

CODICE ETICO

Allegato al Modello di organizzazione, gestione, controllo e disciplina
adottato ai sensi del D. Lgs. n. 231/01 da Brandart

PREMESSA	2
1 DESCRIZIONE	2
1.1 Ambito di applicazione e destinatari	3
1.2 Valore del Codice	3
1.3 Conoscenza del Codice	3
2 PRINCIPI ETICI	3
2.1 Applicazione dei Principi: obblighi dei Destinatari	4
2.2 Valore della persona e delle risorse umane	5
2.3 Dipendenti e Collaboratori	6
2.3.1 Politiche di selezione	6
2.3.2 Divieto di discriminazione	6
2.3.3 Condizioni di lavoro	6
2.3.4 Contrasto allo sfruttamento	6
2.3.5 Condotta sul luogo di lavoro	7
2.3.6 Ambiente di lavoro e sicurezza	7
2.4 Tutela ambientale e sostenibilità	7
2.5 Riservatezza	8
2.6 Correttezza e trasparenza della contabilità e controllo interno	8
3 RAPPORTI CON I TERZI	9
3.1 Rapporti con i clienti	9
3.2 Rapporti con i fornitori e i consulenti esterni	9
3.3 Rapporti con la Pubblica Amministrazione	10
3.4 Rapporti con l’Autorità Giudiziaria e le altre Autorità Pubbliche	11
3.5 Rapporti con Organizzazioni Politiche e Sindacali	11
3.6 Rapporti con gli organi di informazione	11
4 VIOLAZIONI E CONSEGUENZE SANZIONATORIE	11
5 APPROVAZIONE DEL CODICE ETICO E RELATIVE MODIFICHE	12
6 ALLEGATI	12

PREMESSA

Da tempo Brandart S.p.A. (di seguito BRANDART) è impegnata, attraverso l'adozione delle più opportune misure di prevenzione e controllo, alla rigorosa osservanza di leggi e regolamentazioni vigenti in ogni contesto in cui essa opera, a tutti i livelli decisionali ed operativi, nel convincimento che l'etica, l'integrità, la trasparenza e l'impegno costituiscano le fondamenta su cui costruire la reputazione e il successo duraturo dell'azienda.

Il rispetto del presente Codice Etico (di seguito semplicemente "Codice "), da parte di dipendenti, collaboratori, consulenti e controparti contrattuali in genere di BRANDART, nello svolgimento delle proprie funzioni e nell'ambito delle proprie responsabilità, riveste un'importanza fondamentale per il raggiungimento di tali obiettivi

1 DESCRIZIONE

Il presente Codice disciplina il complesso di diritti, doveri e responsabilità che BRANDART assume, nello svolgimento della propria attività, nei confronti di tutti i soggetti interessati che hanno rapporto diretto o indiretto con l'azienda e sono in grado di influenzarne l'attività o ne subiscono i riflessi (c.d. Stakeholders).

In ragione di tale funzione, costituendo uno dei cardini del sistema del controllo interno, questo documento è da ritenersi parte integrante del Modello Organizzativo adottato ai sensi del D.Lgs. n. 231/01 (Modello 231).

La politica di BRANDART è sempre stata quella di perseguire le attività d'impresa nel rispetto di elevati principi di onestà, lealtà e correttezza.

Il presente Codice individua e definisce non solo le responsabilità dei singoli destinatari dei suoi principi, ma in generale gli standard di comportamento a cui BRANDART deve attenersi, quali, in particolare:

- la legalità
- l'equità e l'eguaglianza
- l'integrità e la correttezza professionale
- la trasparenza e la diligenza
- l'imparzialità
- la leale concorrenza
- la prevenzione dei conflitti di interesse
- la riservatezza
- la tutela della persona
- la protezione della salute e la salubrità dei luoghi di lavoro
- la tutela ambientale
- l'innovazione e la ricerca.

Il presente Codice è soggetto ad aggiornamenti ed eventuali modifiche, su proposta dell'Organismo di Vigilanza (cd. ODV) e/o di qualunque funzione aziendale, sia con riferimento alle novità legislative e all'esperienza operativa, sia con riferimento alle possibili vicende modificative nell'organizzazione e/o nell'attività di BRANDART.

Gli aggiornamenti e le eventuali modifiche al presente Codice, previa approvazione dell'organo gestorio, sono diffuse o comunque rese conoscibili ai suoi destinatari con le modalità di seguito descritte.

1.1 Ambito di applicazione e destinatari

Il presente Codice è diretto agli organi sociali e ai loro componenti, al management, ai prestatori di lavoro, ai collaboratori esterni, ai consulenti e ai collaboratori a qualunque titolo, agli agenti, ai procuratori, a qualsiasi altro soggetto che possa agire in nome e per conto di BRANDART e, in generale, a tutti coloro con i quali BRANDART entra in contatto nel corso della loro attività (di seguito i “Destinatari”).

BRANDART considera quale principi irrinunciabili il rispetto delle leggi e dei regolamenti applicabili in tutti i paesi in cui opera, e la correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari.

BRANDART perciò promuove la creazione di un ambiente di lavoro caratterizzato da un forte senso di integrità etica nel convincimento che ciò contribuisca in modo decisivo anche all’efficacia delle politiche e dei sistemi di controllo.

In particolare, gli amministratori di BRANDART sono tenuti a ispirarsi ai principi del presente Codice nel fissare gli obiettivi aziendali, nel proporre gli investimenti e realizzare i progetti, e in qualsiasi decisione o azione relativa alla gestione.

Analogamente, i dirigenti e i responsabili delle funzioni aziendali dovranno ispirarsi ai medesimi principi, sia all’interno, rafforzando in tal modo la coesione e lo spirito di reciproca collaborazione, sia nei confronti dei terzi, con esplicito divieto di ricorrere a favoritismi illegittimi, pratiche collusive, di corruzione e/o di sollecitazione di vantaggi personali per sé o per altri.

I Destinatari devono quindi contribuire attivamente all’attuazione del presente Codice e segnalare eventuali problematiche o carenze all’Organismo di vigilanza di BRANDART.

1.2 Valore del Codice

L’osservanza dei principi e delle regole del presente Codice, la loro coerente diffusione e applicazione operativa nell’ambito delle responsabilità assegnate sono parte essenziale ed integrante delle obbligazioni contrattuali di ciascun Destinatario e la sua violazione può essere fonte di responsabilità – per quanto di ragione – disciplinare e/o risarcitoria.

La violazione delle norme del presente Codice, pertanto, potrà dunque costituire inadempimento grave delle obbligazioni derivanti dal contratto di lavoro e fonte di illecito civile, con ogni conseguente responsabilità personale.

1.3 Conoscenza del Codice

BRANDART si impegna ad assicurare la massima diffusione del presente Codice provvedendo a predisporre ogni strumento conoscitivo utile e a svolgere un processo di sensibilizzazione dei suoi contenuti.

2 PRINCIPI ETICI

Per raggiungere i propri obiettivi e poter rappresentare un modello di riferimento per tutti coloro che si interfacciano con essa, BRANDART si conforma ai seguenti principi etici (di seguito anche i “Principi”):

- rispetto delle disposizioni legislative e regolamentari vigenti in tutti i paesi nei quali BRANDART opera;
- legittimità, lealtà, correttezza, trasparenza;
- riservatezza;
- rispetto del valore della persona e delle risorse umane;
- rispetto della concorrenza, quale strumento indispensabile per lo sviluppo del sistema economico;
- rispetto dell’ambiente naturale e sensibilizzazione alla sua tutela
- sostegno ad iniziative di sviluppo sostenibile.

2.1 Applicazione dei Principi: obblighi dei Destinatari

Gli amministratori, i sindaci, i dirigenti, e i responsabili di BRANDART sono tenuti al rispetto del presente Codice e informano la loro attività a valori di lealtà, probità, onestà e buona fede, correttezza, integrità. Essi sono tenuti ad astenersi da qualsiasi attività che possa essere ritenuta, anche potenzialmente, in conflitto con gli interessi di BRANDART comunicando tempestivamente all'Organismo di Vigilanza per le necessarie valutazioni, l'eventuale insorgere, nello svolgimento dell'attività sociale, di un interesse proprio.

I dipendenti e i collaboratori operano contribuendo al raggiungimento dello scopo sociale con rigore professionale, lealtà, onestà e buona fede, correttezza, impegno e spirito di collaborazione reciproco.

I criteri di collaborazione, lealtà e rispetto reciproco devono improntare i rapporti tra i dipendenti di qualsiasi livello, e tra questi e i terzi, con cui essi vengano in contatto in ragione delle attività lavorative svolte.

Ogni azione, operazione, negoziazione e, più in generale, qualsiasi attività posta in essere dai dipendenti e collaboratori deve uniformarsi alle regole della trasparenza, completezza e veridicità delle informazioni, nonché alle procedure aziendali.

In particolare, i dipendenti e i collaboratori sono tenuti a:

- conoscere e rispettare le procedure interne in materia di permessi, ferie, rimborsi spese, avendo cura a tale ultimo riguardo di fornire adeguata documentazione;
- conoscere e dar corso a ogni previsione aziendale in materia di sicurezza e diffusione delle informazioni riguardanti BRANDART e i suoi competitors;
- utilizzare con diligenza ed esclusivamente per finalità connesse allo svolgimento delle mansioni affidate i beni aziendali;
- utilizzare con accuratezza i sistemi informatici con assoluto divieto di dar corso a manipolazioni sui dati in essi contenuti;
- non utilizzare il nome e la reputazione del BRANDART a fini personali;
- osservare diligentemente le disposizioni del presente Codice, astenendosi da ogni comportamento ad esse contrario;
- offrire la massima collaborazione nell'accertamento delle possibili e/o presunte violazioni del presente Codice;
- informare i terzi che entrino in rapporto con BRANDART circa le prescrizioni del presente Codice e richiederne l'osservanza.

Non è tollerato alcun uso improprio o scorretto degli strumenti aziendali, in particolare di quelli elettronici/informatici, quali, a titolo meramente esemplificativo:

- l'accesso non autorizzato al sistema informatico aziendale e/o a sistemi informatici altrui;
- qualsiasi violazione di diritti di proprietà industriale e/o intellettuale di BRANDART e/o di qualunque terzo;
- l'accesso, la creazione, la visualizzazione, la trasmissione o qualsiasi utilizzo di contenuti o illeciti, dannosi, minatori, abusivi, molesti, diffamatori e/o calunniosi, volgari, osceni, lesivi della privacy altrui, razzisti, xenofobi, classisti o comunque repressibili;
- finalizzati allo sfruttamento sessuale o violento di persone, compresa la pubblicazione di foto pornografiche o pedopornografiche, offerte di prostituzione o altro invito a contenuto sessuale nonché link ai siti per soli adulti;
- di propaganda, anche politico-sindacale, e/o l'utilizzo di simboli che siano considerati illegittimi dalle leggi italiane e/o del Paese dell'Utente;

- volti a promuovere o porre in essere attività criminose tra cui la pedofilia, la truffa, i reati informatici, il traffico illecito di sostanze stupefacenti, comportamenti persecutori, gioco d'azzardo, riciclaggio, furto e commercio illecito, comprensivo di segreti industriali/commerciali, ecc.;
- recanti virus, malware, trojan o qualsiasi altro codice, file o programma creato per interrompere, distruggere o limitare il funzionamento dei software, degli hardware o degli impianti di telecomunicazioni di BRANDART e/o di terzi;
- potenzialmente lesivi, in qualsiasi forma, della reputazione di BRANDART e/o di qualunque terzo;
- la trasmissione di informazioni aziendali riservate in assenza di adeguata autorizzazione.

2.2 Valore della persona e delle risorse umane

BRANDART promuove il valore della persona attraverso il rispetto dell'integrità fisica, culturale e morale, tutelando i propri dipendenti e collaboratori da discriminazioni per ragioni di nazionalità, di razza, di etnia, di credo religioso, di appartenenza politica e sindacale, di lingua, di età, di sesso e di sessualità. In tal senso, i Destinatari devono collaborare attivamente per mantenere un clima di reciproco rispetto della dignità e delle competenze di ciascuno.

BRANDART considera i propri dipendenti e collaboratori come una risorsa preziosa e indispensabile per la propria esistenza e il proprio sviluppo futuro. Ritiene essenziale garantire uniformità e coerenza di gestione in tutte le società e i paesi in cui BRANDART è presente, nel rispetto delle culture e delle legislazioni locali.

BRANDART persegue l'eccellenza e la valorizzazione dello spirito di innovazione, nel rispetto dei limiti delle responsabilità di ciascuno e, al tempo stesso, promuove la partecipazione delle persone al proprio progetto di crescita. Il management e i dipendenti sono incoraggiati ad assumersi responsabilità e a lavorare per vincere le sfide e raggiungere gli obiettivi aziendali. La cultura imprenditoriale di BRANDART riconosce, promuove e premia la proattività individuale e il lavoro di squadra.

Al fine di valorizzare le capacità e le competenze dei propri dipendenti, BRANDART adotta criteri di merito e garantisce a tutti pari opportunità, senza discriminazione alcuna, tal che:

- la selezione e la valutazione del personale è effettuata in base a criteri oggettivi fondati sulla corrispondenza dei profili professionali e delle competenze dei candidati rispetto alle esigenze aziendali e nel rispetto delle pari opportunità dei candidati;
- le informazioni assunte nell'ambito del processo selettivo sono strettamente collegate alla verifica del profilo professionale ricercato, nel rispetto della sfera privata del candidato e delle sue opinioni personali;
- il personale è assunto in conformità alle tipologie contrattuali previste dalla normativa vigente e dai contratti collettivi nazionali di lavoro eventualmente applicabili;
- l'attribuzione degli incarichi è definita in considerazione delle competenze e delle capacità dei singoli, sulla base delle esigenze di BRANDART e sulla base della crescita professionale dei propri dipendenti;
- le politiche di gestione, formazione e sviluppo sono finalizzate a supportare i dipendenti nel loro percorso di crescita professionale e ad aggiornare costantemente le loro competenze manageriali e tecniche al fine di permettere a ciascuno di svolgere al meglio il proprio ruolo e per raggiungere gli obiettivi aziendali;
- il sistema di remunerazione è definito in base al ruolo dei dipendenti e alle capacità e competenze che lo stesso richiede, nonché ai risultati raggiunti e al confronto continuo e sistematico con il mercato esterno di riferimento;
- la raccolta di informazioni e la raccolta e produzione di documenti nel corso del processo di selezione e gestione, nonché la loro conservazione su supporto cartaceo o informatico, avvengono nel pieno rispetto della normativa sulla privacy in vigore nei vari paesi.

BRANDART garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona e in tal senso censurano comportamenti lesivi e discriminatori della persona anche sulle convinzioni e preferenze e condannano espressamente ogni qualsivoglia forma di molestia psicologica, fisica e sessuale.

BRANDART si adopera per il radicamento di una cultura della sicurezza e della salute dei lavoratori all'interno del luogo di lavoro, promuovendo la consapevolezza dei rischi e la responsabilizzazione dei comportamenti individuali.

BRANDART agisce nei confronti dei propri dipendenti e collaboratori nel pieno rispetto delle disposizioni della normativa italiana in materia di salute e sicurezza sul lavoro di cui al D.lgs. 9 aprile 2008 n. 81, e sue successive modifiche e integrazioni, ovvero delle normative locali in vigore nei vari paesi.

2.3 Dipendenti e Collaboratori

2.3.1 Politiche di selezione

L'onestà, la lealtà, la capacità, la professionalità, la serietà, la preparazione tecnica e la dedizione del personale rientrano quindi tra le condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi di BRANDART e rappresentano le caratteristiche richieste ai propri dipendenti e collaboratori a vario titolo.

Al fine di contribuire allo sviluppo degli obiettivi di impresa ed assicurare che tali obiettivi siano da tutti perseguiti nel rispetto dei principi etici e dei valori cui BRANDART si ispira, la politica aziendale è volta a selezionare ciascun dipendente e collaboratore a vario titolo secondo i valori e le caratteristiche sopra enunciate. Nell'ambito della selezione – condotta nel rispetto delle pari opportunità e senza discriminazione alcuna sulla sfera privata e sulle opinioni dei candidati – BRANDART opera affinché le risorse acquisite corrispondano ai profili effettivamente necessari alle esigenze aziendali, evitando favoritismi e agevolazioni di ogni sorta.

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro. Non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare. Al momento della costituzione del rapporto di lavoro è consegnato al nuovo assunto il presente Codice oltre alle informazioni inerenti la natura dell'attività, le procedure da adottare, le norme e le regole cui attenersi per lo sviluppo di un proficuo rapporto di lavoro.

2.3.2 Divieto di discriminazione

BRANDART ritiene fondamentale rispettare i diritti fondamentali delle persone tutelandone l'integrità morale, evitando ogni forma di discriminazione e, in particolare, discriminazione per razza, sesso, età, nazionalità, religione e convinzioni personali: la valutazione ed il riconoscimento dei risultati raggiunti, delle potenzialità professionali e delle competenze espresse dalle persone costituiscono i criteri essenziali per gli avanzamenti di carriera e retributivi.

2.3.3 Condizioni di lavoro

BRANDART si impegna ad osservare verso i dipendenti la disciplina giuslavoristica di ogni fonte, normativa, regolamentare e contrattuale collettiva vigente, in particolare in materia di orario di lavoro, trattamenti retributivi, contributivi e tutela della salute e della sicurezza sul lavoro.

2.3.4 Contrasto allo sfruttamento

BRANDART non impiega alcuna forma di lavoro forzato e non impiega persone di età inferiore a quella stabilita per l'avviamento al lavoro dalle normative del luogo in cui la prestazione lavorativa è eseguita.

BRANDART si impegna inoltre a non instaurare o mantenere rapporti d'affari con fornitori, che risultino impiegare lavoro minorile, come sopra definito.

BRANDART non impiega lavoratori stranieri che si trovino irregolarmente sul territorio italiano. In particolare, BRANDART non impiega lavoratori privi del permesso di soggiorno, ovvero in possesso di permesso di soggiorno scaduto, revocato o annullato.

2.3.5 Condotta sul luogo di lavoro

Per quanto di ragione, i Destinatari del presente Codice devono attenersi ad un rigoroso rispetto delle leggi, regolamenti e direttive aziendali vigenti, nonché adoperarsi per mantenere un ambiente di lavoro decoroso, dove la dignità di ciascuno sia rispettata.

In particolare:

- non devono prestare servizio sotto l'effetto di sostanze alcoliche o stupefacenti;
- devono evitare comportamenti che possano creare un clima intimidatorio o offensivo nei confronti di colleghi o sottoposti;
- devono instaurare e promuovere un clima rispettoso e cordiale nei confronti di colleghi o sottoposti;
- devono rispettare il divieto di fumo nei locali aziendali stabilito ai sensi dell'art.51 della legge 16 gennaio 2003 n.3, conformemente alla cartellonistica predisposta da BRANDART.

Inoltre non sono in alcun modo tollerate molestie sessuali né qualunque atteggiamento o comportamento che possa turbare la sensibilità della persona; BRANDART non accetta alcuna forme di discriminazione in base all'età, al sesso, alle origini razziali o etniche, alla religione, alle opinioni politiche e sindacali, alle condizioni fisiche, alla nazionalità, allo stato civile o agli orientamenti sessuali.

2.3.6 Ambiente di lavoro e sicurezza

BRANDART si prefigge l'obiettivo di mantenere un ambiente di lavoro ove non vi siano pericoli per la sicurezza e la salute e dove i rischi operativi siano contenuti entro livelli accettabili, nel rispetto della norma (generale) di cui all'art.2087 Cod. Civ. e delle normative (particolari) dettate in materia (in principalità, dal D.Lgs. n. 81/2008 (e ss.mm.).

A tal fine BRANDART gestisce le sue attività valorizzando la tutela dell'ambiente lavorativo e la sicurezza del proprio personale e dei terzi, ponendosi come obiettivo il miglioramento continuo ed impegnandosi:

- a rispettare integralmente le disposizioni pro tempore vigenti in materia di tutela della salute e sicurezza dei luoghi di lavoro;
- ad adottare le misure che alla stregua dell'attività aziendale, dell'esperienza e della tecnica, risultano necessarie a tutelare l'integrità fisica e la personalità morale dei lavoratori;
- a promuovere la partecipazione dei Destinatari, per quanto di ragione nell'esercizio delle loro funzioni, ed in particolare dei fornitori, al processo di prevenzione dei rischi, di salvaguardia dell'ambiente e di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro.

2.4 Tutela ambientale e sostenibilità

BRANDART si impegna verso un'innovazione sostenibile che riduca i propri impatti negativi sull'ambiente naturale e sui cambiamenti climatici, tutelando i diritti delle generazioni future, attraverso:

- il rispetto della normativa ambientale direttamente applicabile
- l'applicazione di un principio precauzionale a fronte di problemi che riguardano l'ambiente
- l'azione di iniziative tese a promuovere una maggiore responsabilizzazione in tema ambientale

- l'incentivazione di soluzioni progettuali e tecnologiche rispettose dell'ambiente
- la misurazione e il monitoraggio degli impatti delle proprie attività, non solo dirette ma anche, ove possibile, riferite agli anelli a monte e a valle della catena di approvvigionamento e distribuzione
- la tracciabilità dei materiali e l'eliminazione graduale delle sostanze chimiche pericolose.

2.5 Riservatezza

BRANDART, nel rispetto del D.lgs. 196/2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e delle singole leggi locali per le società estere, tutela i dati personali trattati nell'ambito della propria attività al fine di evitarne l'utilizzo improprio o addirittura illecito e conseguentemente adotta specifiche procedure finalizzate alla:

- adeguata informativa agli interessati;
- acquisizione del consenso degli interessati ove necessario.

BRANDART adotta le misure di sicurezza minime ed idonee per ridurre, per quanto possibile e secondo il progresso tecnico, i rischi di comunicazione/diffusione non autorizzata dei dati dei quali è Titolare, di accesso non autorizzato ovvero, comunque, di trattamento non consentito.

Tutti i Destinatari, nell'esercizio delle proprie funzioni e nell'ambito delle proprie competenze, sono responsabili dell'attuazione di tali misure di sicurezza, sia riguardo gli strumenti informatici, sia riguardo gli archivi ed i dossier cartacei.

Al di fuori di quanto loro legislativamente e/o contrattualmente consentito, i Destinatari del presente Codice non dovranno utilizzare, comunicare o diffondere, qualsiasi notizia aziendale comunque appresa, da intendersi sin d'ora incondizionatamente riservata, nonché segreti commerciali o industriali, ovvero, comunque, qualsiasi notizia/documento aziendale obiettivamente riservati o anche soltanto indicati come tali da BRANDART e da essa acquisiti in virtù e/o in occasione dei rapporti intercorsi.

2.6 Correttezza e trasparenza della contabilità e controllo interno

BRANDART, nella tenuta della contabilità, agisce nel più rigoroso rispetto della normativa applicabile, anche regolamentare, relativa alla redazione dei bilanci e più in generale alla documentazione amministrativa - contabile obbligatoria.

Le rilevazioni contabili dei fatti di gestione, le informazioni e i dati societari forniti a terzi sono effettuate secondo criteri di trasparenza, correttezza, accuratezza e completezza.

Ogni azione, operazione o transazione deve essere correttamente registrata nel sistema di contabilità aziendale secondo i criteri indicati dalla legge e i principi contabili applicabili e, inoltre, debitamente autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua nel rispetto delle procedure interne.

I Destinatari sono tenuti a prestare la massima collaborazione affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità aziendale e a conservare tutta la documentazione idonea a supporto in modo tale da renderla facilmente reperibile e consultabile da parte dei soggetti abilitati al controllo.

BRANDART esige e promuove il pieno rispetto dei processi di controllo interno, quale strumento per il miglioramento dell'efficienza aziendale.

Il sistema di controllo interno consiste nelle attività di controllo che le singole funzioni aziendali svolgono sui propri processi, al fine di proteggere i beni aziendali, gestire efficacemente le attività societarie e fornire con

chiarezza informazioni sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria del BRANDART, nonché nelle attività finalizzate all'identificazione e al contenimento dei rischi aziendali.

I Destinatari sono tenuti, per quanto di loro competenza, a collaborare attivamente al corretto ed efficace funzionamento del sistema dei controlli interni.

Alle funzioni aziendali preposte è garantito libero accesso ai dati, alla documentazione e a qualsiasi informazione utile allo svolgimento dell'attività di controllo.

3 RAPPORTI CON I TERZI

BRANDART è particolarmente attenta a sviluppare un rapporto di fiducia con tutti i suoi possibili interlocutori.

Nello svolgimento delle proprie attività, BRANDART si uniforma ai principi di lealtà e correttezza, richiedendo a tutti coloro che operano per loro conto comportamenti onesti, trasparenti e conformi alle leggi, non tollerando condotte corruttive e/o collusive, né favoritismi non dovuti.

È fatto divieto ai dipendenti e ai collaboratori, nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a BRANDART dare/offrire e/o accettare/ricevere omaggi, benefici e/o qualsiasi altra utilità, personale e non, fatta eccezione per gli omaggi di modico valore riconducibili alle normali relazioni di cortesia o pratiche commerciali.

3.1 Rapporti con i clienti

BRANDART persegue l'obiettivo di soddisfare le migliori e legittime aspettative dei propri Clienti, trattandoli sempre in modo corretto ed onesto, fornendo loro prodotti di qualità nel rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza e del mercato.

BRANDART pertanto esige, per quanto di ragione, dai Destinatari del presente Codice che ogni rapporto e contatto con la Clientela sia improntato a onestà, correttezza, imparzialità, professionalità e trasparenza.

BRANDART nei rapporti con i Clienti deve:

- applicare le procedure interne per la gestione dei rapporti con i Clienti al fine di conseguire l'obiettivo di sviluppare e mantenere favorevoli e durature relazioni con i Clienti stessi;
- operare nell'ambito delle normative vigenti;
- rispettare sempre gli impegni e gli obblighi assunti nei confronti dei Clienti.

3.2 Rapporti con i fornitori e i consulenti esterni

La selezione dei fornitori deve essere mirata esclusivamente su soggetti che forniscano adeguate garanzie di trasparenza, correttezza, affidabilità e idoneità tecnica per lo svolgimento delle prestazioni richieste.

Nella scelta dei fornitori e dei consulenti esterni, così come nella determinazione delle condizioni di acquisto dei beni e servizi, ovvero nella attribuzione di incarichi professionali, i Destinatari devono cercare di ottenere il massimo vantaggio competitivo per BRANDART, selezionando il fornitore o il consulente che sia in grado di fornire beni e servizi della qualità richiesta ai termini e alle condizioni più convenienti.

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando, ove possibile, l'assunzione di vincoli contrattuali che comportino forme di dipendenza per il fornitore contraente o per l'azienda del Gruppo coinvolta.

I compensi e le somme a qualsiasi titolo corrisposte ai fornitori e consulenti per forniture e incarichi professionali dovranno essere in linea con le condizioni di mercato e adeguatamente documentati.

La scelta del consulente esterno deve avvenire a favore di persone che, per la loro comprovata serietà e preparazione professionale, siano in grado di adempiere nel migliore dei modi alle prestazioni richieste. Il rapporto di lavoro con il consulente deve essere improntato a criteri di massima trasparenza.

BRANDART deve essere messa in grado di verificare in ogni momento quali prestazioni siano state effettivamente eseguite e se il consulente stia adempiendo ai suoi obblighi contrattuali. Il consulente a sua volta deve informare periodicamente BRANDART in ordine alle attività che sta svolgendo.

Il pagamento delle prestazioni al consulente dovrà essere effettuato sulla base di una dettagliata esposizione delle attività da quest'ultimo svolte, in modo da consentire la verifica della effettività e della congruità della remunerazione rispetto al valore delle prestazioni eseguite.

I fornitori di beni e servizi che intendono collaborare con BRANDART sono tenuti ad accettare il presente Codice senza alcuna riserva o condizione, assumendosi gli impegni e gli obblighi descritti nell'estratto denominato "Codice di Condotta fornitori", allegato al presente Codice (All.1 o All.2 a seconda che abbiano sede nel territorio italiano o all'estero) e coerente con i principi, i valori e le regole contenute in esso. Tale documento deve essere inviato al fornitore al momento della stipula del contratto, e il fornitore deve accettarne espressamente i contenuti mediante sottoscrizione chiara ed univoca, seguendo le modalità indicate in esso.

BRANDART si riserva il diritto di verificare l'adesione a tali principi e di effettuare audit e verifiche di conformità, in qualsiasi momento, anche senza preavviso, nei limiti previsti dalla legge. In occasione di tali audit e verifiche, i fornitori dovranno fornire le informazioni necessarie e consentire l'accesso ai rappresentanti di BRANDART.

3.3 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I rapporti con la pubblica amministrazione sono esclusivamente quelli:

- strumentali all'ottenimento di autorizzazioni eventualmente necessarie per lo svolgimento dell'attività aziendale,
- volti a valutare le implicazioni di leggi e regolamenti rispetto ad attività aziendali,
- necessari in risposta a richieste fatte a BRANDART dalla pubblica amministrazione, nello svolgimento della sua attività istituzionale.

I rapporti con la pubblica amministrazione devono essere sempre chiari, trasparenti e corretti e tali da non essere suscettibili di interpretazioni ambigue o fuorvianti.

In particolare, i Destinatari non devono cercare di influenzare impropriamente le decisioni della pubblica amministrazione offrendo denaro o altre utilità, quali opportunità di lavoro o commerciali che possano avvantaggiare i pubblici ufficiali o i soggetti incaricati di un pubblico servizio, nonché i familiari degli stessi.

Al fine di garantire la massima trasparenza nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, è fatto espresso divieto:

- di effettuare elargizioni in denaro, offrire doni o accordare vantaggi di qualsiasi natura a dirigenti, funzionari o dipendenti della Pubblica Amministrazione;
- di offrire o accettare qualsiasi oggetto, servizio, prestazione o favore di valore per ottenere un trattamento più favorevole in relazione a qualsiasi rapporto intrattenuto con la Pubblica Amministrazione.

3.4 Rapporti con l’Autorità Giudiziaria e le altre Autorità Pubbliche

La gestione dei rapporti con l’autorità giudiziaria e le altre autorità pubbliche è riservata esclusivamente alle funzioni aziendali a ciò preposte.

I Destinatari sono tenuti a prestare la massima disponibilità e collaborazione nei confronti dell’autorità giudiziaria e/o delle altre autorità istituzionali nel corso di eventuali controlli o ispezioni da essi disposti.

I Destinatari che, per fatti connessi al rapporto di lavoro, saranno oggetto, anche a titolo personale, di indagini e ispezioni o riceveranno mandati di comparizione, e/o coloro ai quali verranno notificati altri provvedimenti giudiziari dovranno informarne l’Organismo di vigilanza di BRANDART.

3.5 Rapporti con Organizzazioni Politiche e Sindacali

Le risorse di BRANDART sono esclusivamente destinate al perseguimento degli scopi statutari, nel rispetto dei principi di legalità, correttezza ed efficacia di ogni atto gestionale e/o finanziario. In ogni caso BRANDART non finanzia, né sostiene altrimenti, anche indirettamente, imprese o altri enti con fini di lucro, partiti politici e sindacati, salva, in quest’ultimo caso, la collaborazione contributiva prescritta dalla legge.

Qualsiasi iniziativa in materia da parte dei Destinatari deve intendersi a titolo esclusivamente personale, restando escluso ogni onere a carico di BRANDART ed ogni coinvolgimento della sua immagine e del suo ruolo istituzionale. È comunque tassativamente vietato ai Destinatari ed ai loro familiari promettere o versare denaro, beni od altre utilità a partiti politici o sindacati, ovvero a loro rappresentanti, per promuovere il presunto interesse di BRANDART o per procurarle un presunto vantaggio.

3.6 Rapporti con gli organi di informazione

I rapporti con i “mass media” sono riservati esclusivamente alle funzioni ed ai soggetti a ciò delegati, e sono improntati al rispetto del diritto all’informazione.

La comunicazione verso l’esterno deve seguire i principi guida della verità, correttezza, trasparenza, prudenza e deve essere volta a favorire la conoscenza delle politiche aziendali e dei programmi e progetti di BRANDART.

L’informazione verso i “mass media” deve essere accurata, coordinata e coerente con i principi e le politiche di BRANDART; deve rispettare le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale; deve essere realizzata con chiarezza e trasparenza. È assolutamente vietato divulgare notizie false.

Qualsiasi dipendente venga contattato da un rappresentante dei mass media deve immediatamente darne notizia alle funzioni aziendali competenti onde condividere ogni iniziativa connessa alla divulgazione di fatti e/o notizie attinenti BRANDART.

4 VIOLAZIONI E CONSEGUENZE SANZIONATORIE

Tutti i Destinatari, nel caso in cui vengano a conoscenza di presunte violazioni del presente Codice o di comportamenti non conformi alle regole di condotta adottate da BRANDART, devono informarne senza indugio l’Organismo di vigilanza di BRANDART. L’Organismo di vigilanza di BRANDART procederà alla verifica della fondatezza delle presunte violazioni, sentendo, se del caso, la persona che ha effettuato la segnalazione e/o il presunto autore.

Devono, inoltre, essere obbligatoriamente trasmesse all’Organismo di vigilanza di BRANDART le informazioni relative ad atti ufficiali conseguenti all’inosservanza di norme e regolamenti (es. provvedimenti da parte di

organi della polizia giudiziaria, richieste di assistenza legale inoltrate dai dirigenti e/o dai dipendenti in caso di avvio di procedimento giudiziario, ecc.).

Nei confronti degli autori di condotte illecite saranno adottati i provvedimenti ritenuti opportuni, indipendentemente dall'eventuale esercizio dell'azione penale da parte dell'autorità giudiziaria, provvedendo a comunicare alle funzioni aziendali competenti i provvedimenti sanzionatori irrogati.

L'osservanza delle disposizioni del presente Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti. L'eventuale violazione delle disposizioni del presente Codice costituisce inadempimento delle obbligazioni del rapporto di lavoro e/o illecito disciplinare, in conformità alla normativa locale applicabile e in specie per le società italiane in conformità alle procedure previste dall'art. 7 dello Statuto dei lavoratori e della contrattazione collettiva applicabile, con ogni conseguenza di legge, anche con riguardo alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

Il rispetto dei Principi del presente Codice costituisce parte delle obbligazioni contrattuali assunte dai collaboratori, dai consulenti e dagli altri soggetti in rapporti d'affari con BRANDART.

L'eventuale violazione delle disposizioni ivi contenute potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, con ogni conseguenza di legge con riguardo alla risoluzione del contratto o dell'incarico conferito, e al risarcimento dei danni derivati. BRANDART si impegna a inserire nei contratti con fornitori, collaboratori e consulenti esterni, clausole risolutive espresse con riferimento alle ipotesi di violazione del presente Codice.

5 APPROVAZIONE DEL CODICE ETICO E RELATIVE MODIFICHE

Il presente Codice sostituisce il precedente ed è stato adottato con decisione dell'Amministratore Unico di BRANDART in data 14/12/2020 con efficacia immediata.

Eventuali ulteriori specifiche norme comportamentali derivanti da prassi o normative locali potranno essere inserite in specifici codici di comportamento da adottare in aggiunta al Codice e che verranno allegati ad esso.

Il presente Codice non sostituisce le attuali e future procedure aziendali che continuano ad avere efficacia nella misura in cui le stesse non siano in contrasto con il presente Codice.

6 ALLEGATI

Costituiscono parte integrante del presente Codice gli allegati qui di seguito indicati, il cui uso è descritto al § 3.2.

ALL.1: CODICE DI CONDOTTA FORNITORI

ALL.2: SUPPLIERS CODE OF CONDUCT
