

Codice Etico

di

Groupe PSA Italia S.p.A.

SOMMARIO

1. INTRODUZIONE

- 1.1 Codice Etico
- 1.2 Adozione del Codice Etico
- 1.3 Rispetto delle Norme
- 1.4 Un approccio cooperativo e di trasparenza
- 1.5 Comportamenti non etici
- 1.6 Il Valore della reputazione
- 1.7 Il Valore della reciprocità

2. PRINCIPI GENERALI

- 2.1 Imparzialità
- 2.2 Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse
- 2.3 Riservatezza
- 2.4 Relazioni con gli azionisti
- 2.5 Valore delle risorse
- 2.6 Equità dell'Autorità
- 2.7 Integrità morale della persona – Pari opportunità
- 2.8 Trasparenza e completezza delle informazioni
- 2.9 Trasparenza contabile
- 2.10 Diligenza e accuratezza nell'esecuzione dei compiti e dei contratti
- 2.11 Correttezza ed equità nella gestione dei rapporti contrattuali
- 2.12 Qualità dei servizi e dei prodotti
- 2.13 Concorrenza leale
- 2.14 Responsabilità verso la collettività
- 2.15 Tutela ambientale
- 2.16 Utilizzo delle risorse finanziarie

3. CRITERI DI CONDOTTA

Sezione I: Criteri di condotta in generale

- 3.1 Trattamento delle informazioni
- 3.2 Regali, omaggi e benefici
- 3.3 Comunicazione all'esterno
- 3.4 Doveri dei Destinatari

Sezione II: Criteri di condotta nelle relazioni con i Dipendenti

- 3.5 Selezione del personale
- 3.6 Costituzione del rapporto di lavoro
- 3.7 Gestione del personale
- 3.8 Interventi sulla riorganizzazione del lavoro
- 3.9 Sicurezza e salute
- 3.10 Tutela della privacy
- 3.11 Integrità e tutela della persona

Sezione III: Criteri di condotta nelle relazioni con i clienti

- 3.12 Imparzialità e correttezza nei rapporti con i clienti
- 3.13 Comunicazioni ai clienti
- 3.14 Stile di comportamento dei Dipendenti
- 3.15 Controllo della qualità
- 3.16 Coinvolgimento della clientela
- 3.17 Gestione delle posizioni creditorie

Sezione IV: Criteri di condotta nelle relazioni con i fornitori

- 3.18 Scelta del fornitore
- 3.19 Integrità e indipendenza nei rapporti con i fornitori

Sezione V: Criteri di condotta nelle relazioni con la collettività

- 3.20 Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni
- 3.21 Contributi e sponsorizzazioni
- 3.22 Rapporti istituzionali
- 3.23 Antitrust e organi regolatori
- 3.24 Export

4. MODALITÀ DI ATTUAZIONE

- 4.1 Comunicazione e formazione

1. INTRODUZIONE

1.1 Codice Etico

Il presente Codice Etico è stato elaborato per assicurare che i valori fondamentali della Groupe PSA Italia S.p.A. (di seguito, la “**Società**”), cioè l’etica e la trasparenza, siano chiaramente definiti e costituiscano l’elemento base della cultura aziendale.

Il Codice Etico contiene l’insieme dei principi etici e delle regole di comportamento da seguire nella conduzione degli affari e delle attività della Società.

I destinatari del Codice Etico (di seguito, congiuntamente i “**Destinatari**”) sono:

- gli amministratori;
- i dipendenti, ossia i soggetti legati da un rapporto di lavoro subordinato (di seguito, i “**Dipendenti**”);
- i soggetti che operano sotto la direzione e vigilanza della Società;
- i collaboratori a qualsiasi titolo della Società; e
- ogni altro soggetto che dovesse operare nell’interesse e/o a vantaggio della Società, anche nell’ambito di rapporti contrattuali e/o extracontrattuali con quest’ultima;
- i fornitori, i clienti e ogni altra controparte contrattuale della Società.

I principi e le norme di comportamento del Codice Etico arricchiscono i processi decisionali e la formazione professionale e orientano i comportamenti della Società; tali norme e principi sono vincolanti, nell’ambito dello svolgimento delle attività aziendali, per tutti i Destinatari.

Il Codice Etico si compone di:

- (a) principi generali che disciplinano le relazioni tra la Società e i Destinatari e tra i Destinatari nei rapporti tra loro; tali principi definiscono i valori di riferimento nello svolgimento delle attività aziendali della Società;
- (b) criteri di condotta che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali i Destinatari sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- (c) 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

Il Codice Etico è adottato dall’Assemblea dei Soci mediante apposita deliberazione.

1.3 Rispetto delle Norme

La Società e i Destinatari rispettano ed applicano con rettitudine ed equità:

- (a) tutte le leggi e le norme vigenti in ciascun Paese o contesto ove la Società esercita la propria attività;
- (b) il Codice Etico; e
- (c) i regolamenti e/o i protocolli interni di volta in volta applicabili (collettivamente “**Norme**”).

Qualsiasi comportamento posto in essere in violazione delle Norme, cui possa conseguire un rischio di coinvolgimento della Società, deve essere immediatamente interrotto.

Indipendentemente dalle previsioni in materia di *whistleblowing*, al fine di garantire il controllo sulla corretta applicazione del Codice Etico, tutti i Destinatari sono legittimati a comunicare direttamente, senza obbligo di passare per via gerarchica, all'Amministratore Unico e all'organo di vigilanza o controllo preposto - cioè, in ogni caso, all'Organismo di Vigilanza e, per le funzioni di competenza, al Collegio sindacale - situazioni, fatti o atti che si pongano in violazione o potenziale violazione con le disposizioni del Codice Etico.

I Destinatari sono, in particolare, tenuti a trasmettere le informative di cui sopra nel caso in cui vengano a conoscenza di:

- qualunque provvedimento preso dalle autorità competenti relativo alla commissione di un reato previsto dal D. Lgs. 231/2001;
- qualunque richiesta di assistenza legale che coinvolga la Società per fatti rilevanti ai sensi del D. Lgs. 231/2001;
- qualunque potenziale violazione di qualsiasi disposizione del Codice Etico da parte di chiunque.

1.4 Un approccio cooperativo e di trasparenza

La Società aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia e di trasparenza, evitando informazioni ingannevoli e comportamenti tali da trarre indebito vantaggio da altrui posizioni di debolezza o di non conoscenza, (a) nell'ambito dei rapporti tra la stessa Società e le società del Gruppo, (b) tra la Società, ciascuna società del Gruppo e i Destinatari, (c) tra i Destinatari nei rapporti tra loro, e (d) nei rapporti con gli Interlocutori esterni della Società.

Per “**Interlocutori esterni**” devono intendersi gli individui, i gruppi, le associazioni o le istituzioni private e pubbliche, ivi inclusi, senza limitazione, i clienti, i fornitori ed i partner d'affari, il cui apporto in termini commerciali, amministrativi e finanziari in genere è richiesto per realizzare l'oggetto sociale, o che hanno comunque un interesse e/o un ruolo nel suo perseguimento.

1.5 Comportamenti non etici

I rapporti con l'esterno, le relazioni con i propri collaboratori, e quelle tra questi ultimi devono essere improntati alla massima lealtà, che consiste nel mantener

federe agli impegni assunti, nell'agire con senso di responsabilità, nel valorizzare e salvaguardare il patrimonio aziendale, compiendo ogni attività in completa buona fede.

Nello svolgimento delle attività aziendali i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra la Società e le società del Gruppo, tra le stesse e i Destinatari e tra i Destinatari nei rapporti tra loro.

Non sono etici tutti i comportamenti adottati in violazione dei principi elencati nel presente Codice Etico, o comunque non conformi ai principi ed alle regole di comportamento qui individuate, da chiunque posti in essere.

1.6 Il valore della reputazione

La buona reputazione è un valore essenziale:

- (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 l'efficacia nei rapporti con gli Interlocutori Esterni;
- (b) all'interno, consente di prendere e attuare le decisioni senza frizioni tra i Destinatari, nonché di organizzare il lavoro senza controlli eccessivamente burocratici ed esercizi eccessivi dell'autorità.

Il Codice Etico è uno degli elementi propedeutici alla buona reputazione della Società; essa, pertanto, ne sostiene e favorisce l'effettiva osservanza da parte di tutti i Destinatari, come sopra individuati.

1.7 Il valore della reciprocità

Questo Codice è improntato a un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno. La Società invita, perciò, i Destinatari a uniformare il proprio comportamento ai principi e alle regole ispirate a tale valore.

2. PRINCIPI GENERALI

2.1 Imparzialità

In tutti i processi decisionali, inclusi, 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, non sono ammessi comportamenti che abbiano un contenuto discriminatorio basato sull'età, sul sesso, sullo stato di salute, sulla razza, sulla nazionalità, sulle opinioni politiche e sindacali, nonché sulle credenze religiose.

2.2 Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse

Nell'esercizio delle attività aziendali, devono sempre evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle operazioni siano, o possano anche solo essere, in una condizione di conflitto di interessi idonea a intaccare la propria indipendenza di giudizio e di scelta. 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 si impegna a trattare ogni informazione ottenuta in relazione allo svolgimento dell'attività aziendale come riservata e si astiene dal ricercare dati sensibili, salvo il caso di espressa autorizzazione da parte del soggetto i cui dati vengono trattati, 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

Le relazioni tra la Società e gli azionisti sono improntate ai principi di correttezza, completezza, uniformità e tempestività d'informazione.

L'azionista non è solo una fonte di finanziamento, ma un soggetto con opinioni e preferenze di vario genere, che per orientarsi nelle decisioni di investimento e nelle delibere societarie, 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.

La Società si adopera, inoltre, affinché le *performance* economico-finanziarie siano tali da salvaguardare e accrescere il valore dell'impresa al fine di remunerare adeguatamente il rischio che l'azionista assume con l'investimento dei propri capitali.

2.5 Valore delle risorse

La Società si impegna a valorizzare le proprie risorse compiendo ogni attività in completa buona fede, ai fini del raggiungimento dell'oggetto sociale; in funzione di tale scopo, essa promuove il valore delle risorse per migliorare ed accrescere il patrimonio aziendale e la competitività delle competenze possedute.

2.6 Equità dell'autorità

Nei rapporti contrattuali e 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 forma di abuso. In particolare, la Società garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e dell'autonomia dei propri Dipendenti, e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino la dignità dei Dipendenti.

2.7 Dignità e pari opportunità nel lavoro

La Società rispetta i diritti fondamentali delle persone tutelando la dignità dei propri Dipendenti e garantendo loro eguali opportunità. A tal fine, la Società offre condizioni di lavoro rispettose della persona, nonché ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Non sono in alcun modo tollerate richieste o minacce volte a indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze personali.

2.8 Trasparenza e completezza delle informazioni

Tutti i Destinatari del presente Codice Etico sono tenuti a dare informazioni complete, corrette, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nell'impostare i rapporti con la Società, gli interlocutori in generale siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli. Nell'instaurazione 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, evitando di fornire informazioni fuorvianti e tenendo comportamenti improntati a criteri di correttezza e buona fede.

2.9 Trasparenza contabile

I principi di correttezza, trasparenza e completezza devono improntare tutte le attività di acquisizione, elaborazione e illustrazione di dati e informazioni contabili. Pertanto, le attività destinate alla formazione delle comunicazioni sociali e del bilancio devono ispirarsi a siffatti criteri e svolgersi nel rispetto delle norme di legge e delle regole e procedure predisposte dalla Società.

La Società si impegna a garantire un sistema amministrativo-contabile in linea con i principi di trasparenza, veridicità e accuratezza, disponendo, tra l'altro, adeguati sistemi per la conservazione della documentazione a supporto dell'attività contabile svolta, e per il controllo e la verifica della stessa.

Tutti i Destinatari del presente Codice Etico sono tenuti a un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, al fine di rilasciare, nei limiti e ai sensi di legge, ai soci e ai terzi (e, in particolare, agli Interlocutori esterni) informazioni corrette e veritiere nonché, quando dovuto, una cognizione piena ed effettiva circa la situazione patrimoniale, economica e finanziaria della Società. I predetti soggetti sono tenuti, altresì, ad assicurare il regolare funzionamento dell'azienda, agevolando ogni forma di controllo sulla gestione societaria previsto dalla legge.

2.10 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 trarre indebito vantaggio o profitto da condizioni di ignoranza, di incapacità e, più in generale, di debolezza delle proprie controparti.

2.11 Correttezza ed equità nella gestione dei rapporti contrattuali

Costituisce comportamento scorretto la condotta di chi, operando 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.

2.12 Qualità dei servizi e dei prodotti

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

2.13 Concorrenza leale

È di fondamentale importanza che il mercato sia basato su una corretta concorrenza.

La Società, perciò, intende tutelare il valore della concorrenza leale, impegnandosi alla massima osservanza delle leggi in materia di tutela della concorrenza e del mercato in qualsiasi giurisdizione, ed astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante; la Società si impegna, altresì, a denunciare agli organi competenti, mediante strumenti di *reporting* adeguati, tutte le pratiche volte a ridurre la libera concorrenza nel mercato.

Nessun Dipendente o collaboratore può essere coinvolto in iniziative o in contatti con concorrenti (a titolo meramente esemplificativo, ma non esaustivo: accordi su prezzi o quantità, suddivisione di mercati, limitazioni di produzione, accordi di collegamento ecc.), che possano apparire come violazione delle normative a tutela della concorrenza e del mercato.

2.14 Responsabilità verso la collettività

La Società opera tenendo conto delle esigenze delle comunità nel cui ambito svolge la propria attività e contribuisce al loro sviluppo economico, sociale e civile.

2.15 Tutela ambientale

Per la Società la tutela dell'ambiente è un valore fondamentale della collettività ed è compatibile con lo sviluppo aziendale.

La Società, pertanto, si impegna a rispettare le leggi e i regolamenti, in materia ambientale, vigenti in ogni Paese ove si svolga la sua attività, a tal fine servendosi di tecnologie idonee a preservare le risorse naturali e ad attuare iniziative per una diffusa tutela dell'ambiente.

2.16 Utilizzo delle risorse finanziarie

La Società richiede a tutti i soggetti che utilizzino risorse finanziarie della stessa di agire secondo criteri improntati alla legalità, trasparenza e correttezza, nel rispetto della legge e delle Norme.

3. CRITERI DI CONDOTTA

Sezione I – Criteri di condotta in generale

3.1 Trattamento delle informazioni

È considerata "informazione riservata" la conoscenza di un progetto, una proposta, un'iniziativa, una trattativa, un procedimento, anche in sede giudiziaria o arbitrale, un'intesa, un impegno, un accordo, un fatto o un evento, anche se futuro e incerto, attinenti la sfera di attività della Società, che non sia di dominio pubblico e che, se resa pubblica, potrebbe recare pregiudizio alla Società.

Sono altresì considerati "riservati" i dati contabili previsionali e quelli consuntivi, anche consolidati, della Società fino alla loro inclusione in un bilancio o in una comunicazione societaria resi pubblici nel rispetto della normativa vigente.

I Destinatari che, per ragioni d'ufficio, vengono a conoscenza di un'informazione riservata, non devono comunicarla a terzi se non per ragioni di ufficio o professionali. Nelle comunicazioni a terzi deve essere dichiarato il carattere riservato delle informazioni trasmesse e l'obbligo alla riservatezza anche da parte del terzo.

La circolazione interna e verso terzi dei documenti attinenti le informazioni riservate deve essere sottoposta a particolare attenzione onde evitare pregiudizi alla Società e indebite divulgazioni; 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;
- sottopone ai soggetti terzi, che intervengono nel trattamento delle informazioni riservate, la sottoscrizione di patti di riservatezza.

3.2 Regali, omaggi e benefici

Salvo quanto diversamente previsto di seguito per gli omaggi di modico valore, è vietato ai Destinatari promettere, offrire e/o dare, direttamente o indirettamente, a terzi regali, omaggi o benefici di qualsiasi natura che possano anche solo essere interpretati come eccedenti le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolti ad acquisire trattamenti di favore nell'esercizio di qualsiasi attività collegabile alla Società.

In particolare, è vietato promettere, offrire e/o dare regali, omaggi o benefici a funzionari pubblici italiani ed esteri, o ai loro familiari, al fine di influenzarne l'indipendenza di giudizio o indurli ad assicurare alla Società un qualsiasi vantaggio.

Fatto salvo quanto di seguito previsto, tale norma non ammette deroghe, nemmeno in quei Paesi dove offrire doni di valore a *partner* commerciali è consuetudine; si precisa che per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio.

In ogni caso, la Società deve astenersi da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dai codici etici - se noti - delle aziende o degli enti con cui ha rapporti.

Atti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità, sono consentiti purché di modico valore, non eccedenti le normali pratiche commerciali o di cortesia e comunque tali da non compromettere l'integrità e la reputazione della Società, e da non influenzare l'autonomia di giudizio del destinatario, in ogni caso nella misura in cui non siano in contrasto con le leggi applicabili e/o altro obbligo, anche contrattuale.

3.3 Comunicazione all'esterno

Le informazioni diffuse verso l'esterno dalla Società, anche attraverso i *mass media*, sono improntate al rispetto del diritto all'informazione e in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi, ovvero fornire

informazioni ingannevoli e tali da trarre indebito vantaggio da altrui posizioni di debolezza o di non conoscenza; ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale e deve essere realizzata garantendo correttezza, completezza, chiarezza, trasparenza e tempestività, salvaguardando, tra le altre, le eventuali informazioni price sensitive e i segreti industriali.

3.4 Doveri dei Destinatari

Ferma restando l'osservanza della generalità delle regole contenute nel presente Codice Etico:

- (a) i Destinatari devono agire lealmente al fine di rispettare quanto previsto dal Codice Etico;
- (b) i Destinatari devono conoscere e attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza delle informazioni in ambito aziendale per garantire l'integrità, la riservatezza e la disponibilità di queste ultime, e sono tenuti a 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 Destinatari 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) occupare una posizione di vertice all'interno della Società e al contempo coltivare interessi economici con fornitori, clienti o concorrenti, anche attraverso i propri familiari;
 - (ii) occuparsi dei rapporti con i fornitori all'interno della Società e al contempo svolgere attività lavorative, anche attraverso un proprio 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, i Destinatari sono tenuti a darne comunicazione agli organi preposti della Società, che valutano se effettivamente sussista una situazione di conflitto di interessi, e forniscono le indicazioni in merito a come procedere;
- (e) i Destinatari sono tenuti, inoltre, a dare informazione agli organi preposti della Società di situazioni di potenziale conflitto di interessi, anche quando queste possano insorgere in relazione ad attività svolte al di fuori dell'orario lavorativo;
- (f) ogni Destinatario è tenuto a 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 Destinatario 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 l'utilizzo improprio dei beni aziendali, comprese eventuali auto aziendali, che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'azienda;
- (g) ogni Destinatario è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate e ha il dovere di:
- (i) operare con diligenza per tutelare i beni e i servizi aziendali, attraverso comportamenti responsabili e in linea con le procedure operative predisposte per regolamentare l'utilizzo degli stessi; e
 - (ii) informare tempestivamente la Società di eventuali rischi o eventi dannosi;
- (h) la Società si riserva il diritto di impedire un utilizzo distorto o improprio dei propri beni e 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 Destinatario è tenuto a:
- (i) applicare 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 siti *internet* dal basso contenuto morale, o usare tali mezzi per diffondere informazioni personali, riservate e qualsiasi altro materiale della Società, ovvero inviare messaggi di posta elettronica ingiuriosi o diffamatori;
 - (iv) evitare di caricare sui sistemi aziendali *software* non autorizzati o comunque di uso illegale;
 - (v) evitare di fare copie non autorizzate di programmi su licenza per uso personale o per terzi.

Sezione II – Criteri di condotta nelle relazioni con i Dipendenti

3.5 Selezione del personale

La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto alle esigenze aziendali, nel rispetto della *privacy* dei candidati e delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati, senza alcuna distinzione di sesso, razza, religione e opinioni politiche; 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.

3.6 Costituzione del rapporto di lavoro

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro nel rispetto della legislazione applicabile; non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare.

Al fine di garantire una immediata conoscenza del sistema-azienda da parte di ciascun neoassunto, nonché favorire una sua più rapida integrazione nella vita e cultura aziendale, ogni collaboratore, al momento della costituzione del rapporto di lavoro, riceve accurate e chiare informazioni relative a:

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

3.7 Gestione del personale

L'elemento centrale del sistema di gestione e sviluppo del personale è costituito dalla valutazione delle competenze espresse e del potenziale di competenze possedute in stretta e coerente correlazione con le esigenze attuali e future della Società e l'individuazione delle posizioni chiave per lo sviluppo strategico; esso costituisce il presupposto essenziale per l'attribuzione di incarichi di responsabilità all'interno dell'organizzazione aziendale, e per una crescita pianificata e progressiva della professionalità e della carriera.

Ferme restando le regole generali poste dal presente Codice Etico, con riferimento alla gestione del personale trovano applicazione i seguenti principi:

- (a) la Società deve evitare qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei Dipendenti e nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, basando le decisioni su criteri oggettivi di merito;
- (b) l'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità; inoltre, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, sono favorite quelle forme di

flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolano la gestione dello stato di maternità e in generale della cura dei figli;

- (c) nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della *privacy*, la Società opera per impedire forme di nepotismo;
- (d) 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 Dipendenti e, in tale 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;
- (e) la Società mette a disposizione di tutti i propri Dipendenti strumenti informativi e formativi, con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze e conservare il valore professionale del personale;
- (f) costituisce abuso della posizione di autorità richiedere, come atto dovuto al superiore gerarchico, prestazioni, favori personali o qualunque comportamento che determini una violazione del presente Codice Etico;
- (g) è assicurato il coinvolgimento dei Dipendenti nello svolgimento del lavoro, anche attraverso la previsione di 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;
- (h) l'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali; il Dipendente deve, comunque, concorrere sempre all'attuazione delle attività stabilite.

3. 8 Interventi sulla riorganizzazione del lavoro

Nel caso di riorganizzazione del lavoro, è tenuto in considerazione il valore delle risorse umane e la valutazione delle competenze da ciascuno possedute e, ove necessarie, sono previste 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 Dipendenti, coerentemente con l'esercizio efficace ed efficiente delle attività aziendali;
- in caso di eventi nuovi o imprevisti, che devono essere comunque esplicitati, il Dipendente può essere assegnato a incarichi diversi rispetto a quelli svolti in precedenza, avendo cura di salvaguardare le sue competenze professionali.

3.9 Sicurezza e salute

La Società promuove condizioni e ambienti di lavoro che tutelino l'integrità psicofisica dei Dipendenti.

Essa si impegna a rispettare la normativa vigente in tema di sicurezza sul luogo di lavoro e, a tal fine, si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i Dipendenti. La Società, inoltre, opera per preservare, con idonee e mirate azioni preventive, la salute e la sicurezza dei Dipendenti.

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'elaborazione di linee guida di attuazione della sicurezza sui luoghi di lavoro;
- 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;
- interventi formativi e di comunicazione.

3.10 Tutela della privacy

La *privacy* dei Dipendenti è tutelata adottando *standard* che specificano le informazioni che la Società richiede ai Destinatari e le relative modalità di trattamento e conservazione, essendo esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e la vita privata dei Dipendenti. In particolare, al fine di garantire la tutela dei dati personali, la Società si impegna a trattare gli stessi secondo i seguenti criteri:

- trasparenza nei confronti dei soggetti cui i dati si riferiscono; costoro hanno diritto di conoscere quali informazioni personali si raccolgono, per quali motivi e se le stesse sono divulgate;
- liceità e correttezza del trattamento;
- pertinenza del trattamento con le finalità dichiarate e perseguite;
- la divulgazione dei dati a terzi non può essere effettuata senza il consenso dell'interessato, salvo che si tratti di un caso in cui la legge non lo richieda;
- garanzia di qualità e correttezza dei dati;
- diritto dell'interessato di prenderne visione e richiederne la correzione, se necessario.

3.11 Integrità e tutela della persona

La Società rispetta i diritti fondamentali delle persone, tutelando la dignità dei Dipendenti e garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della persona. A tal fine, essa salvaguarda i lavoratori da atti di violenza, anche psicologica, e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze. Non sono ammessi comportamenti che abbiano un contenuto discriminatorio basato sulle opinioni politiche e sindacali, la religione, la razza, la nazionalità, l'età, il sesso, l'orientamento sessuale, lo stato di salute e, in genere, qualsiasi caratteristica intima della persona umana. Devono, altresì, essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

Ognuno dei Dipendenti 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, alla religione, alle opinioni politiche e sindacali, può segnalare l'accaduto agli organi preposti per la valutazione dell'effettiva violazione del Codice Etico. Le eventuali disparità di trattamento non sono, tuttavia, considerate discriminazione se giustificate o giustificabili sulla base di criteri oggettivi.

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 e a non cercare di sfruttare indebitamente posizioni di forza a loro svantaggio. La contrattazione con i clienti è condotta nel rispetto del principio normativo della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche ed è garantita la 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, da evitare in ogni caso pratiche elusive o comunque scorrette.

La Società si impegna, altresì, a:

- conseguire in maniera corretta l'obiettivo di sviluppare e mantenere con i clienti favorevoli e durature relazioni;
- adottare uno stile di comportamento nei confronti della clientela improntato ad efficienza, collaborazione e cortesia;
- fornire informazioni accurate, complete e veritiere in modo da consentire al cliente una decisione consapevole;
- attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie o di altra natura;
- richiedere ai clienti di attenersi ai principi del presente Codice Etico.

3.13 Comunicazioni ai clienti

Le comunicazioni ai clienti della Società (compresi i messaggi pubblicitari e il contenuto del sito *internet* aziendale) devono essere:

- chiare, semplici e formulate 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;
- vere e non ingannevoli quanto al contenuto e allo strumento di comunicazione.

3.14 Stile di comportamento dei Dipendenti

Lo stile di comportamento dei Dipendenti nei confronti della clientela è improntato all'efficienza, 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 soddisfare le migliori e legittime aspettative dei propri clienti e a garantire loro adeguati *standard* di qualità dei servizi/prodotti offerti sulla base di livelli predefiniti. La Società si impegna, altresì, a fornire servizi a condizioni competitive e nel rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza e del mercato, nonché a monitorare periodicamente i livelli di qualità degli stessi.

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. L'Amministratore Unico verifica il rispetto di tali *standard* di comportamento nel 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.

Compatibilmente con gli interessi aziendali, la Società favorisce la risoluzione amichevole di eventuali controversie.

Sezione IV - I criteri di condotta nelle relazioni con i fornitori

3.18. Scelta del fornitore

I fornitori hanno un ruolo fondamentale nel migliorare la competitività complessiva della Società.

Vengono perciò selezionati i fornitori che possiedono le migliori caratteristiche in termini di qualità, innovazione, costo, servizio, continuità ed etica.

A tal fine, gli acquisti si eseguiranno nel rispetto dei principi di pari opportunità, lealtà, imparzialità, massima concorrenza e trasparenza.

3.19 Integrità e indipendenza nei rapporti con i fornitori

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri fornitori, consentendo a tutti coloro in possesso dei requisiti previsti di competere per l'assegnazione dei contratti mediante una scelta effettuata in base a parametri oggettivi.

I rapporti con i fornitori sono improntati a correttezza e buona fede e sono volti ad ottenere la collaborazione dei fornitori nell'assicurare costantemente il più conveniente rapporto tra qualità, costo e tempi di consegna. La Società garantisce, inoltre, la pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto poste dalla stessa, ivi incluse, senza limitazione, le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa; sono, peraltro, da evitare in ogni caso pratiche elusive o comunque scorrette.

Le relazioni con i fornitori sono oggetto di un costante monitoraggio da parte della Società, 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 ai principi della rotazione periodica delle persone preposte agli acquisti e ad un'adeguata tracciabilità delle scelte operate.

La Società si impegna, inoltre, a conservare le informazioni nonché i documenti ufficiali di gara e contrattuali per la durata di almeno tre anni, fermi restando i maggiori termini previsti dalle norme applicabili.

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. La Società si astiene, inoltre, da qualsiasi pressione diretta o indiretta su esponenti politici.

La Società intrattiene rapporti con rappresentanti delle forze politiche al solo fine di approfondire la conoscenza delle tematiche di proprio interesse e di promuovere in modo trasparente le proprie posizioni.

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 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 a eventi che offrano garanzia di qualità, in modo da garantirne originalità ed efficacia.

In ogni caso, nella scelta delle proposte cui aderire, la Società presta particolare attenzione ad ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale.

3.22 Rapporti istituzionali

Ogni rapporto con le istituzioni, anche internazionali, è limitato esclusivamente alle eventuali implicazioni dell'attività legislativa e amministrativa nei confronti della Società, alle richieste informali delle istituzioni stesse, nonché agli atti di sindacato ispettivo disposti da queste ultime, o, comunque a rendere nota la posizione su temi rilevanti per la Società. A tal fine, la Società si impegna a:

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

I contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente in uno spirito di lealtà, trasparenza e costruttiva collaborazione con le istituzioni pubbliche, inclusa l'autorità giudiziaria.

3.23 Antitrust e organi regolatori

La Società si impegna alla massima osservanza delle leggi in materia di tutela della concorrenza e del mercato in qualsiasi giurisdizione, ed a collaborare con le Autorità regolatrici del mercato.

In particolare, la Società dà piena e scrupolosa applicazione alle regole *antitrust* e alle disposizioni emanate dalle *Authorities* regolatrici del mercato, ed è tenuta a comunicare le eventuali iniziative di rilevanza *antitrust* da essa intraprese.

3.24 Export

La Società si impegna alla massima osservanza delle leggi in materia di export in qualsiasi giurisdizione.

4. MODALITA' DI ATTUAZIONE

4.1 Comunicazione e formazione

È compito dell'Amministratore Unico assicurarsi che il Codice Etico sia portato a conoscenza di tutti i Destinatari. In tal senso, la Società predispone apposite ed idonee attività di comunicazione e formazione per la divulgazione e la conoscenza del Codice Etico (tra le quali, ad esempio, l'affissione in un luogo accessibile a tutti di una copia del Codice Etico, la consegna a tutti i Destinatari di una copia del Codice Etico, la predisposizione di apposita sezione del sito *internet*, l'inserimento di apposite clausole contrattuali che fanno riferimento al Codice Etico). Allo scopo di favorire la corretta comprensione del Codice Etico, la Società organizza interventi formativi ed informativi nei confronti dei propri Dipendenti volti a favorire la conoscenza dei principi e delle norme del Codice Etico.