



CODICE ETICO

Guido Berlucchi & C. S.p.A.

INDICE

| | |
|--|-----------|
| PREMESSA | 4 |
| Finalità e contenuto | 4 |
| Il rapporto con gli stakeholders | 4 |
| Il valore della reputazione e della credibilità aziendale | 4 |
| Valore contrattuale del Codice Etico..... | 5 |
| Aggiornamenti del Codice Etico..... | 5 |
| PARTE I DISPOSIZIONI GENERALI | 6 |
| Art. 1 – Natura del Codice Etico..... | 6 |
| Art. 2 – Ambito d’applicazione e Destinatari | 6 |
| PARTE II PRINCIPI ETICI DI RIFERIMENTO | 7 |
| Art. 3 – Legalità, Responsabilità e Disciplinare di produzione..... | 7 |
| Art. 4 – Principio di fedeltà..... | 7 |
| Art. 5 – Valore della persona..... | 7 |
| Art. 6 – Correttezza, lealtà e collaborazione..... | 8 |
| Art. 7 – Imparzialità e principio di non discriminazione..... | 8 |
| Art. 8 – Conflitto di interessi | 8 |
| Art. 9 – Salute e sicurezza..... | 8 |
| Art. 10 – Ambiente e sviluppo sostenibile..... | 9 |
| Art. 11 – Riservatezza delle informazioni | 9 |
| Art. 12 – Tutela del patrimonio aziendale | 9 |
| Art. 13 – Tutela del nome e del logo | 10 |
| Art. 14 – Regali, omaggi e benefici | 10 |
| Art. 15 – Efficienza | 10 |
| Art. 16 – Spirito di servizio | 10 |
| Art. 17 – Valorizzazione delle risorse umane | 10 |
| Art. 18 – Sistema di controllo interno..... | 10 |
| Art. 19 – Rapporto con i Soci | 11 |
| PARTE III NORME DI COMPORTAMENTO | 12 |
| Capo I “Rapporti con i dipendenti” | 12 |
| Art. 20 – Selezione dei dipendenti | 12 |
| Art. 21 – Formazione e valutazione dei dipendenti..... | 13 |

| | |
|--|----|
| Art. 22- Obblighi e doveri dei dipendenti..... | 13 |
| Capo II “Rapporti con la Pubblica Amministrazione” | 15 |
| Art. 23 - Legalità e imparzialità..... | 15 |
| Art. 24- Trattative di affari..... | 15 |
| Art. 25 - Contributi, sovvenzioni e permessi | 15 |
| Art. 26 - Regali, omaggi, sponsorizzazioni | 16 |
| Capo III “Rapporti con i fornitori” | 17 |
| Art. 27 - Scelta del fornitore | 17 |
| Art. 28 - Trasparenza, eguaglianza, lealtà, diligenza nell'esecuzione dei contratti e libera concorrenza | 17 |
| Art. 29 - Conoscenza e osservanza del Codice Etico..... | 18 |
| Capo IV “Rapporti con i collaboratori esterni e i consulenti”..... | 19 |
| Art. 30 - Correttezza, buona fede e lealtà..... | 19 |
| Art. 31 - Conoscenza e osservanza del Codice Etico..... | 19 |
| Capo V “Rapporti con i clienti” | 20 |
| Art. 32 - Trasparenza e correttezza | 20 |
| Art. 33 - Contratti e comunicazioni | 20 |
| Art. 34 - Qualità e customer satisfaction..... | 20 |
| Art. 35 - Qualità dei prodotti | 21 |
| PARTE IV MODALITÀ DI ATTUAZIONE E CONTROLLO | 22 |
| Art. 36 - Diffusione del Codice Etico | 22 |
| Art. 37- Efficacia del Codice Etico e sanzioni | 22 |
| Art. 38 - Whistleblowing..... | 22 |
| PARTE V MODALITÀ DI ATTUAZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO | 24 |
| Art. 39 - Istituzione dell’Organismo di Vigilanza | 24 |
| Art. 40 - Istituzione dell’Organismo di Vigilanza | 24 |
| Art. 41 - Funzioni di Audit | 24 |
| Art. 42 - Segnalazioni | 24 |
| Art. 43 - Sistema disciplinare..... | 25 |
| PARTE V DISPOSIZIONI FINALI..... | 26 |
| Art. 44 - Adozione del Codice Etico | 26 |

Premessa

Finalità e contenuto

Il Codice Etico di Guido Berlucchi & C. S.p.A. (di seguito anche solo “Berlucchi” o “Società”) ha l’obiettivo di stabilire le norme che disciplinano il comportamento etico di tutti i dipendenti e soci nello svolgimento quotidiano del proprio lavoro:

- Esprime l’insieme dei valori e dei principi di condotta ai quali si ispira l’attività dell’ente.
- Raccomanda, promuove o vieta comportamenti richiamandone l’osservanza da parte dei soggetti interni alla società.
- Informa i soggetti esterni circa i principi di deontologia aziendale che la società riconosce come propri e sui quali richiama l’osservanza da parte dei propri interlocutori (interni ed esterni alla società).
- Prevede sanzioni proporzionate alla gravità delle infrazioni commesse;
- Costituisce un valido codice di comportamento per accrescere la coscienza e la conoscenza della policy aziendale da parte dei dipendenti.

Tutti i principi qui esposti, previa verifica di compatibilità con la natura e modalità di ciascun rapporto, saranno estesi alle relazioni intercorrenti tra **Berlucchi** e i propri contraenti, subcontraenti, fornitori, consulenti, dipendenti, soci e tirocinanti con o senza retribuzione, ai sensi della normativa e legislazione in vigore.

Del Codice Etico è data ampia diffusione interna mediante affissione in luogo accessibile a tutti pubblicato e scaricabile dal sito aziendale e messo a disposizione di qualunque interlocutore dell’azienda.

La società si impegna altresì a richiamare l’osservanza delle disposizioni del presente Codice Etico in tutti i rapporti economici da essa instaurati.

Il rapporto con gli stakeholders

Il Codice Etico intende, in particolare, indirizzare la condotta dell’azienda alla cooperazione ed alla fiducia nei confronti degli stakeholders, cioè di quelle categorie di individui, gruppi ed istituzioni il cui apporto risulti necessario per la realizzazione della missione aziendale e/o i cui interessi siano influenzati direttamente o indirettamente dall’attività di **Berlucchi**.

Berlucchi e i suoi dipendenti si impegnano pertanto al rispetto delle leggi, all’onestà, alla lealtà e alla trasparenza.

Il valore della reputazione e della credibilità aziendale

La reputazione e la credibilità costituiscono delle risorse immateriali fondamentali. La buona reputazione e la credibilità aziendale favoriscono gli investimenti, i rapporti con le istituzioni locali, la fedeltà dei clienti, lo sviluppo delle risorse umane, la correttezza e l’affidabilità dei fornitori.

Nello svolgimento di qualunque attività aziendale, i comportamenti non improntati all’etica compromettono il rapporto di fiducia fra la società ed i propri portatori di interesse. A tale fine,

non sono etici e favoriscono, al contrario, l'instaurarsi di comportamenti ostili e non trasparenti nei confronti di Berlucchi, le condotte e gli atteggiamenti di chiunque, singolo od organizzazione, appartenente o in rapporto di collaborazione esterna con la società, cerchi di procurare un indebito vantaggio o interesse per sé, per Berlucchi o per una società controllata o partecipata da essa o soggetta al medesimo controllo.

Per comportamenti non etici si intendono sia quelli che violano normative di legge sia quelli che si pongono in contrasto con regolamenti e procedure interne.

Valore contrattuale del Codice Etico

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti dell'azienda ai sensi e per gli effetti degli articoli 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile.

La grave e persistente violazione delle norme del presente Codice lede il rapporto di fiducia instaurato con l'azienda e può portare ad azioni disciplinari e di risarcimento del danno, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure previste dall'art. 7 della L.300/1970 (Statuto dei lavoratori) e dai contratti collettivi di lavoro.

Aggiornamenti del Codice Etico

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti dell'azienda ai sensi e per gli effetti degli articoli 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile.

Con delibera del Consiglio di Amministrazione, il Codice può essere modificato e integrato, anche sulla scorta dei suggerimenti e delle indicazioni provenienti dall'Organismo di Vigilanza.

Il presente Codice Etico è strutturato in cinque parti:

- Parte I, dedicata alle disposizioni generali, in cui sono indicati la natura, l'ambito di applicazione e i destinatari del Codice Etico;
- Parte II, che esplica i principi etici di riferimento, cioè quei valori ritenuti fondamentali dalla Società, ai quali tutti i Destinatari devono attenersi e ispirarsi nel perseguimento delle finalità aziendali;
- Parte III, che detta le norme di comportamento, alle quali i destinatari del Codice Etico devono conformarsi nello svolgimento delle proprie attività;
- Parte IV, relativa ai meccanismi di attuazione e di controllo dell'effettiva applicazione del Codice Etico;
- Parte V, che prevede le modalità di adozione e di aggiornamento del Codice Etico.

Parte I Disposizioni Generali

Art. 1 – Natura del Codice Etico

1. Il presente Codice Etico (di seguito, per brevità, anche il “Codice”) è stato redatto, ai sensi del D. Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, per esplicitare, insieme al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, un insieme di misure e procedure idonee a ridurre il rischio di commissione di reati all’interno dell’organizzazione aziendale.

2. Il Codice è, inoltre, adottato al fine di assicurare che i principi etici, in base ai quali opera **Berlucci** (di seguito, per brevità, la “Società”) siano chiaramente evidenziati quale fondamento imprescindibile della cultura e del comportamento aziendale. Essi, quindi, dovranno ispirare l’attività di tutti coloro che lavorano per la Società, tenendo sempre presente i ruoli, le funzioni e le responsabilità ad essi affidati per la realizzazione degli scopi societari.

Art. 2 – Ambito d’applicazione e Destinatari

1. Il presente Codice si applica a tutti i soggetti definiti come “Destinatari”.

2. Sono considerati “Destinatari” e sono tenuti quindi a rispettare le disposizioni presenti in questo Codice Etico nelle parti per loro applicabili:

- a. il personale dipendente;
- b. i dirigenti;
- c. gli amministratori;
- d. tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, operano per la Società (in particolare collaboratori e consulenti esterni).

Parte II Principi etici di riferimento

Art. 3 – Legalità, Responsabilità e Disciplinare di produzione

1. Nella realizzazione della missione aziendale i comportamenti di tutti i destinatari del presente Codice devono essere ispirati dall'etica della responsabilità. I Destinatari devono conoscere e rispettare le leggi e i regolamenti vigenti in tutti i Paesi in cui Berlucchi opera. In nessun caso l'interesse della Società può essere perseguito o realizzato in violazione delle disposizioni legislative.

2. La gestione caratteristica della Società impone il rispetto rigoroso e puntuale del **Disciplinare di produzione dei vini a denominazione di origine controllata e garantita "Franciacorta"**. I principi, le norme e le modalità di produzione indicate nel suddetto Disciplinare, rappresentano essi stessi un sistema di regole che individua esattamente i controlli necessari per rispettare i requisiti di legge e garantire un livello qualitativo elevato per i consumatori. La Società effettua un monitoraggio continuo e documentato sulle proprie attività, al fine di garantire il rispetto del Disciplinare di produzione.

3. Al contempo, la Società si impegna a formare e sensibilizzare costantemente i Destinatari in merito alle disposizioni del Codice Etico e sulle sanzioni da esso derivanti.

Art. 4 – Principio di fedeltà

1. La Società ha instaurato un rapporto di fiducia e fedeltà reciproca con ciascun Destinatario. Perciò, il rispetto delle norme del presente Codice Etico deve essere considerato da parte dei Destinatari come parte essenziale delle proprie obbligazioni sociali.

2. In particolare, con riguardo all'obbligo di fedeltà, è fatto divieto per i dipendenti, durante la persistenza del rapporto contrattuale, di:

- a. avere rapporti di lavoro, incarichi di consulenza con terzi, in particolare clienti e concorrenti, se questi sono incompatibili con le attività svolte per conto della Società, salvo che la Società li abbia autorizzati per iscritto; sono ritenute incompatibili, a titolo di esempio, quelle attività che possono comportare conflitti di interessi con la Società, che richiedono operazioni anche durante l'orario di lavoro presso la Società, che sono svolte in orari che possono condizionare la sicurezza e la prestazione lavorativa presso la Società;
- b. svolgere attività incompatibili con i propri doveri d'ufficio o comunque contrarie agli interessi della Società.

Art. 5 – Valore della persona

1. La Società propugna un impiego delle risorse umane che rispetti e valorizzi le caratteristiche individuali, tuteli le diversità e si fondi principalmente sull'utilizzo del dialogo e dell'ascolto, nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita professionale.

2. Tutti i Destinatari del presente Codice, nel perseguimento delle finalità aziendali, devono rispettare la dignità delle persone e la loro sfera privata. Molestie e offese di qualsiasi natura non

sono infatti tollerate. Essi devono, inoltre, mantenere all'interno dell'azienda un clima di rispetto reciproco.

Art. 6 – Correttezza, lealtà e collaborazione

1. La correttezza, la lealtà e la collaborazione costituiscono principi fondamentali per Berlucci.
2. I Destinatari del presente Codice devono svolgere la propria attività nel rispetto dei principi di condotta indicati. Il principio della correttezza implica il rispetto dei diritti, anche sotto il profilo della privacy e delle opportunità, di tutti i soggetti che risultino coinvolti nelle attività lavorative e professionali. Berlucci si impegna pertanto ad agire in modo equo ed imparziale, adottando lo stesso comportamento verso tutti gli interlocutori con i quali entra in contatto, pur nelle differenti forme di relazione e comunicazione richieste dalla natura e dal ruolo istituzionale dei diversi interlocutori.
3. Nelle relazioni interne e esterne, la Società esige che non si verifichino comportamenti molesti atti a:
 - a. creare un ambiente di lavoro ostile;
 - b. interferire ingiustificatamente con il lavoro altrui;
 - c. creare ostacoli/impedimenti alla crescita professionale altrui.

Art. 7 – Imparzialità e principio di non discriminazione

1. Nelle relazioni con i suoi interlocutori, interni e esterni, la Società si impegna a evitare ogni discriminazione avente ad oggetto:
 - a. età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute, disabilità, lingua, etnia e nazionalità;
 - b. convinzioni personali, politiche, filosofiche o religiose;
 - c. eventuale adesione o meno ad un'associazione sindacale; eventuale ritiro dalla stessa.

Art. 8 – Conflitto di interessi

1. Per conflitto di interessi si intende:
 - a. qualunque situazione in cui il perseguimento dell'interesse personale sia contrastante rispetto all'interesse o alle finalità aziendali;
 - b. qualunque situazione in cui ogni Destinatario possa trarre vantaggio o profitto indebito da opportunità conosciute nello svolgimento della propria attività aziendale.
2. I Destinatari del presente Codice devono sempre agire, evitando situazioni o attività in cui essi sono o possono apparire in conflitto di interessi.
3. Nell'ipotesi in cui un Destinatario si trovi in una situazione di conflitto di interessi, deve astenersi da prendere o concorrere in decisioni/deliberazioni afferenti alla materia cui attiene il conflitto, dichiarando espressamente la propria situazione.

Art. 9 – Salute e sicurezza

1. La Società si impegna a rispettare scrupolosamente le normative previste in materia di salute e sicurezza, nonché ad applicarle all'interno dei luoghi di lavoro.

2. La Società, al fine di preservare la salute, la sicurezza e l'integrità fisica dei Destinatari, s'impegna a consolidare e a diffondere la cultura della sicurezza, sviluppando una maggiore consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili.

3. Berlucci assicura la massima collaborazione da parte dei propri collaboratori e dipendenti nei confronti del Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione e di chiunque voglia ispezionare e controllare i locali e i relativi impianti di lavoro.

Art. 10 – Ambiente e sviluppo sostenibile

1. Berlucci si impegna ad agire nel rispetto delle normative vigenti in materia di tutela ambientale. La Società è attenta alle problematiche ambientali, perciò:

- a. applica le migliori tecnologie disponibili, minimizzando così gli impatti ambientali causati, direttamente o indirettamente, dall'attività dei propri impianti produttivi;
- b. sviluppa le proprie attività, ottimizzando l'utilizzo delle risorse naturali;
- c. preserva l'ambiente circostante, adottando tecnologie eco-efficienti.

2. La Società esige che i Destinatari del presente Codice, coinvolti in processi operativi che possano avere ripercussioni ambientali, svolgano il proprio lavoro in modo coscienzioso e rispettando le normative vigenti.

Art. 11 – Riservatezza delle informazioni

1. Berlucci, uniformandosi alle prescrizioni in materia di protezione dei dati personali previste dal Regolamento Europeo 2016/679 ("Gdpr"), dal D. Lgs. 30/06/2003 n. 196 ("Codice Privacy") come modificato e integrato dal D. Lgs. 101/2018, e dalle successive modifiche ed integrazioni, garantisce che il trattamento dei dati personali e delle informazioni riservate, raccolte e conservate dalla Società, è diretto esclusivamente ad espletare le finalità attinenti all'esercizio della propria attività.

2. I destinatari del presente Codice si impegnano ad agire in conformità con la Politica aziendale di sicurezza dei dati predisposta dalla Società e a tutelare la riservatezza dei dati personali raccolti e trattati.

Art. 12 – Tutela del patrimonio aziendale

1. Al fine dell'espletamento dei propri compiti, a ciascun Destinatario sono affidati beni, fisici ed immateriali, e risorse, materiali o immateriali, di cui è direttamente e personalmente responsabile.

2. I beni aziendali infatti devono essere impiegati sempre conformemente alle leggi vigenti, al presente Codice e alle esigenze di funzionalità ed efficienza, nonché con diligenza e con una condotta responsabile e di tutela degli stessi, evitando che terzi possano farne un uso improprio.

3. È fatto divieto, mediante i sistemi informativi, di interferire con la produttività propria o di altri, o di accedere a siti non correlati con l'attività lavorativa.

4. Al fine di tutelare la proprietà intellettuale e industriale, la Società esige, inoltre, che ogni Destinatario rispetti la riservatezza delle scelte strategiche, adottate dalla Società, e del *know-how* scientifico, produttivo e commerciale della stessa.

Art. 13 – Tutela del nome e del logo

1. I Destinatari del presente Codice Etico non devono commettere azioni capaci di mettere in pericolo o compromettere i valori, l'immagine e il buon nome della Società.
2. Tutti i Destinatari sono inoltre tenuti ad evitare qualsiasi utilizzo del nome e del logo di Berlucchi con modalità che non siano conformi alle finalità aziendali e che comunque possano arrecare pregiudizio al prestigio e al buon nome della Società.

Art. 14 – Regali, omaggi e benefici

1. Berlucchi, nel perseguimento delle proprie finalità aziendali, ritiene che l'insieme dei principi etici e dei valori espressi finora in questo Codice debba ispirare l'attività di tutti coloro che operano nella Società. Perciò, il personale dipendente non può in alcun modo richiedere, accettare e/o offrire regali, omaggi e benefici da/a soggetti terzi al fine di ottenere o concedere un vantaggio.
2. La Società ammette, invece, la possibilità di ricevere o offrire omaggi, regali o benefici di modica cifra conformemente agli usi commerciali, che non siano in grado di condizionare il giudizio e l'operato dei dipendenti e/o dei terzi.

Art. 15 – Efficienza

1. Il principio dell'efficienza richiede che in ogni attività lavorativa venga realizzata l'economicità della gestione delle risorse impiegate nello svolgimento dei processi aziendali e venga assunto l'impegno di offrire servizi adeguati rispetto alle esigenze dei Clienti e secondo gli standard più avanzati.
2. Berlucchi si impegna a garantire costantemente l'efficacia e l'efficienza dei processi aziendali, mediante la predisposizione ed il rispetto di programmi per il miglioramento continuo della qualità dei servizi forniti attraverso l'adozione di soluzioni tecnologiche ed organizzative volte a coniugare la soddisfazione delle esigenze dei propri Clienti con l'efficienza ed economicità della gestione.

Art. 16 – Spirito di servizio

1. Il principio dello spirito di servizio implica che ciascun destinatario del Codice sia sempre orientato, nei propri comportamenti, alla collaborazione e alla condivisione della missione aziendale.

Art. 17 – Valorizzazione delle risorse umane

1. Le risorse umane rappresentano un fattore fondamentale per lo sviluppo dell'azienda. Pertanto Berlucchi ne tutela e ne promuove la crescita professionale allo scopo di accrescere il patrimonio di competenze possedute.

Art. 18 – Sistema di controllo interno

1. Nel rispetto della normativa vigente e nell'ottica della pianificazione e della gestione delle attività aziendali tese all'efficienza, alla correttezza, alla trasparenza ed alla qualità, Berlucchi adotta misure organizzative e di gestione idonee a prevenire comportamenti illeciti o comunque contrari alle regole di questo Codice da parte di qualunque soggetto che agisca per l'azienda.

In relazione all'estensione dei poteri delegati, la società attua modelli di organizzazione, gestione e controllo che prevedano misure idonee a garantire lo svolgimento delle attività nel rispetto della legge e delle regole di comportamento del presente Codice, a scoprire ed eliminare tempestivamente le situazioni di rischio.

2. Per la verifica e l'applicazione delle norme contenute nel presente Codice è istituito un apposito Organismo di Vigilanza.

L'Organismo di Vigilanza assiste il CDA nella fissazione e nell'aggiornamento degli indirizzi del sistema di controllo interno, nella valutazione sull'adeguatezza e sull'effettivo funzionamento del medesimo e nella analisi dei rischi aziendali e svolge gli ulteriori compiti successivamente indicati nel presente Codice.

3. I modelli di organizzazione, al fine di prevenire il rischio di commissione dei reati dai quali possa derivare la responsabilità della società ai sensi del D. Lgs. 231/2001, prevedono che siano individuate quali attività nel cui ambito possono essere commessi reati, tutte le attività aziendali riconducibili ai processi principali ed ai processi di supporto; siano definite le responsabilità riferite all'attuazione ed al relativo controllo e siano attribuite le funzioni di Audit all'Organismo di Vigilanza, al quale vengono riportate segnalazioni, eventuali violazioni, risultati di verifiche.

4. L'Organismo di Vigilanza verifica periodicamente l'adeguatezza e l'effettivo funzionamento del sistema di controllo interno ed esegue gli interventi ritenuti necessari ed opportuni per assicurarne il miglior funzionamento.

Tale sistema si avvale di una attività di controllo svolta dalle singole funzioni rispetto ai procedimenti ed alle attività di propria competenza e dell'attività delle funzioni di Audit attribuite all'Organismo di Vigilanza nell'ambito delle specifiche competenze.

Esse hanno il compito di valutare e contribuire al miglioramento dei processi di risk management e di governance, verificando il sistema di controllo interno in tema di efficacia ed efficienza delle operazioni, di salvaguardia del patrimonio aziendale nonché di conformità a leggi, regolamenti e procedure interne.

Art. 19 – Rapporto con i Soci

- 1.** Berlucci, consapevole dell'importanza del ruolo rivestito dal socio, si impegna a fornire informazioni accurate, veritiere e tempestive ed a migliorare le condizioni della sua partecipazione, nell'ambito delle sue prerogative, alle decisioni societarie.
- 2.** Costituisce impegno dell'azienda tutelare ed accrescere il valore della propria attività, a fronte dell'impegno posto dai soci con i loro investimenti, attraverso la valorizzazione della gestione, il perseguimento di elevati standard negli impieghi produttivi e della solidità del patrimonio. L'azienda si impegna altresì a salvaguardare e custodire le risorse ed i beni aziendali.

Parte III Norme di comportamento

Capo I “Rapporti con i dipendenti”

Art. 20 – Selezione e gestione dei dipendenti

1. Il processo di selezione del personale dipendente è effettuato nel rispetto delle pari opportunità, rifiutando qualunque forma di nepotismo, favoritismo o clientelismo.
2. Il processo di selezione si fonda esclusivamente sulla corrispondenza delle caratteristiche professionali ed attitudinali dei candidati al *job profile* ricercato; le persone sono reclutate, tenendo conto della loro esperienza, attitudine e competenza.
3. Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro, rispettando la normativa vigente e i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro di settore (in particolare, Berlucchi applica il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro Industria Alimentare e il Contratto Collettivo Nazionale di lavoro operai agricoli e florovivaisti); non è consentita alcuna forma di lavoro irregolare.
4. Al momento della costituzione del rapporto di lavoro sono comunicate al neoassunto accurate informazioni in merito a:
 - a. funzioni e mansioni da svolgere;
 - b. elementi normativi e retributivi;
 - c. norme e procedure da adottare nello svolgimento delle attività aziendali.
5. L'azienda si impegna a tutelare l'integrità morale e fisica dei dipendenti, dei consulenti e dei clienti. A tal fine promuove comportamenti responsabili e sicuri ed adotta tutte le misure di sicurezza richieste dall'evoluzione tecnologica per garantire un ambiente lavorativo sicuro e salubre, nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione.
6. In particolare, per la gestione degli aspetti relativi alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, la Società ha adottato ed attuato un Modello di organizzazione e gestione in conformità all'art. 30 del D. Lgs. 81/2008, implementando un Sistema di gestione della Salute e Sicurezza sul luogo di lavoro.
7. Berlucchi si impegna a garantire il rispetto delle condizioni necessarie per l'esistenza di un ambiente di lavoro collaborativo non ostile e privo di qualsiasi comportamento discriminatorio riguardante razza, religione, sesso, opinioni politiche e sindacali, inclinazioni sessuali, età, origine, handicap o altri fattori, che nulla hanno a che vedere con le prestazioni lavorative del personale.
8. L'azienda esige la collaborazione di tutti al fine di mantenere un clima di rispetto della dignità, dell'onore e della reputazione di ciascuno. A tale scopo attiva periodicamente indagini sul clima aziendale e si adopera per migliorarlo costantemente. Non sono ammesse nelle relazioni di lavoro molestie di alcun tipo comprese quelle sessuali.
9. Altri comportamenti vietati in quanto avrebbero un impatto negativo sull'ambiente di lavoro sono, a mero titolo esemplificativo e non esaustivo i seguenti:
 - a. minacce
 - b. comportamenti violenti

- c. possesso di armi di qualunque tipo
- d. uso di registratori, inclusi videotelefoni o macchine fotografiche per scopi diversi da quelli approvati dai responsabili di funzione
- e. uso, distribuzione, vendita o possesso di droghe o altre sostanze stupefacenti, che non abbiano ad essere assunte per ragioni mediche.

10. Inoltre, il lavoratore non deve restare nei locali o in un ambiente lavorativo di Berlucci se è sotto l'influenza di bevande alcoliche o droghe o altre sostanze stupefacenti assunte non per uso medico.

Berlucci non tollera alcun atteggiamento intimidatorio o discriminante e adotterà misure disciplinari adeguate nei confronti di coloro che assumessero tali atteggiamenti o abusassero della propria posizione di autorità all'interno dell'azienda.

I dipendenti che ritengono di aver subito discriminazioni possono riferire l'accaduto all'apposito Organismo di Vigilanza.

I responsabili di funzione che dovessero "avere notizia" o "sospettare" la violazione di norme del presente Codice, debbono riferire "tempestivamente" all'Organismo di Vigilanza.

I responsabili debbono altresì vigilare per impedire qualunque tipo di ritorsione contro chiunque fornisca notizie in ordine alla violazione di norme etiche e/o procedure interne o collaboratori nelle indagini all'uopo svolte.

Art. 21 – Formazione e valutazione dei dipendenti

1. Berlucci mette a disposizione di tutti i dipendenti piani informativi e formativi al fine di valorizzare le specifiche competenze ed implementare il valore professionale del personale dipendente.

2. La Società programma la formazione in base alle specifiche esigenze di sviluppo professionale, ossia tenendo conto del percorso di carriera e delle specifiche necessità aziendali.

3. I Responsabili di ciascun'area aziendale valutano periodicamente il rendimento dei propri sottoposti e, nel caso in cui identifichino eventuali aree di miglioramento, adottano adeguate misure di intervento.

Art. 22- Obblighi e doveri dei dipendenti

1. Ogni dipendente deve agire secondo correttezza, lealtà ed integrità nello svolgimento delle attività aziendali, rispettando gli obblighi sottoscritti nel proprio contratto di lavoro e quelli derivanti dalle normative vigenti e dal presente Codice Etico.

Deve altresì improntare la propria condotta al rispetto reciproco e alla collaborazione.

Inoltre, come specificato nell'art. 3 del presente Codice Etico, particolare importanza deve essere rivolta, nell'esercizio delle proprie mansioni, al rispetto del Disciplinare di produzione, al fine di soddisfare i requisiti di legge e garantire un elevato livello di qualità per il consumatore.

2. Il personale dipendente deve evitare ogni situazione di conflitto di interessi. Nel caso in cui quest'ultima si verifichi, deve informare prontamente il proprio Responsabile d'area aziendale, il quale provvederà ad adottare le misure più adeguate e idonee a salvaguardare gli interessi della Società.

3. La Società impone ai dipendenti di mantenere il massimo riserbo sulle informazioni societarie di cui vengano a conoscenza, nonché delle informazioni, di qualsiasi natura o forma, raccolte o elaborate nello svolgimento delle proprie attività lavorative; sono inoltre tenuti a non divulgarle senza autorizzazione, salvo che lo impongano motivi di ordine legale o deontologico.

A tale fine, i dipendenti:

- a. devono esercitare la dovuta cautela nell'utilizzo delle informazioni acquisite durante la propria attività;
- b. non devono usare le informazioni ottenute né per vantaggio personale, né secondo modalità contrarie alle leggi o che siano o possano essere di nocumento agli scopi ed ai valori della Società.

4. Ogni dipendente è tenuto a segnalare al proprio Responsabile d'area aziendale o all'Organismo di Vigilanza qualunque violazione del Modello di organizzazione, gestione e controllo e del presente Codice Etico.

5. Ai Responsabili delle aree aziendali o, comunque, a tutti coloro che hanno funzioni di direzione e/o di responsabilità verso il personale dipendente è fatto esplicito divieto di abusare della propria posizione gerarchica. Essi, in particolare, a titolo esemplificativo:

- non devono offrire trattamenti di favore o determinare situazioni di privilegio;
- non devono conseguire vantaggi per sé o per altri, abusando del proprio potere decisionale e gestionale;
- devono respingere indebite pressioni.

Capo II “Rapporti con la Pubblica Amministrazione”

Art. 23 – Legalità e imparzialità

1. Nelle relazioni con la Pubblica Amministrazione, tutte le attività e le trattative condotte dai dipendenti o dai collaboratori esterni/consulenti della Società, competenti secondo le norme interne della Società, sono improntate al massimo rispetto dell'onestà, della trasparenza, della chiarezza, della correttezza, della buona fede e della legalità, in modo da proteggere la reputazione e l'immagine aziendali.

2. Il personale dipendente e i collaboratori che dialogano con la Pubblica Amministrazione, nello svolgimento delle proprie funzioni, non devono assolutamente ledere l'imparzialità di giudizio dei rappresentanti di quest'ultima. Perciò, a titolo esemplificativo:

- a. in caso di conflitto di interessi con la Pubblica Amministrazione o con un suo rappresentante, il dipendente/collaboratore deve rimanere inerte;
- b. è fatto divieto di indurre in errore o alterare le capacità di analisi e decisionali dei rappresentanti della Pubblica Amministrazione attraverso la produzione di documenti sociali che non rappresentano fatti rispondenti al vero.

Art. 24– Trattative di affari

1. Se i dipendenti o i collaboratori della Società seguono una qualsiasi trattativa di affari, gara o rapporto istituzionale con la Pubblica Amministrazione o un suo rappresentante, devono operare nel rispetto della legge e della corretta pratica commerciale, evitando di influenzare impropriamente le decisioni della controparte e quelle dei funzionari.

2. A titolo esemplificativo e non esaustivo, la Società vieta d'intraprendere le seguenti azioni:

- a. ottenere o sollecitare l'ottenimento di informazioni riservate che possano ledere l'integrità o la reputazione di Berlucci o della Pubblica Amministrazione;
- b. avvantaggiare a titolo personale i rappresentanti della Pubblica Amministrazione, proponendo loro opportunità d'impiego e/o commerciali;
- c. indurre i rappresentanti della Pubblica Amministrazione a fare o ad omettere di fare attività che violino le leggi vigenti dell'ordinamento;
- d. rifiutarsi di dare, dare in ritardo o nascondere informazioni che la Pubblica Amministrazione ha richiesto nell'espletamento della propria funzione ispettiva.

Art. 25 – Contributi, sovvenzioni e permessi

1. La Società vieta di conseguire, da parte della Pubblica Amministrazione o altro Ente Pubblico, qualsiasi tipo di finanziamento, contributo, permesso o autorizzazione all'esercizio di attività, utilizzando documenti e/o dichiarazioni modificate o non corrispondenti al vero, o per mezzo di informazioni omesse o attraverso artifici o raggiri, che possano indurre in errore l'Ente erogatore/che rilascia l'autorizzazione.

2. Inoltre, è fatto divieto di distrarre o destinare un finanziamento, una sovvenzione o un contributo, ottenuti dalla Pubblica Amministrazione o da altro Ente Pubblico, ad altre finalità diverse da quelle per cui essi sono stati elargiti.

Art. 26 – Regali, omaggi, sponsorizzazioni

1. La Società condanna qualsiasi comportamento, posto in essere dai Destinatari di questo Codice, che consista nel promettere o offrire, direttamente o indirettamente, denaro o altre utilità ai rappresentanti della Pubblica Amministrazione o a loro parenti e affini, al fine di conseguire, anche solo potenzialmente, un interesse o un vantaggio per la Società.

Capo III "Rapporti con i fornitori"

Art. 27 – Scelta del fornitore

1. La selezione dei fornitori avviene esclusivamente tenendo presente i criteri di competitività, qualità, sostenibilità, economicità e prezzo, nonché la capacità di fornire e garantire servizi di livello adeguato.

Nessuna pratica discriminatoria è posta in essere durante la scelta del contraente.

2. In particolare, la Società si adopera a predisporre le procedure necessarie a garantire la massima trasparenza ed efficienza nel processo di selezione, in modo da:

- a. assicurare durante la selezione una concorrenza sufficiente tra fornitori (per esempio, organizzando gare e considerando le candidature di almeno tre fornitori);
- b. durante le diverse fasi della procedura di selezione, porre in essere una separazione dei ruoli, documentando le scelte effettuate;
- c. non vietare a nessun fornitore la possibilità di partecipare alle gare indette per la stipula dei contratti.

Art. 28 – Trasparenza, eguaglianza, lealtà, diligenza nell'esecuzione dei contratti e libera concorrenza

1. I rapporti con i fornitori sono improntati ai principi di trasparenza, eguaglianza, lealtà e libera concorrenza. Perciò i dipendenti, nell'esercizio delle attività volte ad intrattenere i rapporti di fornitura, devono:

- a. rispettare le normative vigenti e le condizioni contrattuali previste;
- b. attenersi alle procedure interne della Società relative alla gestione dei rapporti con i fornitori;
- c. assicurare il soddisfacimento delle esigenze di qualità, sicurezza e tempi di consegna di beni/servizi, collaborando con il fornitore;
- d. avere una corrispondenza coi fornitori trasparente e completa;
- e. non subire alcuna forma di condizionamento da parte dei fornitori, durante l'assunzione di decisioni o l'esecuzione di atti attinenti alla propria attività lavorativa.

2. La società ed il fornitore devono operare al fine di costruire un rapporto collaborativo e di reciproca fiducia. Berlucchi si impegna ad informare in maniera corretta e tempestiva il fornitore riguardo alle caratteristiche dell'attività, alle forme ed ai tempi di pagamento nel rispetto delle norme vigenti e delle aspettative della controparte, considerate le circostanze, le trattative effettuate, il contenuto del contratto stipulato.

3. L'adempimento delle prestazioni contrattuali da parte del fornitore dovrà essere conforme ai principi di equità, correttezza, diligenza e buona fede e dovrà avvenire nel rispetto della normativa vigente.

Art. 29 – Conoscenza e osservanza del Codice Etico

1. Il contenuto del presente Codice Etico deve essere portato a conoscenza dei fornitori da parte della Società, sottoscrivendo una dichiarazione di conoscenza dello stesso.

2. Sottoscrivendo la dichiarazione di cui al primo comma, i fornitori si impegnano a non porre in essere alcun comportamento idoneo a indurre Berlucchi e i suoi dipendenti/collaboratori a violare i principi sanciti nel presente Codice.

Capo IV “Rapporti con i collaboratori esterni e i consulenti”

Art. 30 – Correttezza, buona fede e lealtà

1. La Società esige che i collaboratori a qualunque titolo e i consulenti della Società si comportino, nell'esecuzione del rapporto contrattuale instaurato con quest'ultima, con correttezza, lealtà e buona fede. Essi devono rispettare le disposizioni del presente Codice, le istruzioni e le prescrizioni impartite dalla Società, per quanto loro applicabili.

Art. 31 – Conoscenza e osservanza del Codice Etico

1. La Società cura la diffusione presso i collaboratori esterni e i consulenti del presente Codice; questi ultimi al contempo sono obbligati a osservarne, per le parti di competenza, le disposizioni.

2. La conoscenza dei principi del Codice Etico è attestata dalla sottoscrizione da parte dei collaboratori esterni e dei consulenti di una dichiarazione di conoscenza.

3. Sottoscrivendo la dichiarazione di cui al secondo comma, i collaboratori esterni e i consulenti si impegnano a non porre in essere alcun comportamento idoneo a indurre la Società e i suoi dipendenti a violare i principi sanciti nel presente Codice.

4. Il compimento di condotte contrarie ai principi espressi dal Codice Etico è considerato dalla Società grave inadempimento ai doveri di correttezza e buona fede e motivo di lesione del rapporto di fiducia. Di conseguenza, nell'ipotesi in cui questi comportamenti si verificano, Berlucchi può decidere di risolvere i rapporti contrattuali per giusta causa.

Capo V “Rapporti con i clienti”

Art. 32 – Trasparenza e correttezza

1. La Società impronta i propri rapporti con i clienti alla massima trasparenza e correttezza e li gestisce sempre rispettando le normative vigenti.
2. Affinché il cliente possa effettuare una scelta consapevole e razionale, la Società dà informazioni chiare e veritiere sui prodotti/servizi da essa offerti. In particolare, nei rapporti coi clienti, i Destinatari devono:
 - a. rispettare le disposizioni normative applicabili;
 - b. osservare le procedure interne per la gestione dei rapporti con il cliente;
 - c. astenersi da valutazioni denigratorie di prodotti/servizi concorrenti;
 - d. agevolare la formazione da parte del cliente di scelte consapevoli in merito ai prodotti/servizi, offrendogli un’adeguata formazione.
3. La Società si impegna a soddisfare i propri Clienti in adempimento agli obblighi fissati dal relativo contratto, impegnandosi altresì a non discriminare i propri Clienti. Berlucchi instaura con i Clienti un rapporto caratterizzato da elevata professionalità ed improntato alla disponibilità, al rispetto, alla cortesia, alla ricerca ed all’offerta della massima collaborazione.
4. La soddisfazione dei propri Clienti rappresenta un obiettivo fondamentale per Berlucchi e, a tal fine, la Società è impegnata a garantire la qualità dei prodotti erogati. Berlucchi si impegna ad adottare nei confronti della Clientela uno stile di comportamento improntato ad efficienza, collaborazione e cortesia, fornendo, in modo chiaro e trasparente, informazioni accurate, complete e veritiere circa le caratteristiche dei prodotti offerti, utilizzando un linguaggio semplice e comprensibile ed assicurando eguaglianza di trattamento di tutti i Clienti.

Art. 33 – Contratti e comunicazioni

1. I contratti e le comunicazioni con i Clienti devono essere:
 - a. chiari e semplici, formulati con il linguaggio più vicino possibile a quello della clientela diffusa;
 - b. conformi alle normative vigenti.
2. L’azienda si impegna a comunicare tempestivamente e nel modo più appropriato ogni informazione relativa ad eventuali modifiche e variazioni nella fornitura dei propri prodotti.

Art. 34 – Qualità e customer satisfaction

1. L’azienda si impegna a garantire il raggiungimento degli standard di qualità e sicurezza previsti ed a monitorare periodicamente la qualità del servizio prestato al Cliente.
 2. L’azienda si impegna a favorire l’interazione con i clienti attraverso la gestione e la risoluzione rapida di eventuali reclami e/o avvalendosi di appropriati sistemi di comunicazione.
- Berlucchi ripudia il contenzioso come strumento volto ad ottenere indebiti vantaggi e vi ricorre di propria iniziativa esclusivamente quando le sue legittime pretese non trovino nell’interlocutore la dovuta soddisfazione.

3. L'azienda, al fine di realizzare un ascolto sistematico del Cliente, predispone indagini periodiche di Customer Satisfaction, come fonte di informazione per individuare e verificare gli obiettivi di miglioramento del livello di servizio.

La società tutela la privacy dei propri Clienti, secondo le norme vigenti in materia, impegnandosi a non comunicare, né diffondere, i relativi dati personali, economici e di consumo, fatti salvi gli obblighi di legge.

Art. 35 - Qualità dei prodotti

1. Al fine di garantire la massima soddisfazione del Cliente, la Società s'impegna a raggiungere e a mantenere elevati standard di qualità nei prodotti offerti.

2. Adeguati meccanismi di controllo sono assicurati dalla Società, al fine di evitare la consegna di un prodotto diverso, da quello dichiarato o pattuito, con riguardo alla natura, origine, provenienza, qualità e quantità, sempre nel rispetto del Disciplinare di produzione.

Parte IV Modalità di attuazione e controllo

Art. 36 – Diffusione del Codice Etico

1. Berlucchi si impegna a diffondere il presente Codice e i suoi eventuali aggiornamenti presso i Destinatari attraverso le modalità ritenute, di volta in volta, più opportune. In particolare, per esempio:

- a. trasmissione tramite e-mail/fax/posta/consegna *brevi manu* ai dipendenti o ai collaboratori/consulenti esterni della Società, prevedendo, se opportuno, la sottoscrizione di una dichiarazione, con cui attestare la ricezione, presa visione e accettazione del Codice da parte del Destinatario;
- b. pubblicazione sul sito internet e sulla rete intranet aziendale;
- c. affissione nella bacheca aziendale, ai sensi dell'art. 7, comma 1 della Legge n. 300/1970;
- d. informativa ai collaboratori/consulenti esterni occasionali relativa all'esistenza e ai contenuti del Codice;
- e. inserimento in tutti i contratti stipulati di una clausola che informi i terzi dell'esistenza del presente Codice Etico, in modo che questi ultimi possano accettarlo ed impegnarsi, per quanto loro applicabili, a rispettare i principi e le regole di comportamento in esso contenuti;
- f. predisposizione di piani di formazione/informazione specifici e differenziati a seconda del ruolo aziendale svolto dal destinatario, che divulghi i principi e le regole di comportamento su cui l'attività della Società si basa.

Art. 37– Efficacia del Codice Etico e sanzioni

1. La Società considera l'osservanza delle norme del presente Codice parte integrante ed essenziale degli obblighi facenti capo ai collaboratori. La violazione delle regole comportamentali o procedurali del Codice Etico costituisce inadempimento ai predetti obblighi, ha rilievo disciplinare e potrà dare luogo a una procedura disciplinare nei confronti dei responsabili.

2. Anche i Destinatari, che effettuino denunce contenenti informazioni false e/o infondate ed effettuate con scopo ritorsivo, vessatorio e/o malizioso o effettuate al fine di danneggiare l'immagine del presunto autore dell'atto denunciato, potranno essere passibili di una procedura disciplinare.

3. Sanzioni, proporzionate alle rispettive violazioni del Codice e conformi alle disposizioni previste dal relativo Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro di settore, potranno essere irrogate, con coerenza, imparzialità ed uniformità (per esempio, il Destinatario potrà essere soggetto a richiami formali, eventuale sospensione cautelare, etc.).

Art. 38 – Whistleblowing

1. In ragione dell'introduzione della disciplina del c.d. whistleblowing nell'ambito del D. Lgs. 231/2001, la Società ha dovuto necessariamente integrare il Modello 231 con un sistema di

gestione delle segnalazioni di illeciti che consenta di tutelare l'identità del segnalante ed il relativo diritto alla riservatezza.

2. La Società perciò:

- mantiene il più stretto riserbo sulle segnalazioni ricevute;
- garantisce la riservatezza dell'identità di chi trasmette all'Organismo informazioni utili per identificare comportamenti difformi da quanto previsto dal Modello, dalle procedure stabilite per la sua attuazione e dalle procedure stabilite dal sistema di controllo interno, fatti salvi gli obblighi di legge e la tutela dei diritti della Società o delle persone accusate erroneamente e/o in mala fede;
- tutela il segnalante da qualsiasi atto di ritorsione o discriminatorio per motivi collegati alla segnalazione;
- applica adeguate sanzioni nei confronti di chi viola le misure di tutela del segnalante e/o di chi invia segnalazioni non fondate.

Parte V Modalità di attuazione e controllo del Codice Etico

Art. 39 – Istituzione dell’Organismo di Vigilanza

1. È istituito l’Organismo di Vigilanza per il controllo interno avente il compito di vigilare sull’attuazione ed il rispetto del presente Codice e sui modelli di organizzazione e gestione, sulla loro effettività, adeguatezza e capacità di mantenere nel tempo i requisiti di funzionalità e solidità richiesti dalla legge. In particolare, l’Organismo di Vigilanza:

- ha la responsabilità di esprimere pareri vincolanti riguardo alle problematiche di natura etica che potrebbero insorgere nell’ambito delle decisioni aziendali ed alle presunte violazioni del Codice Etico ad esso riferite dai Responsabili;
- deve seguire la revisione periodica del Codice Etico e dei suoi meccanismi di attuazione anche attraverso la presentazione di proposte di adeguamento;
- ha il compito di impostare ed approvare il piano di comunicazione e formazione etica.

Art. 40 – Istituzione dell’Organismo di Vigilanza

1. Berlucchi ha costituito al proprio interno l’Organismo di Vigilanza, avente il compito di vigilare sull’attuazione e sul rispetto del presente Codice Etico e sui modelli di organizzazione, gestione e controllo, di cui al D. Lgs. 231/2001, attuati coerentemente con il Codice stesso.

2. L’Organismo di Vigilanza è un organo dotato di indipendenza, di piena autonomia di azione e di controllo, la cui attività è caratterizzata da professionalità ed imparzialità, al quale è attribuita tale carica attraverso apposito atto deliberativo del Consiglio di Amministrazione.

3. I membri dell’Organo di Vigilanza durano in carica secondo quanto stabilito dall’atto di nomina del Consiglio di Amministrazione e possono essere revocati dal Consiglio medesimo solo per giusta causa.

Art. 41 – Funzioni di Audit

1. Le funzioni di Audit sono attribuite all’Organismo di Vigilanza. Tale Organismo predispone il calendario di audit può delegare all’esecuzione degli stessi professionisti esterni o responsabili/esperti aziendali. I Responsabili aziendali di Area che ricevono eventuali segnalazioni, provenienti dalla struttura di riferimento, delle eventuali violazioni del Codice Etico, ne riferiscono all’Organismo di Vigilanza. L’Organismo di Vigilanza ha libero accesso ai dati, alla documentazione ed alle informazioni utili per lo svolgimento delle attività di competenza. I Responsabili aziendali di Area sono tenuti a collaborare fattivamente per l’espletamento delle attività sopra indicate.

Art. 42 – Segnalazioni

1. Tutti i soggetti interessati, interni ed esterni, sono tenuti a segnalare verbalmente o per iscritto (rispetto alla natura della violazione) ed in forma non anonima, eventuali inosservanze del presente Codice, utilizzando i seguenti canali:

- email: odv-berlucchi@assiteca.it .
- posta ordinaria: Assiteca Consulting s.r.l., Via G. Sigeri n. 14, 20135 Milano all’attenzione del Dott. Ottorino Capparelli.

2. Gli autori interni di segnalazioni palesemente infondate sono soggetti a sanzioni di natura disciplinare, mentre gli autori esterni di segnalazioni palesemente infondate sono soggetti alle sanzioni previste dalla normativa vigente.

3. L'azienda tutela gli autori delle segnalazioni contro le eventuali ritorsioni cui possono andare incontro per aver riferito di comportamenti non corretti e ne mantiene riservata l'identità, fatti salvi gli obblighi di legge.

Art. 43 – Sistema disciplinare

1. La violazione delle norme del Codice Etico da parte dei suoi destinatari lede il rapporto di fiducia instaurato con l'azienda e può comportare l'irrogazione di sanzioni disciplinari, graduate con la "gravità della violazione"; mantenendo salva l'eventuale richiesta di risarcimento del danno.

2. I destinatari delle sanzioni possono essere:

- a. Presidente o membri del Cda, amministratori, sindaci;
- b. Dipendenti (dirigenti, quadri, impiegati, operai);
- c. Terzi destinatari (collaboratori esterni, consulenti, partners, fornitori, etc.);
- d. Membri dell'OdV.

3. Rispetto ai lavoratori dipendenti, l'osservanza delle norme del Codice Etico è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali ai sensi e per gli effetti degli articoli 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile e dei CCNL di categoria e contratti individuali.

Il sistema sanzionatorio è conforme con quanto previsto dalla Legge 20 maggio 1970 n. 300, dalle specifiche normative di settore, dalla contrattazione collettiva e dalle vigenti disposizioni aziendali.

4. Rispetto ai terzi destinatari (collaboratori esterni, consulenti, partners, fornitori, etc.), la mancata osservanza delle norme del Codice Etico potrà costituire un inadempimento delle obbligazioni contrattuali in essere e, di conseguenza, comportare la risoluzione immediata del contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento di danni subiti.

5. Gli illeciti disciplinari vengono raccolti (in modo diretto o indiretto) dall'OdV che, dopo gli opportuni accertamenti per la verifica delle infrazioni, proporrà l'applicazione delle sanzioni previste dal Modello Organizzativo di Gestione e Controllo all'organo preposto cui spetta la decisione finale sulla sanzione da applicare.

Parte V Disposizioni finali

Art. 44 - Adozione del Codice Etico

1. L'adozione del presente Codice è stata deliberata dal Consiglio di Amministrazione in data 28/06/2021.