

Standard di condotta aziendale



Attraverso ogni tazza, ogni conversazione,
ogni comunità - coltiviamo le possibilità
illimitate della connessione umana.

I NOSTRI VALORI

Quando siamo al meglio, performiamo attraverso
la lente dell'umanità:

ARTIGIANALITÀ

Sorprendiamo per l'attenzione ai dettagli - qualsiasi sia il nostro lavoro
Impariamo e insegniamo alla ricerca di crescita
Offriamo eccellenza con passione e creatività

RISULTATI

Raggiungiamo costantemente i nostri obiettivi con focus, tenacia ed integrità
Continuiamo a reinventare per essere sempre all'avanguardia
Superiamo le aspettative delle persone che serviamo

CORAGGIO

Accogliamo, con rispetto, le conversazioni difficili perché ci migliorano
Perseguiamo idee audaci anche oltre la nostra zona di comfort
Facciamo la cosa giusta, anche se è difficile

APPARTENENZA

Ascoltiamo ed entriamo in connessione con calore e trasparenza
Riconosciamo e accogliamo ogni persona per ciò che è
Ci trattiamo con dignità e attenzione

GIOIA

Il nostro lavoro è fonte di orgoglio e di divertimento mentre lo svolgiamo
Celebriamo noi stessi e i nostri successi
Creiamo buone vibrazioni per far emergere il meglio degli altri

Il successo reciproco per cui ci impegniamo collettivamente
Faremo del nostro meglio per:



Uno sguardo approfondito



Realizzare i nostri valori	6
Condivisione	8
Prendere la decisione giusta	10
Il luogo di lavoro	12
I rapporti interpersonali	13
La diversità	13
Pratiche aziendali	14
Conflitti di interesse	15
Regali e forme di intrattenimento	16
Corruzione e concussione	17
Attività internazionali	17
Rapporti con il governo	17
Pratiche di vendita e pubblicità	18
Concorrenza leale	18
Attività fraudolenta	18
Le nostre responsabilità	20
Titoli finanziari	21
Informazioni riservate	22
Proprietà intellettuale	22
Utilizzo e conservazione dei documenti aziendali	23
Protezione dei dati personali dei partner e dei clienti	24
Libri contabili e registri	24
Contabilità finanziaria, controlli interni e revisione dei conti	25
Attività politiche	25
Conformità con leggi e normative vigenti	26
Contatti	28

Realizzare i nostri valori



Perché esistono gli Standard di condotta aziendale?

- In qualità di azienda attiva a livello globale, abbiamo il dovere di rispettare i più elevati standard per una condotta e un comportamento etici
- Gli Standard ci aiutano a prendere decisioni nel nostro lavoro quotidiano
- Gli Standard dimostrano che prendiamo sul serio le nostre responsabilità etiche e giuridiche

A chi sono rivolti gli Standard?

- Gli Standard sono validi per tutti i partner, i funzionari e i membri dei consigli di amministrazione, così come per i collaboratori temporanei e i lavoratori autonomi
- Ci aspettiamo inoltre che i nostri collaboratori esterni seguano standard etici altrettanto elevati

I partner devono:

- Conoscere e rispettare gli Standard e le politiche aziendali relative agli incarichi a loro assegnati
- Porre domande quando sono incerti sulla linea di condotta da intraprendere
- Segnalare eventuali comportamenti scorretti sulla base di una testimonianza diretta o di un sospetto

I leader e i manager danno l'esempio

Standard anti-ritorsione

Starbucks non tollera ritorsioni o persecuzioni nei confronti dei partner che esprimono perplessità o domande in merito a una potenziale violazione degli Standard di condotta aziendale o delle politiche di

Condivisione



WHEN YOU REPORT A CONCERN

CONTACT

Partners can report concerns by calling the Ethics & Compliance Helpline or by visiting www.starbucks.com/helpline and filling out a customized form.



SUPPORT

The Ethics & Compliance Helpline is supported 24 hours a day by a neutral, third-party company. Partners can discuss their concerns with a trained specialist.

CONNECT

The report is forwarded to an Ethics & Compliance partner who works with the relevant party or department for investigation and any appropriate action.



INVESTIGATE

When a concern is brought forward, it will be addressed by a support partner from either Partner Relations or Ethics & Compliance, depending on the type of concern.

ACT

Partner Relations or Ethics & Compliance will share the investigation findings with the appropriate business or department leader, who will consult with Partner Relations to determine how best to address the concern.



PROTECT

Starbucks does not tolerate retaliation against a partner who raises concerns in good faith.

Prendere la decisione giusta



1. Identifica il problema etico

- Elenca possibili soluzioni ed eventuali ostacoli per la risoluzione del problema.

2. Chiedi consiglio ad altre persone, se appropriato

3. Individua l'approccio migliore

- È coerente con la nostra missione, i nostri standard e qualsiasi legge o regolamento in vigore?
- Che effetto ti fa immaginare che il tuo comportamento venga divulgato dai media?
- Sei a tuo agio nel pensare all'esempio che daresti per decisioni altrui in futuro?

4. Se non hai le idee chiare, chiedi a qualcuno di aiutarti

5. Porta a compimento la tua decisione

Hai la nostra fiducia

Sei in grado di offrire un servizio eccezionale al cliente se tieni a mente che Starbucks supporta sempre chi fa la cosa giusta e lavora con integrità.

Hai responsabilità

Il tuo ruolo è cruciale nel garantire che Starbucks offra un ambiente lavorativo sereno e che la sua cultura, la sua reputazione e il suo brand siano rispettati.

Puoi contare su di noi

Se hai bisogno di aiuto per decidere come agire in una determinata situazione, sfrutta le risorse a tua disposizione, come gli uffici Partner Resources o Etica e conformità.

Hai diritto a esprimerti

Quando pensi che qualcosa non sia giusto, dillo ed esprimi le tue perplessità; Starbucks è pronto all'ascolto e non tollera ritorsioni nei confronti dei partner.

Il luogo di lavoro



I rapporti interpersonali

In conformità con lo Standard internazionale dei diritti umani, Starbucks promuove le pari opportunità nelle sue pratiche di assunzione, prendendo decisioni legate all'assunzione, alla fidelizzazione e alla promozione esclusivamente in base a qualifiche, abilità e risultati professionali, nonché altri meriti.

Starbucks offre un luogo di lavoro libero dal lavoro minorile o forzato, con il diritto di non discriminazione in tutte le sue forme, pari retribuzione a parità di lavoro e condizioni di lavoro, salute e sicurezza favorevoli per tutti i partner. Rispettiamo inoltre il diritto dei nostri partner alla privacy, i principi della libertà di associazione e del diritto di partecipazione alla contrattazione collettiva.

In caso di assunzione di dipendenti di età inferiore ai diciotto anni, i manager devono rispettare tutte le limitazioni imposte da Starbucks o stabilite per legge, come l'età minima di ammissione al lavoro, l'orario lavorativo e gli incarichi assegnati, al fine di accertarsi che l'attività svolta non ostacoli l'educazione, la salute, la sicurezza e lo sviluppo psicofisico di questi partner.

Tutti i partner hanno il diritto di lavorare in un ambiente in cui non si verificano molestie, intimidazioni e discriminazioni. Molestie, intimidazioni e discriminazioni possono assumere molte forme, tra cui:

- Commenti, gesti o contatti fisici sgraditi
- Mostrare o far circolare, anche tramite posta elettronica, servizi di messaggistica e social media, immagini o altri materiali offensivi, denigratori o sessualmente espliciti o allusivi
- Scherzi, commenti o gesti offensivi o denigratori (espliciti o allusivi)
- Minacce e abusi verbali o fisici
- Trattamento meno favorevole sulla base di uno stato o una caratteristica personali tutelati
- Divulgazione pubblica di informazioni personali, sensibili o private di persone mirate
- Compromettere o mettere a repentaglio il lavoro, il rendimento sul lavoro o le opportunità di carriera di un'altra persona

La diversità

Starbucks promuove in maniera attiva un clima universalmente inclusivo, valorizzando le capacità, i punti di forza e le differenze uniche di ciascun individuo. La diversità è considerata un vantaggio strategico e competitivo per l'azienda.

Rispettiamo dunque la diversità di colleghi, clienti, fornitori e di tutti gli altri soggetti con i quali interagiamo. Puntiamo a essere una delle aziende più inclusive al mondo,

Pratiche aziendali



Conflitti di interesse

Tutti abbiamo il dovere di evitare situazioni che creino un conflitto di interesse. Un conflitto di interesse può verificarsi quando un collaboratore o un suo familiare ha un interesse personale, un'attività o una relazione che potrebbe interferire, o dare l'impressione di interferire, con la sua capacità di prendere decisioni obiettive nell'interesse di Starbucks.

I conflitti non sono sempre evidenti o facili da individuare. Ad esempio, i conflitti di interesse possono insorgere quando il collaboratore (o un familiare):

- Svolge attività che sono in concorrenza con gli interessi commerciali di Starbucks o sembrano esserlo
- Lavora o fornisce altri servizi (operando ad esempio come consigliere o consulente a pagamento) a un attuale fornitore, cliente, locatario o concorrente di Starbucks o a una persona che cerca di instaurare un rapporto commerciale con Starbucks
- Agisce per conto di qualcuno che non sia Starbucks in una transazione con Starbucks (ad esempio, aiuta qualcuno a vendere a Starbucks prodotti e/o servizi)
- Dispone di una proprietà o ha un interesse finanziario in un fornitore, cliente, locatore o concorrente di Starbucks
- Utilizza informazioni proprietarie o riservate dell'azienda per un guadagno personale o per favorire un'iniziativa imprenditoriale che coinvolge Starbucks
- Supervisiona, ha un rapporto di subordinazione diretto/indiretto o prende decisioni di carattere lavorativo in merito a un familiare o a un amico stretto che è a sua volta dipendente di Starbucks.
- Riceve o elargisce un qualunque regalo o favore non contemplato dal Global Gifts and Entertainment Standard.

Se un partner è a conoscenza o viene a conoscenza di un conflitto di interesse effettivo o potenziale, è tenuto a comunicarlo tempestivamente. Il partner deve segnalare la situazione al proprio manager o agli uffici Partner Resources o Etica e conformità. Molti conflitti possono essere evitati o gestiti in maniera adeguata se resi noti tempestivamente.

Regali e forme di intrattenimento

Starbucks si impegna a rispettare i più elevati standard etici in tutte le transazioni commerciali.

Starbucks definisce come omaggio aziendale un articolo offerto o fornito per il quale il destinatario non paga il valore totale. Gli omaggi aziendali possono presentarsi sotto molte forme, tra cui, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, regali, forme di intrattenimento, pasti, ospitalità, viaggi, sconti e altri favori.

Offrire o ricevere omaggi aziendali può essere spesso una consuetudine e un modo per esprimere gratitudine o un segno di buona volontà nei rapporti di lavoro. Tuttavia, offrire o ricevere omaggi aziendali quando sono coinvolti clienti, fornitori o altre parti terze con cui Starbucks collabora o potrebbe collaborare richiede un'attenta considerazione e nessun omaggio deve mai essere dato o accettato nel caso in cui possa influenzare i nostri rapporti professionali o le decisioni aziendali, creare un senso di obbligo o dare l'impressione di aver agito in tal senso.

Bisogna sempre essere consapevoli di come possa essere percepito dal pubblico, da altre entità con cui lavoriamo e da altri partner Starbucks l'atto di accettare od offrire un omaggio aziendale.

È necessario rispettare i limiti e i requisiti della politica aziendale applicabile, che in alcune situazioni può richiedere l'ottenimento di una preventiva approvazione per iscritto.

Il commercio di beni di valore con altre imprese, inclusi negozi e ristoranti, è severamente proibito.

Qualsiasi regalo od omaggio aziendale fornito deve essere accuratamente indicato nei registri finanziari della nostra azienda.

Se non si è certi dell'appropriatezza di un regalo o di un omaggio aziendale, è necessario consultare il proprio manager o gli uffici Partner Resources o Etica e conformità prima di intraprendere qualsiasi azione.

Regali a funzionari pubblici: Quando si conducono affari con funzionari pubblici, vi sono leggi rigorose e complesse. Offrire o dare regali anche solo di valore nominale (come articoli promozionali o pasti) a un funzionario pubblico potrebbe rappresentare una violazione della legge. Qualsiasi bene di valore offerto o dato a un funzionario o dipendente pubblico federale, statale o locale deve essere pre-approvato e deve essere conforme allo Standard globale anticorruzione dell'azienda.

Segnala subito presunti casi di corruzione o tentativi di corruzione direttamente all'ufficio Etica e conformità.

Corruzione e concussione

Starbucks compete con equità, onestà e integrità in tutte le aree in cui opera a livello mondiale. Non cerchiamo mai di ottenere un vantaggio commerciale sleale attraverso tangenti o altre forme di corruzione di qualsiasi tipo. Rispettiamo lo U.S. Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), lo UK Bribery Act (UKBA), nonché le leggi, le regole e le normative anticorruzione di tutti i paesi in cui operiamo, chiedendo di fare lo stesso ai nostri partner commerciali, agli appaltatori e a terze parti.

Ai partner è fatto divieto di offrire, promettere, dare o accettare contanti o equivalente in contanti oppure beni di valore per influenzare in modo improprio il risultato di qualsiasi decisione aziendale. Allo stesso modo, non consentiamo ai nostri agenti, intermediari o altre parti terze di farlo per nostro conto. Le tangenti non si limitano al contante. Possono essere considerati tangenti anche regali, viaggi, pasti, forme di intrattenimento, ospitalità, offerte di assunzione e donazioni benefiche o di natura politica.

Facciamo particolare attenzione quando valutiamo potenziali parti terze o lavoriamo con esse per rilevare eventuali rischi di corruzione. Riconosciamo che sussistono maggiori rischi di corruzione per quanto riguarda i rapporti con funzionari pubblici e prendiamo le misure adeguate per farvi fronte. I partner non devono mai offrire favori o pagamenti di agevolazione nelle negoziazioni con enti governativi o funzionari pubblici.

Attività internazionali

I partner devono ottemperare a tutte le norme locali e internazionali relative alla dogana e al commercio. Starbucks presenterà le transazioni commerciali alle agenzie governative in maniera accurata e veritiera. Tutte le informazioni che un partner fornisce a un qualsiasi funzionario doganale o agente assunto da Starbucks per facilitare le importazioni e le esportazioni devono essere accurate e veritiere.

Se conduci un'attività a livello internazionale per conto di Starbucks, accertati di avere una conoscenza approfondita di queste leggi e di conoscere a sufficienza i collaboratori esterni che operano per conto di Starbucks, al fine di garantire che prendano decisioni appropriate.

Rapporti con il governo

La politica di Starbucks è quella di interagire in modo onesto e corretto con le autorità governative e di ottemperare a richieste e procedure governative valide.

I pagamenti effettuati a qualsiasi agente o funzionario di governo all'estero devono essere conformi alle leggi degli Stati Uniti e del paese straniero in questione. I pagamenti effettuati da o per conto di Starbucks ad agenti o funzionari del governo all'estero devono riferirsi sempre e rigorosamente ai servizi che hanno fornito. L'importo deve inoltre essere ragionevolmente proporzionato alla natura di tali servizi.

È contro la politica di Starbucks (e può essere considerato atto illecito) offrire o effettuare un pagamento o un dono di qualsiasi tipo al fine di facilitare una procedura locale o influenzare un funzionario del governo locale. In nessun caso un partner può effettuare pagamenti contro la legge o indurre un funzionario di governo a instaurare un rapporto commerciale con Starbucks.

Se un governo o un suo rappresentante ti contatta per richiedere informazioni o effettuare un'ispezione, devi informare immediatamente il manager. Il manager sarà in grado di adottare le misure appropriate o contatterà la direzione di riferimento per ottenere indicazioni su come procedere.

È necessario essere sinceri e diretti nei rapporti con il governo ed è proibito obbligare o incoraggiare un altro partner o chiunque altro a fornire informazioni false o fuorvianti a qualsiasi funzionario o rappresentante governativo. I partner non devono obbligare né incoraggiare altri soggetti a distruggere documentazioni rilevanti per un'indagine. Alcuni partner saranno informati e istruiti regolarmente per agire in conformità con le leggi federali pertinenti, incluse le norme in materia di disciplina di lobbying e anticorruzione.

Pratiche di vendita e pubblicità

Starbucks punta sulla qualità dei propri prodotti e servizi in tutte le vendite e pubblicità. Le nostre comunicazioni ai clienti o potenziali clienti devono essere veritiere e accurate. Quando parliamo dei nostri prodotti e servizi, dobbiamo essere in grado di dimostrare la fondatezza di ciò che diciamo. Dobbiamo vendere la qualità di ciò che facciamo; non screditare i nostri concorrenti.

Concorrenza leale

Le leggi sulla concorrenza leale intendono promuovere una concorrenza dinamica nel libero mercato. È nell'interesse di Starbucks promuovere una concorrenza libera e aperta. Starbucks deve prendere le decisioni commerciali autonomamente, svincolato da intese o accordi con i concorrenti o i fornitori che limiterebbero la concorrenza. Il rispetto di queste leggi è di vitale importanza.

Durante lo svolgimento delle attività commerciali di Starbucks, tutti i partner devono:

- Evitare di parlare di prezzi, produzione o mercati con i concorrenti
- Evitare di impostare prezzi di vendita con clienti o fornitori
- Presentare sempre servizi e prodotti in maniera coerente con i nostri valori fondamentali
- Evitare di indurre terze parti a violare accordi esistenti
- Evitare sempre azioni che potrebbero essere interpretate come un tentativo di escludere concorrenti attuali e potenziali o di controllare i prezzi di mercato

Attività fraudolenta

Starbucks si impegna a rispettare i più elevati standard etici in tutte le transazioni, le relazioni e le partnership commerciali e vieta pertanto qualsiasi tipo di frode, tra cui appropriazione indebita di beni (furto), corruzione e dichiarazioni finanziarie e non finanziarie ingannevoli. I partner Starbucks sono tenuti a valutare e implementare processi e controlli anti-frode, a salvaguardare i nostri beni, ad agire in modo onesto e degno di fiducia nei rapporti e nelle divulgazioni commerciali, a rispettare le leggi e le normative applicabili e a segnalare qualsiasi comportamento scorretto interno o esterno, noto o sospetto.

Le attività fraudolente possono assumere diverse forme, tra cui:

- Il furto di beni tramite schemi interni o esterni, come l'appropriazione di incassi, il pagamento a fornitori o partner fittizi, la sottrazione di conti e l'emissione o il riscatto impropri di punti Starbucks Star Rewards.
- La rappresentazione non veritiera di ricavi, intenzionali stime al rialzo dei beni o una dichiarazione al ribasso delle passività.
- La falsificazione di report di garanzia della qualità, la manipolazione di documenti sulla salute e la sicurezza ambientale o la falsificazione di metriche sui clienti, come le vendite in punti vendita controllabili.



Le nostre responsabilità



Titoli finanziari

In qualità di partner, puoi venire a conoscenza di informazioni significative e riservate riguardanti l'attività di Starbucks, spesso chiamate "informazioni rilevanti non pubbliche". Finché sono in possesso di informazioni rilevanti non pubbliche, i partner non possono acquistare o vendere azioni, esercitare stock option seppur in assenza di contanti o negoziare qualsiasi altro titolo. Al fine di evitare eventuali problemi, l'espressione "informazioni rilevanti non pubbliche" deve essere interpretata nella sua accezione più ampia.

Alcuni esempi di informazioni rilevanti sono:

- Informazioni o risultati di natura finanziaria e operativa
- Sviluppo di nuovi prodotti o servizi
- Un'acquisizione, joint venture o fusione proposta o in sospeso
- Indagini governative
- Variazioni rilevanti nel personale
- Incidenti di sicurezza informatica, di privacy dei dati o di sicurezza alimentare

Le informazioni sono da considerarsi non pubbliche a meno che non siano già state divulgate pubblicamente in modo adeguato. Esempi di divulgazione adeguata sono gli archivi pubblici dell'autorità di regolamentazione degli strumenti finanziari e i comunicati stampa rilasciati dall'azienda. Ciò che potrebbe sembrare un'informazione pubblica potrebbe in realtà non esserlo. Ad esempio, le informazioni condivise da terze parti nei notiziari o sul sito Web di Starbucks potrebbero non essere considerate pubbliche per scopi legali.

Deve anche intercorrere un periodo di tempo adeguato per l'assorbimento delle informazioni da parte dei mercati. Le informazioni devono essere disponibili pubblicamente per almeno un intero giorno lavorativo prima di poter negoziare titoli di Starbucks. Negoziare titoli durante i periodi di trading soggetti a restrizioni stabiliti da Starbucks è inoltre vietato all'amministrazione e a determinati dirigenti e partner con regolare accesso a informazioni rilevanti non pubbliche.

Informazioni riservate

Le informazioni relative a Starbucks devono essere utilizzate solo per fini aziendali e non possono essere divulgate a nessuno al di fuori dell'azienda. Anche all'interno dell'azienda, solo le persone che hanno veramente bisogno di conoscere le informazioni per svolgere i propri incarichi dovrebbero avere accesso alle informazioni riservate. Se interrompi il rapporto lavorativo con Starbucks, devi restituire tutte le informazioni e le proprietà dell'azienda, incluse eventuali copie.

Le informazioni riservate includono dati sui fornitori, tecnologie di Starbucks, ricette, preparati, miscele di caffè, piani aziendali e di marketing, comunicazioni aziendali interne e informazioni su prodotti esistenti e futuri.

Le informazioni riservate devono:

- Essere conservate in un luogo sicuro e non essere lasciate in luoghi esposti
- Essere chiaramente contrassegnate come riservate
- Non essere inviate a scanner, stampanti o fax incustoditi
- Non essere discusse in luoghi poco riservati, dove altre persone potrebbero sentire

Proprio come si prende cura di proteggere le proprie informazioni, Starbucks rispetta le informazioni degli altri.

Queste sono alcune regole base da seguire:

- Non portare all'interno di Starbucks materiali del datore di lavoro precedente
- Non accettare o usare alcuna informazione riservata appartenente ad altri (o concordare di mantenerla segreta), fatto salvo il caso in cui sia richiesto da una specifica disposizione commerciale. Qualsiasi accordo di utilizzo delle informazioni riservate di un'altra parte deve essere documentato da un accordo scritto e approvato da un vicepresidente.
- Non chiedere a dipendenti o fornitori che lavorano o hanno lavorato per un'altra azienda di rivelare informazioni riservate di tale azienda, fatto salvo il caso in cui sia richiesto da uno specifico accordo commerciale con Starbucks
- Non farsi coinvolgere nello spionaggio: ottenere informazioni di mercato in maniera trasparente

Proprietà intellettuale

I contenuti creati per Starbucks in qualità di partner appartengono all'azienda. Tra questi sono inclusi invenzioni, scoperte, idee, miglioramenti, programmi software, illustrazioni e opere d'autore. Questa produzione è proprietà di Starbucks se è stata creata o sviluppata, in tutto o in parte, nell'orario lavorativo, come parte dell'incarico o attraverso l'utilizzo di risorse o informazioni aziendali. I partner devono comunicare per iscritto e tempestivamente qualsiasi produzione e collaborare con gli sforzi dell'azienda per assicurare la protezione di Starbucks.

Per garantire che Starbucks possa avvalersi del lavoro svolto da consulenti esterni, è essenziale che ci sia un'autorizzazione o un accordo scritto adeguato prima dell'inizio della prestazione.

Ricorda inoltre che i nostri brand, incluso il nome Starbucks, sono estremamente importanti per il successo dell'azienda. I brand sono fragili e devono essere utilizzati con cautela e protetti da usi impropri. Consulta le linee guida di Starbucks per il corretto utilizzo del trademark.

Quando Starbucks utilizza il risultato del lavoro di altri, inclusi prodotti artistici e musicali, deve anche assicurarsi di seguire le regole. Ad esempio, utilizza solo software per i quali disponi di una licenza valida e segui i relativi termini del contratto di licenza. Musica e materiali scritti possono essere soggetti a protezione di copyright e possono essere copiati solo se consentito. Usa la massima cautela, in quanto non tutti i materiali protetti da copyright includono una segnalazione in proposito.

Utilizzo e conservazione dei documenti aziendali

L'Information and Records Management Standard – Global di Starbucks dichiara che i partner devono gestire le informazioni al fine di soddisfare i bisogni dell'azienda, assicurando allo stesso tempo efficienza, sicurezza e conformità con qualsiasi requisito legale o normativo contrattuale e commerciale. La presente norma si applica alle documentazioni di qualsiasi tipo conservate da Starbucks, comprese quelle cartacee ed elettroniche.

Se sei responsabile della preparazione o manutenzione di una documentazione di Starbucks, acquisisci familiarità con lo Starbucks Information Protection Services & Record Management Handbook (manuale IRM), la Starbucks Record Retention Schedule – Global (SRRS) e informati in particolare sui periodi che si applicano alla conservazione delle documentazioni. Tieni inoltre presente che esistono norme rigorose in materia di elaborazione e gestione di informazioni private e segrete. Questo ambito include le operazioni di raccolta, archiviazione, utilizzo, modifica, divulgazione e distruzione di informazioni.

- Le documentazioni devono essere sempre preparate in modo preciso e affidabile, e archiviate correttamente in conformità con il manuale IRM e l'SRRS - Global
- Le documentazioni devono riportare accuratamente e in maniera trasparente tutte le transazioni eseguite e altri eventi, nei termini dei sistemi documentali e di contabilità approvati da Starbucks.
- Tutti i fondi e i beni aziendali devono essere riportati e non è ammesso alcun tipo di valore non registrato, indipendentemente dalla sua ragione d'essere.

Non è permesso distruggere o eliminare intenzionalmente informazioni soggette a obbligo di conservazione oppure oggetto di indagini o revisioni. Le documentazioni relative a un'azione legale non possono essere distrutte o eliminate e devono essere conservate. Se Starbucks riceve una citazione in giudizio (o altre forme di atto giudiziario), una richiesta di certificazioni o di altri documenti legali, oppure se ha motivo di credere che una tale richiesta o sollecitazione sia prossima, la politica aziendale è quella di procedere alla raccolta di tutte le informazioni pertinenti al caso.

Protezione dei dati personali dei partner e dei clienti

Starbucks dispone di risorse informative, incluse informazioni personali e sensibili che sono di vitale importanza per le operazioni dell'azienda, per mantenere la fiducia dei nostri clienti e rafforzare il nostro futuro. Queste informazioni personali possono essere ospitate in sistemi informatici digitali, reti o dispositivi di backup, o possono essere registrate su carta o altri supporti di registrazione.

Lo Standard globale sulla privacy di Starbucks richiede che raccolta, archiviazione, usi, condivisione, trasferimenti e divulgazione dei dati personali siano strettamente controllati e protetti. Inoltre, è necessario adottare misure ragionevoli per garantire che i fondamentali principi della privacy e della sicurezza siano seguiti in tutta l'azienda quando si gestiscono le informazioni personali di partner e clienti.

Le misure ragionevoli comprendono:

- Garantire il rispetto di tutte le leggi e normative internazionali, federali, statali/provinciali e locali applicabili, nonché delle disposizioni contrattuali applicabili.
- Proteggere i diritti dei nostri clienti, partner e contatti aziendali.
- Proteggere Starbucks dal rischio di una violazione dei dati.

Qualsiasi sospetto incidente relativo alla privacy dei dati deve essere immediatamente segnalato al Global Privacy Office all'indirizzo Privacy@starbucks.com oppure al proprio help desk locale.

Libri contabili e registri

Tutti i partner devono garantire la precisione e l'integrità delle documentazioni aziendali di Starbucks. Questo implica l'affidabilità e la precisione di libri contabili e registri, nonché l'onestà, l'accuratezza, la puntualità e la chiarezza delle divulgazioni pubbliche. Ciò include il fatto di riflettere correttamente, e in modo ragionevolmente dettagliato, le passività, i

ricavi, i costi e le spese, nonché tutte le transazioni e i cambiamenti relativi ad attività e passività.

I libri contabili, i rendiconti finanziari e i registri di Starbucks devono essere conservati in conformità con i requisiti di legge e i principi di contabilità ammessi generalmente. Tutte le attività e passività di Starbucks devono essere correttamente registrate nei libri contabili pertinenti, mentre ricavi e costi devono essere registrati nei periodi di tempo previsti dalla legge e in conformità con le regole e i requisiti dei principi contabili ammessi generalmente (GAAP, Generally Accepted Accounting Principles).

Contabilità finanziaria, controlli interni e revisione dei conti

Eventuali perplessità riguardanti contabilità, controlli interni o revisione dei conti devono essere prontamente segnalate tramite la helpline Etica e conformità. Le segnalazioni possono essere effettuate in forma anonima e saranno trattate in modo confidenziale.

A seconda di come vengono classificate, le segnalazioni di questo tipo verranno indirizzate all'ufficio Etica e conformità, al responsabile di Etica e conformità, al consiglio generale della sede centrale di Starbucks negli Stati Uniti, all'Audit and Compliance Committee del consiglio amministrativo o al direttore indipendente in carica come presidente del consiglio.



Conformità con leggi e normative vigenti



Starbucks si impegna a ottemperare pienamente alle leggi, alle regole e alle normative dei paesi in cui opera. È necessario rispettare tutte le leggi, norme e regolamenti vigenti durante lo svolgimento del proprio lavoro.

Se pensi che vi siano incompatibilità tra gli standard aziendali e una legge, regola o normativa, oppure se hai domande riguardo alla legittimità della tua condotta o quella di altri partner, rivolgiti al manager o all'ufficio Etica e conformità.



Gli standard e le politiche qui indicate non esauriscono tutte le norme vigenti che riguardano Starbucks e non sono una spiegazione comprensiva e completa delle leggi in vigore che Starbucks e i suoi partner devono rispettare in un paese specifico. Tutti i partner di Starbucks hanno l'obbligo permanente di conoscere le leggi vigenti relative alle loro responsabilità lavorative e alle politiche di Starbucks. La violazione di tali norme, politiche di Starbucks o leggi può dare adito ad azioni disciplinari che possono arrivare fino al licenziamento.

Qualsiasi deviazione dagli Standard di condotta aziendale richiede la preventiva approvazione scritta del responsabile dell'ufficio Etica e conformità o, in alcuni casi, del consiglio di amministrazione o di un relativo comitato. Se richiesto dalla legge vigente, la non osservanza degli standard sarà prontamente segnalata nelle modalità previste dalla legge.

Gli standard e le politiche qui riportate possono subire modifiche occasionali. Per ottenere la versione più recente, i partner devono accedere agli Standard di condotta aziendale pubblicati su www.Starbucks.com.

Contatti



La webline e la helpline Etica e conformità sono risorse disponibili per i partner che hanno domande o perplessità. Sono attive 24 ore al giorno, sette giorni su sette e, se richiesto, possono mettere a disposizione un interprete.

Webline Etica e conformità

www.starbucks.com/Helpline

Helpline Etica e conformità

Continente americano

Stati Uniti 1 888-803-1477

Canada - Inglese 1 888-803-1477

Canada - Francese 1 888-803-1477

Costa Rica 00 8000 825 0924

Asia-Pacifico

Hong Kong 006 8000 825 0924

Giappone 81 120-491-604

Cina

Cina 400-990-1441

Europa, Medio Oriente e Africa

Austria 00 8000 825 0924

Italia 00 8000 825 0924

Paesi Bassi 00 8000 825 0924

Svizzera 8000 825 0924

Regno Unito 00 8000 825 0924



© 2024 Starbucks Coffee Company. Tutti i diritti riservati.

Il 30% di questo opuscolo è stato realizzato con materiale riciclato.