確保在集團層面及各品牌內部的通訊符合這些原則，我們設立了 Brand Trust Function。我們希望確保我們在集團內就我們的產品、服務及商業實踐進行誠實、合乎道德及透明的溝通。因為我們深知 Kering 及旗下品牌所製作的圖像及訊息的力量，我們希望它們能反映我們對人權、包容與多元及性別平等的承諾，並尊重我們的地球。

**Brand Trust** 是一項內部職能，負責審核各品牌的內容、行銷及通訊活動並提出建議，以幫助他們評估風險。

## 應做

- 提供有關所提供產品及服務的清晰、準確及平衡的資訊；
- 認識到在我們的通訊及行銷工作中保護弱勢受眾免受潛在傷害的重要性；
- 遵守旨在保護兒童權利的相關法律法規，包括在廣告及行銷方面。兒童僅能被描繪或用於推廣兒童產品；
- 遵守旨在保護消費者的相關法律法規，包括在廣告及行銷方面；
- 確保始終根據《Kering 與時裝模特兒工作關係及其福祉章程》為時裝模特兒提供適當的工作條件及福祉標準；
- 選擇符合 Kering 價值觀的媒體合作夥伴、媒體環境及大使；
- 透過適當的指引及衡量工具，確保我們的廣告僅在與 Kering 價值觀相容且不損害集團或品牌形象的環境中展示。

## 不應做

- 在我們的通訊中進行誤導或欺騙；
- 認可任何關於我們工作的社會或環境影響的誇大聲明（因為這可能構成「漂綠」）；
- 在我們的廣告中因缺乏對人權、尊重多元及性別平等的考量而損害公司價值觀；
- 聘用 18 歲以下的模特兒在時裝秀及攝影會中代表成年人；
- 支持以不負責任且傷害動物的方式展示野生及家養動物的廣告宣傳活動；
- 在與我們價值觀不符的媒體環境中進行通訊。

## 常見問題

看到一個正在進行的廣告宣傳項目，我對其以刻板印象描繪某個少數群體有所疑慮。我該怎麼辦？

您應該向品牌通訊部門內負責廣告宣傳的團隊公開表達您的疑慮，並建議 Brand Trust Function 參與該宣傳項目的審核。

在一次視覺素材拍攝過程中，我懷疑其中一位模特兒對當時的處境感到不安。我應該介入嗎？

是的，您應該介入。從初次選角面試到最後的演出，模特兒必須有可能在與模特兒經紀公司、選角導演或 Kering 員工發生爭議時直接提出投訴。在內部選角期間，品牌至少須有一名代表在場。

我想提及我所在品牌開發的產品的環保特點。我如何確保這是以不構成「漂綠」的方式所完成？

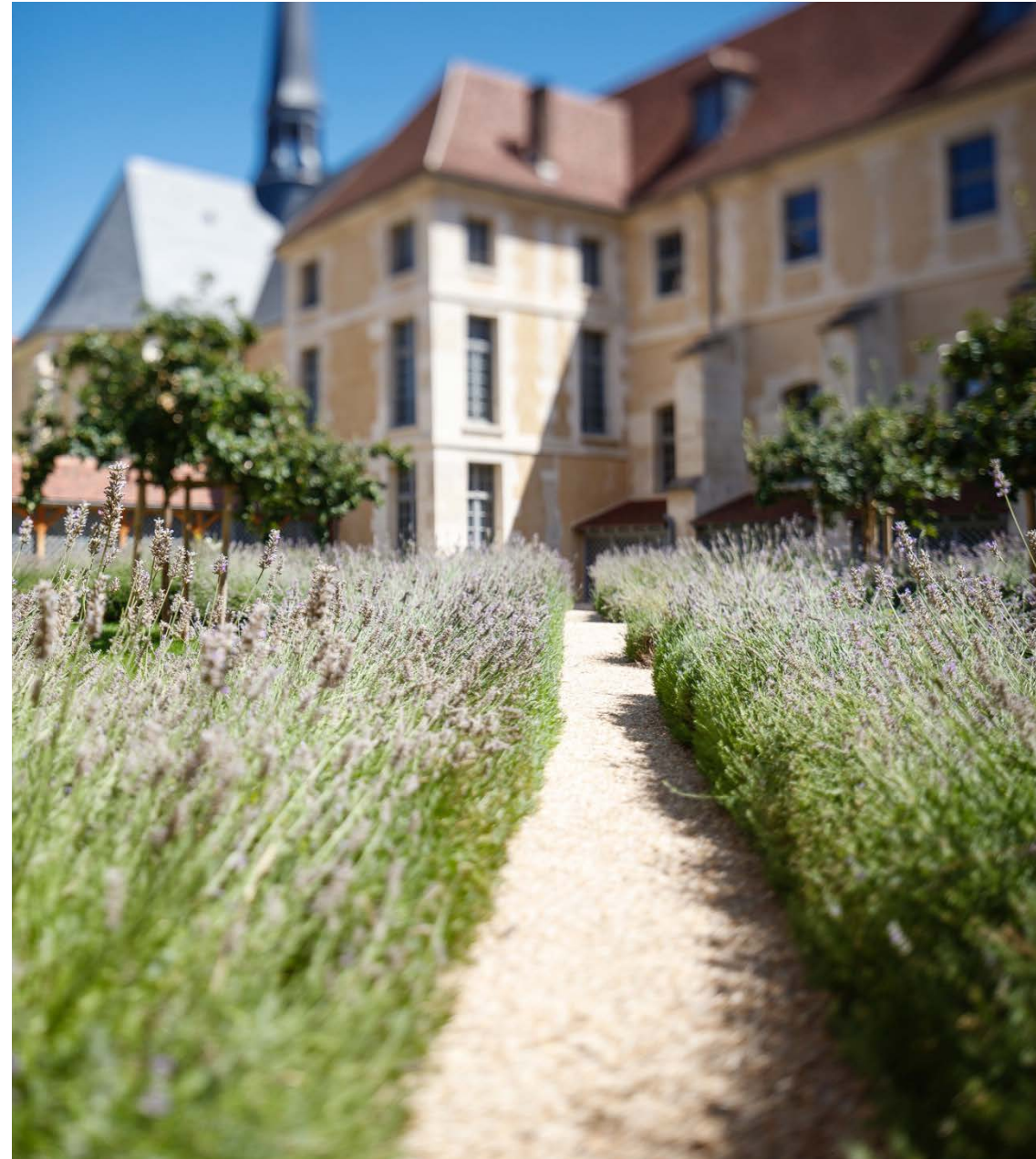
正如 Kering《可持續發展聲明指引》中所述，要使一項聲明完全負責任且值得信賴，其必須真實且相關、清晰且明確、公平且不誇大、有根據且可驗證、不過度使用帶有自然或類自然元素的視覺效果，並妥善展示認證。請向您的可持續發展負責人尋求指導。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《時裝模特兒工作關係及其福祉章程》
- Kering《可持續生產標準》
- Kering Brand Trust 政策

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 品牌通訊總監
- Kering Brand Trust
- 集團層面的 Kering 可持續發展部門或品牌可持續發展負責人
- 品牌媒體採購主管



# 推動審慎創新

在 Kering，我們相信奢侈品領域的創新與責任相輔相成。我們致力於促進深審慎創新，這包括以尊重我們傳統及未來的深思熟慮方式，創造新的想法、服務和產品。我們專注於：

- **可持續發展**：使用對地球及我們的工藝同樣友善的材料及工藝；
- **道德實踐**：確保我們的舉措尊重人與環境；
- **替代材料及循環經濟**：採用創新材料及循環商業模式，以減少浪費並延長產品壽命；
- **負責任的研發**：進行在創新與環境及社會責任之間取得平衡的研究；
- **與初創公司合作**：與具有前瞻思維的初創公司合作，以推動奢侈品領域的創新。

透過審慎創新，我們的目標是塑造奢侈品不僅追求卓越，更是代表創造正面影響的未來。

## 應做

- 營造一個創造性的環境，新想法的開發需考慮責任感及長期影響；
- 確保創新過程問責制、資料倫理、健康、安全、個人及環境；
- 評估外部專業知識，並始終優先考慮負面環境影響較低的創新；
- 透過確保適當的法律權利來保護我們的創新；
- 採用預防原則，並在面臨對健康、安全、環境或個人的潛在風險時採取預防措施；
- 確保我們開發或使用的任何人工智慧 (AI) 系統的設計都秉持公平、透明及問責的原則。

## 不應做

- 忽視我們創新的長期影響 (無論是社會、環境還是經濟方面)，都會損害我們作為一個奢侈品集團的傳承及責任；
- 透過我們自身的專利及知識產權，阻礙有助於整個行業減少其負面環境影響的解決方案的傳播 (例如，得益於新的低影響材料或新的染色技術)；
- 接受來自供應商或合作夥伴的不道德行為。僅與那些符合我們的責任、透明度及可持續發展標準的對象合作。

## 常見問題

我正在紡織品展會上尋找創新材料。我應該向創新者提出哪些問題，以確保他們遵循 Kering 關於可持續及創新材料的指引？

您應詢問與業務及可持續發展相關的幾個方面，包括：

- **創新者的營運自由度**：他們是否擁有或運用專利？
- **可追溯性**：材料在哪裡生產？使用哪些技術？
- **化學品管理**：是否符合 Kering 限制物質清單？
- **環境影響**：是否有生命週期分析可供參考？
- **認證及獎項**：該創新是否獲得認證或任何獎項？

更多詳情可查閱 Kering 標準中的《創新指引》。

我想提升團隊效率，我找到了一個免費的線上 AI 工具。我可以利用它嗎？

使用未經官方批准的 AI 工具，包括開放原始碼或免費線上解決方案，可能會導致安全、知識產權及合規風險。如果您計劃使用公司特定資料，則必須使用經集團批准的 AI 工具。所有 AI 使用情況都應記錄在集中清單中。

如果您需要其他工具或得到建議，請聯繫您的 AI 負責人和/或 IT 相關負責人。

我正在使用 AI 分析市場趨勢。我們如何確保 AI 生成的分析及研究的可靠性？

務必使用可靠來源及人類專業知識交叉核對 AI 的發現。定期驗證資料，特別是在做出與產品開發或市場策略相關的決策時。合乎道德的創新意味著我們必須優先考慮準確性並保護我們研究的完整性。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- 《負責任的 AI 政策》
- 《AI 安全政策》
- Kering《標準 - 創新指引》
- Kering 及其旗下品牌 AI 政策

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 您所在品牌的創新主任
- Kering 創新部門
- Kering AI 卓越中心
- Kering 資料隱私部門
- Kering 法律部門
- Kering 可持續發展計劃及創新團隊
- Kering 材料創新實驗室



# 支持負責任的游說

作為一家全球性公司，Kering 參與與公共領域利害關係人（包括但不限於政治代表）的各種對話。我們集團的游說活動主要旨在促進奢侈品行業及其他領域更具可持續性的增長。集團期望所有在公共領域代表 Kering 或其旗下品牌的員工，秉持最高的誠信及透明度行事，並完全遵守適用法規。為此，在適用法律要求的情況下，Kering 會公開申報其游說活動。Kering 尊重其員工作為個人參與政治進程的權利，前提是他們明確表示在此過程中並不代表集團，或不會被視為代表集團。

**游說**是一項涉及參與可能影響我們業務的政策及法規之決策過程的活動，以便公共決策者能夠理解這些法規可能對我們產生的影響。

## 應做

- 在公共領域代表 Kering 或其旗下品牌時，完全遵守集團營運所在國家/地區的適用法律及法規；
- 內部監控並記錄我們與民選代表或公務員的互動，以確保透明度及問責制；
- 明確表明員工的個人政治活動絕不代表 Kering。他們的個人政治活動不應干擾其專業職責，也不應損害集團的聲譽；
- 確保我們的聯盟及專業協會的行動與立場符合我們的《道德準則》、合規程序及可持續發展策略；
- 就我們的主要立場進行透明溝通，旨在提升公共討論的品質。

## 不應做

- 以公司名義向任何特定政黨或候選人捐款；
- 在任何議會成員或任何其他民選代表的任期內，長期或臨時地聘用和/或支付報酬；
- 將工作場所用作政治平台。

## 常見問題

我目前或希望參與政治活動。我是否需要告知 Kering 的相關人員？

員工有權參與個人政治活動，只要他們明確表示在表達政治觀點時不代表 Kering。然而，如果您參與政治活動可能會干擾您的專業職責，包括對集團形象及聲譽的影響，則應告知您的經理。此資訊應透過集團利益衝突申報表進行正式申報。

誰可以代表 Kering 與民選代表接觸？

員工可以因其職能性質或經經理特別授權，與合規及內部審計部門協調（並在適當時與機構事務部門協調），從而與民選代表接觸。

**相關及適用政策或程序的名稱：**

- Kering《負責任游說政策》
- Kering《禮物及款待程序》
- Kering《利益衝突程序》

**如有疑問或懷疑不當行為，應聯絡誰：**

- 機構事務部門
- 合規部門
- 您的經理



## 結論

### 如何檢舉違規行為

每位員工都在幫助 Kering 預防、偵測及應對其《道德準則》以及相關政策與程序的潛在違規行為方面發揮著關鍵作用。

正如相關資料頁中所詳述，如果員工對《道德準則》的實施有任何疑問或擔憂，在品牌及集團層面有不同的當地聯繫窗口，包括直屬經理、人力資源業務夥伴以及法律與合規部門。

亦可透過線上安全平台提供的集中吹哨機制來提出疑慮。

該系統不僅適用於我們的所有員工、股東、合作夥伴、董事會成員、外部或臨時工作人員，也適用於我們的供應商、次級供應商及受影響的社群，詳情請參閱適用的《吹哨政策》。

### 圍繞量身訂製治理結構組織的內部吹哨平台

除了常規的管理渠道外，Kering 還建立了一個道德與合規組織，由集團委員會（歐洲）和三個區域委員會（亞太地區、美洲和中東及非洲）組成，在職能上向集團道德與合規委員會匯報。這些委員會由合規部門的代表組成，並包括其他幾個職能部門的代表，例如營運、人力資源、財務、審計、可持續發展部門以及來自各個 Kering 旗下品牌的代表。

這些委員會的職責是：

- 根據內部治理機制處理警示。根據透過平台提交的報告的嚴重程度和類別，委員會將直接管理這些警示，或根據嚴格的需知原則，將其轉介至根據內部治理機制確定的主管部門（詳見 Kering 《吹哨政策》）；
- 審查全球合規計劃的設計並提出建議，特別是基於透過平台提交的警示；
- 確保所有品牌及國家/地區在實施特定計劃時的協調性和一致性；
- 更新《道德準則》及相關程序。

# 如何透過吹哨平台檢舉違規行為

## 連接至吹哨平台

點擊此處連接至平台或前往以下位址：<https://kering.integrityline.com/>。

個人可透過平台提出疑慮，包括書面形式或撥打熱線電話（電話號碼可在平台上找到）。為了提供適當的資訊，系統將要求填寫一份包含強制性及可選性問題的問卷以完成檢舉，並可選擇匿名進行。

## 接收報告

相關的道德與合規委員會將接收報告，並將其轉交給負責評估及處理報告的主管部門，例如：人力資源部門、反欺詐委員會、道德與合規小組委員會。

## 報告評估

根據所提供的資訊，主管部門將評估指控是否屬於我們《吹哨政策》的範圍，和/或是否需要就此提供更多資訊。

## 警示調查

如果該報告符合警示條件，則將進行調查以查明所指控的事實。此調查可透過多種方式進行，包括保密訪談、文件索取及審核。調查的持續時間將取決於許多因素，包括其複雜性。

## 關閉警示 – 補救行動計劃及後續跟進

在相關且適用的情況下，將採取適當的補救措施（例如更新政策或紀律處分）。

## 管理警示處理的關鍵原則

- **保密性**：所有警示均以最高機密性處理，其子部分僅與少數負有保密義務，且僅基於需知原則的人員共享；
- **公正性**：提出的每一項疑慮都得到嚴肅、尊重及正當程序的處理；
- **不報復**：禁止對吹哨人採取任何形式的報復行為。

K E R I N G

CREATIVITY IS OUR LEGACY



GUCCI | SAINT LAURENT | BOTTEGA VENETA | BALENCIAGA | MCQUEEN | BRIONI

BOUCHERON | POMELLATO | DODO | QEELIN | GINORI 1735

KERING EYEWEAR