

# CODICE ETICO



**Gruppo ITALSEMPIONE Spa**  
**Spedizioni internazionali**

# **CODICE ETICO ITALSEMPIONE SpA**

## **SOMMARIO**

<b>1. INTRODUZIONE</b>	<b>3</b>
<b>2. PRINCIPI GENERALI</b>	<b>5</b>
<b>3. CRITERI DI CONDOTTA</b>	<b>7</b>
<b>Sezione I: Criteri di Condotta in Generale</b>	<b>7</b>
<b>Sezione II: Criteri di Condotta nelle Relazioni con i Collaboratori</b>	<b>7</b>
<b>Sezione III: Criteri di Condotta nelle Relazioni con i Clienti</b>	<b>10</b>
<b>Sezione IV: Criteri di Condotta nelle Relazioni con i Fornitori</b>	<b>10</b>
<b>Sezione V: Criteri di Condotta nelle Relazioni con la Collettività</b>	<b>11</b>
<b>4. MODALITA' DI ATTUAZIONE</b>	<b>13</b>

## 1. INTRODUZIONE

### 1.1. Codice Etico

*"Il Codice Etico è la Carta Costituzionale dell'azienda, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico - sociale di ogni partecipante all'organizzazione aziendale.*

*Il Codice Etico è un mezzo efficace per prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell'azienda perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle proprie responsabilità etiche e sociali verso tutti i soggetti coinvolti direttamente o indirettamente nell'attività dell'azienda (clienti, fornitori, soci, cittadini, dipendenti, collaboratori, istituzioni pubbliche, associazioni ambientali e chiunque altro sia interessato dall'attività dell'azienda)."*

Il Codice Etico esprime l'insieme dei doveri e delle responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali in genere (collettivamente "**Attività Aziendali**"). I destinatari del Codice Etico sono la Società, i collaboratori della Società, siano essi gli amministratori, i sindaci, i dipendenti, i collaboratori esterni, i liberi professionisti, i consulenti e i partners d'affari e comunque tutti quei soggetti che operano sotto la direzione e vigilanza della Società, nonché gli azionisti della Società stessa (tutti tali soggetti, collettivamente, i "**Destinatari**").

I principi e le norme di comportamento del Codice Etico arricchiscono i processi decisionali, la formazione professionale ed orientano i comportamenti della Società; tali norme e principi sono vincolanti, nell'ambito dello svolgimento delle Attività Aziendali, per i Destinatari e si richiede che lo siano anche per gli Interlocutori Esterni (come definiti nel successivo art. 1.4. della presente Introduzione).

Il Codice Etico si compone:

- di principi generali sulle relazioni tra la Società ed i Destinatari, tra i Destinatari al loro interno, e nei rapporti con gli Interlocutori Esterni; tali principi definiscono i valori di riferimento nelle Attività Aziendali della Società;
- di criteri di condotta che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali la Società ed i Destinatari sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- di meccanismi necessari ad attuare, monitorare e diffondere il rispetto e la conformità al Codice Etico ed indispensabili a garantire il suo continuo miglioramento.

### 1.2. Adozione del Codice Etico nell'Ambito del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001

La Società, sensibile all'esigenza di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione delle Attività Aziendali e di prevedere una responsabilità etica dei Destinatari, ha adottato questo Codice per mezzo di apposita delibera del Consiglio di Amministrazione. La Società richiede inoltre a tutte le Aziende collegate o partecipate nonché ai principali fornitori e clienti della Società una condotta in linea con i principi esposti nel presente Codice Etico.

L'approvazione del Codice Etico avviene nell'ambito della adozione da parte di **ITALSEMPIONE Spa** del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001, di cui il Codice Etico è parte integrante.

### 1.3. Rispetto delle Norme

La Società e tutti i Destinatari si impegnano a rispettare (a) tutte le leggi e le norme vigenti in ciascun Paese o contesto ove la Società esercita le proprie Attività Aziendali, (b) il Codice Etico (e le disposizioni del Modello di cui al punto 1.2. che precede, di cui il Codice Etico è parte integrante) e (c) i regolamenti interni di volta in volta applicabili (collettivamente "**Norme**").

Qualsiasi comportamento posto in violazione delle Norme, cui possa conseguire un rischio di coinvolgimento della Società, deve essere immediatamente interrotto e comunicato all'Organismo di Vigilanza di **ITALSEMPIONE Spa**.

### 1.4. Un Approccio Cooperativo e di Trasparenza

La Società aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia e di trasparenza (a) all'interno del gruppo d'impresa alla quale appartiene, (b) tra la stessa Società ed i Destinatari, (c) tra i Destinatari al loro interno, e (d) nei rapporti con gli interlocutori esterni della Società; questi ultimi definiti quali le categorie di individui, gruppi, associazioni o istituzioni private e pubbliche, ivi inclusi, senza limitazione, clienti e fornitori, il cui apporto in termini commerciali, amministrativi e finanziari in genere è richiesto per realizzare l'oggetto sociale della Società o che hanno comunque un interesse o un ruolo in gioco nel suo perseguimento ("**Interlocutori Esterni**").

### **1.5. Comportamenti non Etici**

Nella condotta degli Affari Aziendali i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra la Società ed i Destinatari, tra i Destinatari al loro interno, e con gli Interlocutori Esterni della Società; non sono etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti della Società i comportamenti di chiunque cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza.

### **1.6. Il Valore della Reputazione e dei Doveri Fiduciari**

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale e (a) all'esterno favorisce gli investimenti degli azionisti, la fedeltà dei clienti, l'attrazione delle migliori risorse umane, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i creditori, e la efficacia nei rapporti con gli Interlocutori Esterni, e (b) all'interno, essa consente di prendere e attuare le decisioni senza frizioni tra i Destinatari e di organizzare il lavoro senza controlli burocratici ed esercizi eccessivi dell'autorità.

Il Codice Etico è uno degli elementi propedeutici alla buona reputazione della Società e se ne propone pertanto la sua effettiva osservanza come uno dei termini essenziali di paragone in base al quale giudicare la reputazione della Società stessa e del gruppo d'impresa.

### **1.7. Il Valore della Reciprocità**

Questo Codice è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno. La Società **ITALSEMPIONE Spa** richiede perciò che ciascuno dei Destinatari e degli Interlocutori Esterni agisca secondo principi e regole ispirate ad un'analoga idea di condotta etica.

## **2. PRINCIPI GENERALI**

### **2.1. Imparzialità**

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i Destinatari e con gli Interlocutori Esterni, incluse senza limitazione, la scelta dei clienti da servire, i rapporti con gli azionisti, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni, la Società evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose.

### **2.2. Correttezza in Caso di Potenziali Conflitti di Interesse**

Nella conduzione delle Attività Aziendali devono sempre evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse. Con ciò si intende sia il caso in cui un Destinatario persegua un interesse diverso dalle direttive della Società e dal bilanciamento degli interessi degli azionisti o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari della Società, sia il caso in cui i rappresentanti degli Interlocutori Esterni agiscano in contrasto con i doveri fiduciari o istituzionali legati alla loro posizione.

### **2.3. Riservatezza**

La Società assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e fermi comunque i limiti di legge. I Destinatari sono inoltre tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

### **2.4. Relazioni con gli Azionisti**

L'azionista non è solo una fonte di finanziamento, ma un soggetto con opinioni e preferenze morali di vario genere e per orientarsi nelle decisioni di investimento e nelle delibere societarie, egli necessita di tutte le informazioni rilevanti disponibili.

La Società crea le condizioni affinché la partecipazione degli azionisti alle decisioni di loro competenza sia diffusa e consapevole e promuove la parità di informazione e tutela l'azionista da azioni intentate da coalizioni di soci volte a far prevalere i loro interessi particolari; la Società si adopera, inoltre, affinché le performance economico-finanziarie siano tali da salvaguardare ed accrescere il valore dell'impresa al fine di remunerare adeguatamente il rischio che gli azionisti assumono con l'investimento dei propri capitali.

### **2.5. Valore delle Risorse**

La Società si impegna a valorizzare le proprie risorse necessarie per il raggiungimento dell'oggetto sociale ed in funzione di tale scopo la Società promuove il valore delle risorse per migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute.

### **2.6. Equità dell'Autorità**

Nei rapporti contrattuali ed organizzativi che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche all'interno della Società, chiunque si trovi in posizione gerarchicamente superiore si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitando ogni abuso. In particolare, la Società garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e autonomia del collaboratore e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei collaboratori.

### **2.7. Integrità Morale della Persona**

La Società si impegna a tutelare l'integrità morale dei Destinatari, offrendo condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri; non sono pertanto in alcun modo tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

### **2.8. Trasparenza e Completezza delle Informazioni**

I Destinatari sono tenuti a dare informazioni complete, corrette, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nell'impostare i rapporti con l'azienda, gli interlocutori, di qualsivoglia genere, siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti. Nella formulazione dei rapporti contrattuali, la Società ha cura di specificare al contraente i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste, in modo chiaro e comprensibile.

**2.9. Diligenza e Accuratezza nell'Esecuzione dei Compiti e dei Contratti**

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti; la Società si impegna a non sfruttare condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

**2.10. Correttezza ed Equità nella Gestione dei Rapporti Contrattuali**

È da evitare che chiunque operi in nome e per conto della Società cerchi di approfittare di lacune contrattuali, o di eventi imprevisti, per rinegoziare il contratto al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza nelle quali l'interlocutore si sia venuto a trovare.

**2.11. Qualità dei servizi e dei prodotti**

La Società orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela propri clienti dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi, ed in tal senso la Società indirizza le proprie attività di sviluppo e commercializzazione ad elevati standard di qualità dei propri servizi.

**2.12. Concorrenza leale**

La Società intende tutelare il valore della concorrenza leale, astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante e si impegna a denunciare agli organi competenti, mediante strumenti di *reporting* adeguati, tutte le pratiche volte a ridurre la libera concorrenza nel mercato.

**2.13. Responsabilità verso la Collettività**

La Società è consapevole dell'influenza che le proprie attività possono avere sulle condizioni e sul benessere generale della collettività ed in tal senso opera attraverso un rigoroso programma di autocontrollo e di rispetto del Codice Etico.

**2.14. Tutela Ambientale**

La Società si impegna a rispettare le leggi e i regolamenti vigenti, in materia ambientale, in ogni Paese ove si svolga la sua attività.

**2.15. Utilizzo delle Risorse Finanziarie**

La Società richiede a tutti i soggetti che utilizzino risorse finanziarie della Società stessa di agire secondo criteri improntati a legalità e correttezza, e ad informare, quando necessario o ragionevolmente opportuno, l'Organismo di Vigilanza sull'uso di esse.

**3. CRITERI DI CONDOTTA**  
**Sezione I - Criteri di condotta in generale**

**3.1. Trattamento delle Informazioni**

Qualsiasi informazione afferente l'Attività Aziendale, i Destinatari e gli Interlocutori Esterni deve essere trattata nel pieno rispetto della riservatezza e della privacy degli interessati a quel livello di protezione previsto per ciascuna dalle norme di legge ed a tal fine sono applicate e costantemente aggiornate politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni; in particolare la Società:

- definisce un'organizzazione per il trattamento delle informazioni che assicuri la corretta separazione dei ruoli e delle responsabilità;
- classifica le informazioni per livelli di criticità crescenti e adotta opportune contromisure in ciascuna fase del trattamento.

**3.2. Regali, Omaggi e Benefici**

Non è ammessa alcuna forma di regalo, omaggio o beneficio che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile alla Società ed in particolare è vietata qualsiasi forma di regalo, omaggio o beneficio a funzionari pubblici italiani ed esteri, o a loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Tale norma, che non ammette deroghe nemmeno in quei Paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali è consuetudine, concerne sia i regali promessi o offerti sia quelli ricevuti; si precisa che per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio. In ogni caso La Società si astiene da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dai codici etici - se noti - delle aziende o degli enti con cui ha rapporti.

I regali offerti - salvo quelli di modico valore - devono essere documentati in modo adeguato per consentire verifiche e autorizzati dal responsabile di funzione, il quale provvede a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza.

I Destinatari che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite sono tenuti, secondo le procedure stabilite, a darne comunicazione all'Organismo di Vigilanza che ne valuta l'appropriatezza e provvede, se lo ritiene necessario, a far notificare al mittente la politica della Società in materia.

**3.3. Comunicazione all'Esterno**

La comunicazione della Società verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione ed in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi; ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività. E' evitata ogni forma di pressione o di acquisizione di atteggiamenti di favore da parte dei mezzi di comunicazione.

**Sezione II - Criteri di condotta nelle relazioni con i collaboratori**

**3.4. Selezione del Personale**

La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi ed alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati; le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psico-attitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. La Direzione del personale, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta opportune misure per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo nelle fasi di selezione ed assunzione.

**3.5. Costituzione del Rapporto di Lavoro**

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro e non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare ed alla costituzione del rapporto di lavoro ogni collaboratore riceve accurate e chiare informazioni relative a:

- caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere;
- elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto di lavoro applicabile;
- norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- un estratto del Codice Etico della Società.

### **3.6. Gestione del Personale**

Con riferimento alla gestione del personale, trovano, senza pregiudizio per la applicazione delle regole generali poste dal presente Codice Etico, i seguenti principi:

- a)** la Società evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei collaboratori e nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai collaboratori e/o su considerazioni di merito;
- b)** l'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità;
- c)** la valutazione dei collaboratori è effettuata in maniera allargata coinvolgendo i responsabili, la Direzione del personale e, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato;
- d)** nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della privacy, la Direzione del personale opera per impedire forme di nepotismo;
- e)** i responsabili utilizzano e valorizzano pienamente tutte le professionalità presenti nella struttura mediante l'attivazione delle leve disponibili per favorire lo sviluppo e la crescita dei propri collaboratori ed in quest'ambito, riveste particolare importanza la comunicazione da parte dei responsabili dei punti di forza e di debolezza del collaboratore, in modo che quest'ultimo possa tendere al miglioramento delle proprie competenze anche attraverso una formazione mirata;
- f)** la Società mette a disposizione di tutti i collaboratori strumenti informativi e formativi, con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze;
- h)** ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro;
- i)** costituisce abuso della posizione di autorità richiedere, come atto dovuto al superiore gerarchico, prestazioni, favori personali o qualunque comportamento che configuri una violazione del presente Codice Etico;
- l)** è assicurato il coinvolgimento dei collaboratori nello svolgimento del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi aziendali e ciascun collaboratore deve partecipare a tali momenti con spirito di collaborazione ed indipendenza di giudizio;
- m)** l'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali; il collaboratore deve, comunque, concorrere sempre all'attuazione delle attività stabilite.

### **3.7. Interventi sulla Riorganizzazione del Lavoro**

Nel caso di riorganizzazione del lavoro è salvaguardato il valore delle risorse umane prevedendo, ove necessario, azioni di formazione e/o di riqualificazione professionale, attenendosi la Società ai seguenti criteri generali:

- gli oneri delle riorganizzazioni del lavoro devono essere distribuiti il più uniformemente possibile tra tutti i collaboratori, coerentemente con l'esercizio efficace ed efficiente dell'attività d'impresa;
- in caso di eventi nuovi o imprevisi, che devono essere comunque esplicitati, il collaboratore può essere assegnato a incarichi diversi rispetto a quelli svolti in precedenza, avendo cura di salvaguardare le sue competenze professionali.

### **3.8. Sicurezza e Salute**

La Società si impegna a rispettare la normativa vigente in tema di sicurezza sul luogo di lavoro e per realizzare tale obiettivo, si impegna a diffondere e a consolidare una cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori; la Società inoltre opera per preservare, soprattutto con azioni preventive la salute e la sicurezza dei lavoratori. A tal fine, la struttura interna, attenta all'evoluzione degli scenari di riferimento ed al conseguente mutamento dei rischi, realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa, attraverso:

- l'introduzione di un sistema di gestione dei rischi e della sicurezza;
- una continua analisi del rischio e della criticità dei processi e delle risorse da proteggere;
- l'adozione delle migliori tecnologie;
- il controllo e l'aggiornamento delle metodologie di lavoro;
- l'apporto di interventi formativi e di comunicazione.

### **3.9. Tutela della Privacy**

La privacy dei collaboratori è tutelata, essendo esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e la vita privata dei collaboratori. Tali standard prevedono inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun collaboratore, delle norme a protezione della



privacy; nel caso di trattamento di dati sensibili, ai sensi del D.Lgs. 196 del 2003, la Società adotta tutte le precauzioni necessarie e gli adempimenti prescritti dalla legge.

### 3.10. Integrità e Tutela della Persona

La Società si impegna a tutelare l'integrità morale dei collaboratori garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona e per questo motivo essa salvaguarda i lavoratori da atti di violenza psicologica, e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze. Non sono ammesse molestie sessuali e devono essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

Il collaboratore della Società che ritiene di essere stato oggetto di molestie o di essere stato discriminato per motivi legati all'età, al sesso, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose, riferirà all'Organismo di Vigilanza per la valutazione dell'effettiva violazione del Codice Etico. Le disparità, non motivate dalle ragioni di cui sopra, non sono tuttavia considerate discriminazione se giustificate o giustificabili sulla base di criteri oggettivi.

### 3.11. Doveri dei Collaboratori

Senza pregiudizio per l'osservanza della generalità delle regole contenute nel presente Codice Etico, i doveri dei collaboratori della Società si conformano ai seguenti principi:

- a)** Il collaboratore deve agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando le prestazioni richieste;
- b)** Il collaboratore deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza, delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità ed è tenuto ad elaborare i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta;
- c)** i collaboratori della Società sono tenuti ad evitare le situazioni in cui si possono manifestare conflitti di interessi e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni; a titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare conflitto di interessi le seguenti situazioni: (i) svolgere una funzione di vertice e avere interessi economici con fornitori, clienti, o concorrenti anche attraverso i familiari, (ii) curare i rapporti con i fornitori e svolgere attività lavorativa, anche da parte di un familiare, presso fornitori, (iii) accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con la Società;
- d)** nel caso in cui si manifesti anche solo l'apparenza di un conflitto di interessi il collaboratore è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa l'Organismo di Vigilanza, che ne valuta caso per caso l'effettiva presenza;
- e)** il collaboratore è tenuto, inoltre, a dare informazioni circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano concretamente apparire in conflitto di interessi con la Società;
- f)** ogni collaboratore è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego. In particolare, ogni collaboratore deve (i) utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni a lui affidati, prestando particolare attenzione alla gestione delle risorse finanziarie della Società di cui sia in possesso e (ii) evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'azienda;
- g)** ogni collaboratore è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente le unità preposte di eventuali rischi o eventi dannosi per la Società;
- h)** la Società si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture attraverso l'impiego di sistemi contabili, di *reporting* di controllo finanziario e di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti;
- i)** per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ogni collaboratore è tenuto a: (i) adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici; (ii) utilizzare i mezzi informatici della Società allo scopo di migliorare le proprie conoscenze tecniche; (iii) evitare l'uso dei mezzi informatici della Società per visitare i siti internet dal basso contenuto morale, o usare tali mezzi per diffondere informazioni personali, riservate e qualsiasi altro materiale della Società

**Sezione III - Criteri di Condotta nelle Relazioni con i Clienti**

**3.12. Imparzialità e Correttezza nei Rapporti con i Clienti**

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri clienti. La contrattazione con i clienti avviene in linea con il principio normativo della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche e nella pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla Società, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono peraltro ed in ogni caso da evitare pratiche elusive o comunque scorrette.

**3.13. Comunicazioni ai Clienti**

Le comunicazioni ai clienti della Società, compresi i messaggi pubblicitari ed il contenuto del sito internet aziendale, sono:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- complete, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente;
- veri e non ingannevoli quanto al contenuto ed allo strumento di comunicazione.

**3.14. Stile di Comportamento dei Collaboratori**

Lo stile di comportamento della Società e dei propri collaboratori nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

**3.15. Controllo della Qualità**

La Società si impegna a garantire adeguati standard di qualità dei servizi offerti sulla base di livelli predefiniti e a monitorare periodicamente la qualità percepita.

**3.16. Coinvolgimento della Clientela**

La Società si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti e delle associazioni a loro tutela, avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi ed è cura della Società informare i clienti del ricevimento delle loro comunicazioni e dei tempi necessari per le risposte che, comunque, dovranno essere brevi. Per garantire il rispetto di tali standard di comportamento è presente un sistema di controllo sulle procedure che regolano il rapporto con i clienti.

**3.17. Gestione delle Posizioni Creditorie**

La Società si impegna a non abusare delle proprie posizioni creditorie verso i propri clienti, al fine di trarne vantaggio o qualsiasi altra utilità.

Nel recupero del credito, la Società agisce secondo criteri oggettivi e documentabili applicando i seguenti principi:

- avviamento di procedure di recupero a partire dalle posizioni creditorie più risalenti;
- informazione preventiva al debitore sulla posizione e sull'ammontare del credito vantato.

Nella misura massima compatibile con gli interessi aziendali, favorisce la risoluzione amichevole di eventuali controversie.

**Sezione IV - I Criteri di Condotta nelle Relazioni con i Fornitori**

**3.18. Scelta del Fornitore**

Ferma la applicazione delle regole generali poste nel presente Codice Etico, i processi di acquisto sono improntati in linea con i seguenti criteri:

- a) la ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società, la concessione delle pari opportunità per ogni fornitore, la lealtà e l'imparzialità;
- b) In particolare, i collaboratori addetti a tali processi sono tenuti a (i) non precludere ad alcuno in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili, e (ii) assicurare una concorrenza sufficiente;
- c) per alcune categorie merceologiche, la Società dispone di un albo fornitori i cui criteri di qualificazione non costituiscono barriera di accesso;

**d)** sono requisiti di riferimento: (i) la disponibilità opportunamente documentata di mezzi, anche finanziari, strutture organizzative, capacità e risorse progettuali, know-how; (ii) l'esistenza ed effettiva attuazione, nei casi in cui le specifiche della Società lo prevedano, di sistemi di qualità aziendali adeguati;

**e)** la Società si riserva il diritto, senza pregiudizio nei confronti di altri possibili fornitori, di instaurare rapporti privilegiati con tutti i soggetti che adottino degli impegni e delle responsabilità etiche in sintonia con quelli adottati dalla Società nel presente Codice Etico.

### **3.19. Integrità e indipendenza nei Rapporti con i Fornitori**

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri fornitori. La contrattazione con i fornitori avviene in linea con il principio normativo della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche e nella pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla Società, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono peraltro ed in ogni caso da evitare pratiche elusive o comunque scorrette.

Le relazioni con i fornitori sono oggetto di un costante monitoraggio da parte della Società e dei suoi organi preposti e la stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando ove possibile forme di dipendenza.

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto la Società si ispira al principio che prevede:

- una rotazione orientativamente triennale delle persone preposte agli acquisti;
- la separazione dei ruoli tra l'unità richiedente la fornitura e l'unità stipulante il contratto; (*segregazione ruoli*)
- un'adeguata ricostruibilità delle scelte adottate.

La conservazione delle informazioni nonché dei documenti ufficiali di gara e contrattuali per la durata di tre anni, fermo restando un maggior termine previsto dalla legge applicabile.

## **Sezione V - Criteri di condotta nelle relazioni con la collettività**

### **3.20. Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni**

La Società non finanzia partiti o associazioni con finalità politiche sia in Italia che all'estero, i loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica. Si astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici. La Società non eroga contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi.

E' tuttavia possibile cooperare, anche finanziariamente, con tali organizzazioni per specifici progetti in base ai seguenti criteri:

- destinazione chiara e documentabile delle risorse;
- l'espressa autorizzazione da parte delle funzioni preposte alla gestione di tali rapporti nell'ambito della Società.

### **3.21. Contributi e Sponsorizzazioni**

La Società può aderire alle richieste di contributi limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti e atti costitutivi, che siano di elevato valore culturale o benefico e che abbiano respiro nazionale o, in ogni caso, che coinvolgano un notevole numero di cittadini.

Le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, sono destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità o per i quali la Società può collaborare alla progettazione, in modo da garantirne originalità ed efficacia.

### **3.22. Rapporti Istituzionali**

Ogni rapporto con le istituzioni anche internazionali è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a valutare le implicazioni dell'attività legislativa e amministrativa nei confronti della Società, a rispondere a richieste informali e a rendere nota la posizione su temi rilevanti per la Società.

A tal fine, la Società si impegna a:

- instaurare, senza alcun tipo di discriminazione, canali stabili di comunicazione con tutti gli interlocutori istituzionali a livello internazionale, comunitario e territoriale;
- rappresentare gli interessi e le posizioni della Società, in maniera trasparente, rigorosa e coerente, evitando atteggiamenti di natura collusiva.

Al fine di garantire la massima chiarezza nei rapporti, i contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente tramite referenti che abbiano ricevuto esplicito mandato dal vertice della Società.

**3.23. Antitrust e Organi Regolatori**

La Società dà piena e scrupolosa osservanza alle regole antitrust ed alle disposizioni emanate dalle Authority regolatrici del mercato ed è tenuta mediante gli appositi uffici del Gruppo d'appartenenza a comunicare tutte le iniziative di rilevanza antitrust da essa intraprese. In tal senso si ribadisce che **ITALSEMPIONE Spa** adotta le linee guida in materia di politica della concorrenza elaborate a livello di Gruppo e fornisce il necessario supporto al management. La Società non rifiuta, nasconde o ritarda alcuna informazione richiesta dall'autorità antitrust e agli altri organismi regolamentari nelle loro funzioni ispettive, e collabora attivamente nel corso delle procedure istruttorie.

Per garantire la massima trasparenza, la Società si impegna a non trovarsi con dipendenti di qualsiasi *Authority* e loro familiari in situazioni di conflitto di interessi.

### **3. MODALITA' DI ATTUAZIONE**

#### **4.1. Organismo di Vigilanza**

Con la approvazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001, ("Modello") di cui il Codice Etico è parte integrante, è stato istituito l'Organismo di Vigilanza di **ITALSEMPIONE Spa**, organo a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento del Modello e curarne l'aggiornamento.

#### **4.2. Compiti dell'Organismo di Vigilanza in materia di attuazione e controllo del Codice Etico**

Tra compiti dell'Organismo di Vigilanza, le cui funzioni ed attribuzioni specifiche sono elencate nel Modello, vi sono i seguenti:

- a)** vigilanza dell'effettività del Modello (e quindi del Codice Etico) con verifica della coerenza tra i comportamenti concreti ed il Modello istituito;
- b)** disamina in merito alla adeguatezza del Modello (e quindi del Codice Etico), ossia della sua reali capacità di prevenire, in linea di massima, comportamenti contrari alle disposizioni del Modello (e quindi del Codice Etico);
- c)** analisi circa il mantenimento nel tempo dei requisiti di solidità e funzionalità del Modello (e quindi del Codice Etico);
- d)** aggiornamento ed adeguamento del Modello (e quindi del Codice Etico) in ragione dello sviluppo della disciplina normativa applicabile con riferimento alla conduzione delle Attività Aziendali;
- e)** verifica delle situazioni di violazione del Modello (e quindi del Codice Etico) e predisposizione di un sistema di misure sanzionatorie da adottarsi da parte della Società;
- f)** esprimere pareri vincolanti per la Società in merito alle revisione delle più rilevanti politiche e procedure aziendali allo scopo di garantirne la coerenza con il Modello (e quindi con il Codice Etico).

#### **4.3. Comunicazione e formazione**

E' compito dell'Organismo di Vigilanza assicurarsi che il Codice Etico sia portato alla conoscenza di tutti i Destinatari e nella misura massima possibile degli Interlocutori Esterni. In tal senso la Società predispone apposite ed idonee attività di comunicazione (tra le quali, ad es., consegna di una copia del Codice Etico a tutti i Destinatari, predisposizione di apposita sezione del sito internet, inserimento di apposite clausole contrattuali che fanno riferimento al Codice Etico). Allo scopo di favorire la corretta comprensione del Codice Etico, la funzione del personale della Società organizza un piano di formazione ed informazione volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme del Codice Etico.

#### **4.4. Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza**

Tutti i Destinatari sono tenuti a comunicare direttamente, senza obbligo di passare per via gerarchica, all'Organismo di Vigilanza, situazioni, fatti o atti che, nell'ambito della Attività Aziendale, si pongano in violazione con le disposizioni del Codice Etico.

#### **4.5. Violazioni del Codice Etico**

L'Organismo di Vigilanza accerta le violazioni del Codice Etico e comunica, con sufficiente dettaglio di informazioni, le proprie risultanze all'organo amministrativo della Società per l'adozione dei provvedimenti o delle sanzioni del caso.

Data Creazione Documento: 10-02-2012

Data Revisione Documento: 25-10-2012