



CODICE ETICO
REV. 2.0
PUBBLICATO IL 10/06/2026

1. INTRODUZIONE

La Società opera nel settore della realizzazione di impianti elettrici ed elettronici di macchine automatiche, dalla progettazione alla messa in funzione presso il cliente finale’.

La Società persegue un modello di impresa i cui valori chiave sono qualità, professionalità, responsabilità e completezza, nel quale far convergere il proprio interesse verso l’interesse pubblico, promuovendo progetti che favoriscono lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio.

1.1 Codice Etico

Il Codice Etico esprime l’insieme dei doveri e delle responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali in genere (nel seguito, Attività Aziendali) della Società.

I destinatari del Codice Etico sono gli amministratori, i direttori generali, i dirigenti, i dipendenti, nonché i collaboratori esterni, i liberi professionisti, i consulenti, le società partecipate e i partners d’affari (nel seguito, rispettivamente, Collaboratori e Partners) e, comunque, tutti quei soggetti che operano sotto la direzione e vigilanza della società (nel seguito, collettivamente, 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 punto 1.4 della presente Introduzione).

Il Codice Etico si compone di:

- a) principi generali sulle relazioni tra la Società ed i Destinatari, tra i Destinatari fra loro e sui rapporti con gli Interlocutori Esterni, che costituiscono valori di riferimento nello svolgimento delle Attività Aziendali;
- b) criteri di condotta, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali la Società e i Destinatari sono tenuti 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 e Modello di organizzazione e gestione ex D. Lgs. 231/2001

La Società, sensibile all’esigenza di assicurare, oltre che affidabilità e sicurezza delle proprie opere in termini di qualità e durata, anche condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione delle Attività Aziendali e di prevedere una responsabilità etica dei Destinatari, ha adottato questo Codice Etico per mezzo di apposita delibera del Consiglio di Amministrazione.

La Società richiede inoltre a tutti i principali fornitori, clienti, collaboratori e Partners una condotta in linea con i principi esposti nel presente Codice Etico.

L'approvazione del Codice Etico avviene in occasione dell'adozione da parte della Società del Modello di organizzazione e gestione, 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 precedente paragrafo 1.2;
- c) i regolamenti interni e le procedure 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 e comunicato all'OdV della Società.

1.4 Un approccio cooperativo e di trasparenza

La Società promuove e aspira a mantenere e sviluppare i canoni della fiducia, della correttezza e della trasparenza anzitutto al proprio interno, nei rapporti tra i Destinatari, ed all'esterno nei rapporti con gli individui, gruppi, associazioni o istituzioni private e pubbliche, ivi inclusi clienti (investitori istituzionali, fondi immobiliari italiani, europei, internazionali) e fornitori, il cui apporto in termini commerciali, amministrativi e finanziari in genere concorre nel realizzare l'oggetto sociale della società o che hanno comunque un interesse o un ruolo in gioco nel perseguimento di quest'ultimo (nel seguito, Interlocutori Esterni).

La Società riconosce nella tutela della concorrenza un valore fondamentale, parte integrante della cultura e della politica aziendale e l'impegno, continuo e duraturo, al suo rispetto

1.5 Comportamenti non etici

Nella condotta degli Affari Aziendali, i comportamenti non etici compromettono il rapporto di affidabilità reciproca tra i Destinatari e tra la Società e gli Interlocutori Esterni.

Sono considerati come rientranti nella categoria dei comportamenti non etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti della Società, tutti comportamenti di chiunque cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, strumentalizzando posizioni di forza.

1.6 Il valore della reputazione e dei doveri fiduciari

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale che, all'esterno, favorisce gli investimenti, 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 mentre, all'interno,

consente di assumere e attuare le decisioni senza frizioni tra i Destinatari e di organizzare il lavoro senza controlli burocratici ed eccessivi esercizi di 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.

1.7 Il valore della reciprocità

Il Codice Etico è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno. La Società richiede, pertanto, 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, ivi incluse la scelta dei clienti da servire, i rapporti con i soci, la gestione del personale e 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 e 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 propria 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.

In particolare, il trattamento dei dati personali da parte dei soggetti che hanno ricevuto formale incarico, avviene attraverso misure di sicurezza e procedure di controllo, di cui al Documento programmatico sulla sicurezza adottato dalla Società, idonee a garantire tutela della privacy, integrità e disponibilità dei dati raccolti.

2.4 Relazioni con i soci

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

A tal fine la Società, da un lato, crea le condizioni affinché la partecipazione dei soci alle decisioni di loro competenza sia diffusa e consapevole e, dall'altro, promuove la parità di informazione e tutela i soci da azioni intentate da coalizioni di soci volte a far prevalere loro interessi particolari.

La Società si adopera, inoltre, affinché la performance economico-finanziaria sia tale da salvaguardare ed accrescere il valore dell'impresa, al fine di remunerare adeguatamente il rischio che i soci assumono con l'investimento dei propri capitali.

2.5 Valore delle risorse e dimensione economica

La Società crede nell'importanza di valorizzare le proprie risorse necessarie per il raggiungimento dell'oggetto sociale e, in funzione di tale scopo, promuove il loro sviluppo e la loro ottimizzazione, in un'ottica di miglioramento ed accrescimento del patrimonio sociale e della competitività delle professionalità, delle esperienze e capacità possedute.

La Società si impegna a mantenere un giusto equilibrio tra crescita economica e sviluppo dimensionale, attraverso un tasso di sviluppo costante e misurato, un basso livello di indebitamento, una chiara visione imprenditoriale attenta a bilanciare l'apporto al fatturato dei vari settori di attività (Immobiliare, Cantieristico Civile e Global Service).

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 dell'autonomia del subordinato e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore di collaboratori e dipendenti.

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 delle preferenze morali personali di ciascuno.

2.8 Completezza e trasparenza delle informazioni

I Destinatari sono tenuti a dare informazioni complete, corrette, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo 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, accuratezza e correttezza nell'esecuzione dei compiti e dei contratti

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti con diligenza e nel rispetto delle condizioni consapevolmente stabilite dalle parti.

La Società si impegna a non avvantaggiarsi indebitamente delle condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

2.10 Buona fede ed equità nella gestione dei rapporti contrattuali

Nella gestione dei rapporti contrattuali, la Società è ben consapevole di essere tenuta, non solo ad eseguire ciò che è previsto nel contratto e ad adottare i comportamenti imposti dalla legge, dagli usi e dall'equità in via integrativa ma anche a porre in essere le condotte che, in base a lealtà e correttezza, risultino necessarie a preservare in modo solidale l'utilità e l'interesse della controparte.

È da evitare che chiunque operi in nome e per conto della Società cerchi di approfittare di lacune contrattuali o di eventi imprevisi per rinegoziare il contenuto degli obblighi negoziali al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza, economica e contrattuale, nelle quali versi la controparte.

2.11 Qualità dei servizi e dei prodotti

La Società orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei propri clienti, prestando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi offerti.

La Società ha sempre posto attenzione alla qualità in generale: dagli studi di fattibilità alla contrattualistica, dal rispetto delle normative alla qualità della finanza, dalla scelta e gestione dei professionisti alla programmazione dei lavori.

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 tutte le pratiche volte a ridurre la libera concorrenza nel mercato.

La Società riconosce nella tutela della concorrenza un valore fondamentale della propria cultura aziendale e un obbligo giuridico ineludibile, sia ai sensi del diritto italiano (artt. 2 e 3 della L. 287/1990) sia ai sensi del diritto dell'Unione Europea (artt. 101 e 102 TFUE).

I Destinatari sono tenuti a operare nel pieno rispetto della normativa a tutela della concorrenza evitando comportamenti contrari alla stessa. La Società vieta ai Destinatari qualsiasi comportamento - diretto o indiretto, formale o informale - che possa integrare una violazione del diritto della concorrenza. A titolo esemplificativo e non esaustivo, sono vietati:

(a) Intese restrittive della concorrenza, tra cui:

- accordi orizzontali o verticali aventi ad oggetto o per effetto la fissazione diretta o indiretta dei prezzi di acquisto o di vendita o di altre condizioni di transazione ovvero la ripartizione delle fonti di approvvigionamento nel mercato del lavoro;
- la ripartizione dei mercati o della clientela, anche in forma tacita o implicita;
- la limitazione o il controllo della produzione, degli sbocchi, dello sviluppo tecnico o degli investimenti;
- lo scambio di informazioni sensibili con concorrenti (in materia di prezzi, tariffe, costi, margini, strategie commerciali, capacità produttiva, piani di investimento o di clientela), anche attraverso terzi o associazioni di categoria;
- accordi restrittivi nel mercato del lavoro (c.d. no-poach agreements), tra cui:
 - accordi o intese con imprese concorrenti volti ad astenersi dal sollecitare, avvicinare o contattare i dipendenti, i collaboratori o i candidati dell'altra impresa al fine di offrire loro opportunità di impiego o di collaborazione (c.d. no-solicitation agreements);

- accordi o intese con imprese concorrenti volti ad astenersi dall'assumere o dall'accettare candidature provenienti da dipendenti o collaboratori dell'altra impresa, indipendentemente dal fatto che la candidatura sia stata sollecitata o spontanea (c.d. no-hire agreements);
 - accordi o intese con imprese concorrenti aventi ad oggetto la fissazione concordata di livelli retributivi, fasce salariali, politiche di bonus o di incentivazione del personale ovvero di altre condizioni normative o contrattuali da applicare ai lavoratori (c.d. wage-fixing agreements);
 - qualsiasi meccanismo di coordinamento, anche informale o tacito, idoneo a limitare la mobilità dei lavoratori tra le imprese coinvolte o a restringere la concorrenza nel mercato del lavoro;
- lo scambio con imprese concorrenti - anche per il tramite di terzi o di associazioni di categoria - di informazioni commercialmente sensibili relative al personale, ivi inclusi livelli retributivi individuali o medi, politiche di incentivazione, piani di assunzione o di riduzione del personale, condizioni contrattuali offerte e nominativi di dipendenti in fase di ricerca attiva di nuova occupazione.

(b) Abuso di posizione dominante tra cui:

- l'imposizione diretta o indiretta di prezzi o condizioni di acquisto o di vendita ingiustificatamente onerosi;
- pratiche di tying/bundling abusive;
- prezzi predatori o condotte di esclusione dei concorrenti dal mercato;
- rifiuto ingiustificato di fornire beni o servizi a clienti esistenti.

La Società si impegna altresì a denunciare alle autorità competenti qualsiasi pratica illecita di cui venga a conoscenza e idonea a restringere la concorrenza nel mercato.

Con riferimento agli aspetti procedurali, organizzativi e alle misure di prevenzione adottate per garantire il rispetto della normativa antitrust e la tutela della concorrenza, si rinvia al Programma di Compliance Antitrust predisposto dalla Società, che costituisce documento autonomo e complementare al presente Codice Etico.

2.13 Responsabilità verso la collettività

La Società, consapevole dell'influenza che le proprie attività possono avere sulle condizioni e sul benessere generale della collettività, persegue un modello imprenditoriale nel quale far convergere il proprio interesse e l'interesse pubblico, scegliendo, quando possibile, progetti che favoriscano lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio sul quale verrà realizzata l'opera; anche a tal fine, la Società 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 utilizzano risorse finanziarie della Società stessa di agire secondo criteri improntati a legalità, correttezza, equilibrio tra fatturato ed investimenti, informando quando necessario o ragionevolmente opportuno, l'OdV sull'uso di queste.

La Società, inoltre, si impegna ad assicurare agli investitori esterni garanzie adeguate di restituzione del capitale.

3. CRITERI DI CONDOTTA

SEZIONE I

CRITERI DI GENERALI DI CONDOTTA

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, secondo il livello di protezione richiesto per ciascuna dalle norme di legge; a tal fine, sono applicate e costantemente aggiornate politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni.

In particolare, la Società:

- a) definisce un'organizzazione per il trattamento delle informazioni che assicuri la corretta separazione dei ruoli e delle responsabilità;
- b) classifica le informazioni per livelli di criticità crescenti e adotta opportune contromisure in ciascuna fase del trattamento;
- c) sottopone i soggetti terzi che intervengono nel trattamento delle informazioni alla sottoscrizione di patti di riservatezza, aventi ad oggetto il rispetto della normativa sulla privacy.

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.

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 prescrizione, che non ammette deroghe nemmeno in quei Paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali è consuetudine, concerne i regali promessi o offerti e 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 Destinatari che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite sono tenuti a darne comunicazione all'OdV che ne valuta l'opportunità e provvede, se lo ritiene necessario, a far notificare al mittente le direttive della società in materia.

3.3 Comunicazioni all'esterno

La comunicazione della Società verso l'esterno è improntata al rispetto del diritto all'informazione e, in nessun caso, è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi.

Ogni attività di comunicazione deve avvenire nel pieno rispetto delle leggi, dei regolamenti e delle le pratiche di condotta professionale ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività, salvaguardando, tra le altre, le informazioni price sensitive e i segreti industriali.

È 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 COLLABORATORI E DIPENDENTI

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 psicoattitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. L'Ufficio del personale, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta opportune misure per evitare favoritismi, nepotismo, 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.

Alla costituzione del rapporto di lavoro dipendenti e collaboratori ricevono accurate e chiare informazioni relative a:

- a) caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere;
- b) elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto collettivo di lavoro applicabile;
- c) norme e procedure da adottare al fine di prevenire ed evitare i possibili rischi per la propria salute associati all'attività lavorativa;
- d) finalità e contenuti del Codice Etico, di cui viene consegnata copia.

3.6 Gestione del personale

La Società, quanto alla gestione del personale, opera secondo i seguenti principi, senza pregiudizio per l'applicazione delle regole generali poste dal Codice Etico:

- a) la Società evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei collaboratori e nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale e garantisce che, 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 richieste;
- c) la valutazione dei collaboratori è effettuata in maniera allargata coinvolgendo i responsabili delle funzioni e/o dei settori di attività interessati, l'Ufficio 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, l'Ufficio 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 e dipendenti; in tale ambito riveste particolare importanza la comunicazione da parte dei responsabili dei punti di forza e di debolezza del singolo collaboratore/dipendente, in modo che quest'ultimo possa tendere al miglioramento delle proprie competenze anche attraverso una formazione mirata;
- f) la Società mette a disposizione dei personali strumenti informativi e formativi, con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze, anche ai fini dei raggiungimenti degli obiettivi di qualità;
- g) ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro del personale richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro;
- h) 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;
- i) è assicurato il coinvolgimento di collaboratori e dipendenti nello svolgimento del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi aziendali e ciascuno è chiamato a partecipare a tali momenti con spirito di collaborazione ed indipendenza di giudizio;

- j) l'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile competente di formulare le decisioni finali; collaboratori e dipendenti devono, comunque, concorrere sempre all'attuazione delle attività stabilite.
- (k) La Società riconosce che le norme a tutela della concorrenza si applicano integralmente anche al mercato del lavoro e che la libera competizione tra imprese per attrarre e trattenere i dipendenti e i collaboratori costituisce un valore economico tutelato dal diritto antitrust. In tale prospettiva, la Società si impegna a condurre in modo autonomo e indipendente le proprie politiche di assunzione, fidelizzazione e remunerazione del personale, senza alcuna forma di coordinamento con imprese concorrenti.
- (l) È fatto divieto assoluto ai Destinatari di stipulare, aderire, promuovere o anche solo partecipare – direttamente o indirettamente, in forma scritta, orale o tacita – ad accordi con imprese concorrenti aventi ad oggetto o per effetto di:
- astenersi dal sollecitare, avvicinare o contattare i dipendenti, i collaboratori o i candidati dell'altra impresa, al fine di offrire loro opportunità di impiego o di collaborazione (no-solicitation agreement);
 - astenersi dall'assumere o dall'accettare candidature provenienti da dipendenti o collaboratori dell'altra impresa, indipendentemente dal fatto che la candidatura sia stata sollecitata o spontanea (no-hire agreement);
 - limitare la mobilità dei lavoratori tra le imprese coinvolte attraverso qualsiasi meccanismo di coordinamento, anche informale.
- (m) È parimenti vietato ai Destinatari concordare con imprese concorrenti, anche indirettamente o attraverso associazioni di categoria:
- livelli retributivi, fasce salariali, politiche di bonus o di incentivazione del personale;
 - condizioni normative o contrattuali da applicare ai lavoratori (orari, benefit, progressioni di carriera, piani di stock option);
 - qualsiasi altra condizione dell'offerta di lavoro suscettibile di incidere sul costo del lavoro o sull'attrattività dell'impresa nel mercato del lavoro.
- (n) I Destinatari si astengono dal condividere con rappresentanti di imprese concorrenti informazioni commercialmente sensibili relative al personale (tra cui: livelli retributivi individuali o medi, politiche di bonus e di incentivazione; piani di assunzione, di riduzione del personale o di riorganizzazione in corso o programmati; condizioni contrattuali offerte; nominativi di dipendenti che si trovino in fase di ricerca attiva di lavoro o che abbiano manifestato intenzione di lasciare l'impresa).
- (o) Le clausole di non concorrenza apposte ai contratti di lavoro o di collaborazione, ove previste, devono essere contenute nei limiti strettamente necessari alla tutela di legittimi interessi aziendali (es. protezione di segreti commerciali, know-how tecnico riservato) e devono rispettare i requisiti di liceità previsti dalla legge.

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, la Società si attiene ai seguenti criteri generali:

- a) gli oneri delle riorganizzazioni del lavoro devono essere distribuiti il più uniformemente possibile tra tutti i dipendenti e i collaboratori, coerentemente con l'esercizio efficace ed efficiente dell'attività d'impresa;
- b) in caso di eventi nuovi o imprevisti, che devono essere comunque esplicitati, il dipendente può essere assegnato a incarichi diversi a 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 igiene, salute e 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 e i dipendenti; la Società, inoltre, adotta tutte le necessarie ed opportune misure di prevenzione atte a preservare 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:

- a) l'introduzione di un sistema di gestione dei rischi e della sicurezza;
- b) una continua analisi del rischio e della criticità dei processi e delle risorse da proteggere;
- c) l'adozione delle migliori tecnologie;
- d) il controllo e l'aggiornamento delle metodologie di lavoro;
- e) l'apporto di interventi formativi e di comunicazione;
- f) adozione di un manuale di autocontrollo igienico sanitario.

3.9 Tutela della privacy

La Società garantirà la tutela della privacy attraverso un apposito sistema di gestione (SGP) alla cui base vi è il documento programmatico sulla sicurezza (DPS) redatto ai sensi e per gli effetti del D. Lgs. 196/2003, e successive modificazioni ed integrazioni. Tale sistema prevede l'effettuazione di trattamenti diversi in relazione al tipo di dati e al diverso grado dei fattori di rischio cui sono soggetti gli strumenti utilizzati per il trattamento. In particolare è prevista l'adozione di distinti e peculiari accorgimenti – nel trattamento, nella conservazione e nella gestione – preordinati a ridurre i rischi a seconda che si tratti di:

- a) dati – anche sensibili – relativi al personale e ai candidati;
- b) dati comuni relativi a clienti/utenti e dati comuni relativi a fornitori e soggetti diversi (e.g.: enti, istituzioni);
- c) dati di natura giudiziaria relativa al personale;
- d) dati idonei a rilevare la posizione di persone/oggetti.

Sono altresì adottate misure atte a garantire l'integrità e la disponibilità dei dati ed è fatto divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare e diffondere i dati personali senza il previo consenso dell'interessato.

3.10 Integrità e tutela della persona

La Società si impegna a tutelare l'integrità morale di collaboratori e dipendenti, garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona; per questo motivo essa salvaguarda i lavoratori da atti persecutori 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.

La Società ha interesse a che il proprio collaboratore o il dipendente, il quale ritenga di essere stato oggetto di molestie o di discriminazione per motivi legati all'età, al sesso, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose, segnali l'accaduto al diretto responsabile, che riferirà all'OdV per l'adozione degli opportuni provvedimenti, previa ogni necessaria indagine e valutazione.

Le disparità di trattamento non motivate dalle ragioni di cui sopra non sono considerate discriminazioni se giustificate o giustificabili sulla base di criteri oggettivi.

3.11 Doveri dei collaboratori e dipendenti

Senza pregiudizio per la stretta osservanza delle regole contenute nel presente Codice Etico, i collaboratori e dei dipendenti della Società hanno il dovere di:

- a) agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando le prestazioni richieste;
- b) conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali e dai relativi sistemi di gestione, in tema di qualità, sicurezza e privacy e a salvaguardare l'integrità, la riservatezza e la disponibilità delle informazioni di cui viene in possesso nell'adempimento delle proprie funzioni e/o mansioni, elaborando i propri documenti nel rispetto delle procedure previste, utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, in modo da consentire le eventuali e necessarie verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni a ciò preposti o autorizzati;
- c) evitare le situazioni in cui si possono manifestare conflitti di interessi e astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni e/o mansioni; a titolo meramente esemplificativo 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 presso i medesimi, personalmente o anche a mezzo di un familiare;
 - (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, darne tempestiva comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa l'OdV per le opportune valutazioni e misure;
- e) dare alle funzioni competenti le informazioni relative alle 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) 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 è tenuto a:
 - (i) utilizzare scrupolosamente i beni a lui affidati, prestando particolare attenzione alla gestione delle risorse finanziarie di cui abbia la gestione;
 - (ii) evitare l'utilizzo improprio dei beni aziendali che possa essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse della Società;
- g) informare tempestivamente le funzioni interessate di eventuali rischi o eventi dannosi per la Società. In proposito, la Società si riserva il diritto di impedire l'utilizzo distorto dei propri beni aziendali, attraverso l'impiego di sistemi contabili, di controllo finanziario e di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti;
- h) per quanto riguarda le applicazioni informatiche:
 - (i) adottare scrupolosamente quanto previsto dai sistemi 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 dati personali, informazioni 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 i propri clienti.

La contrattazione con i clienti avviene in linea con i principi della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche; in particolare, la Società s'impegna alla pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto da essa poste, ivi incluse le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa.

Non sono ammesse, e debbono pertanto essere in ogni modo evitate, pratiche elusive o comunque scorrette nei rapporti con la clientela.

3.13 Comunicazioni ai clienti

Nelle comunicazioni ai clienti, compresi i messaggi pubblicitari ed il contenuto del sito internet aziendale, la Società si pone e persegue i seguenti obiettivi:

- a) chiarezza e semplicità, attraverso un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- b) conformità alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- c) completezza, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente;
- d) verità e trasparenza, escludendo informative ingannevoli quanto al contenuto ed alto strumento di comunicazione.

3.14 Stile di comportamento di collaboratori e dipendenti

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

La Società richiede, da parte dei propri collaboratori e dipendenti:

- a) la capacità di essere propositivi nei confronti del cliente fino a dargli un prodotto/servizio che abbia qualità superiori a quelle espressamente richieste;
- b) La piena disponibilità a risolvere tutti i problemi legati all'intervento, prima della stipula del contratto, nonché quelli successivi alla esecuzione della prestazione, anche quando detta assistenza non sia contrattualmente prevista.

3.15 Coinvolgimento della clientela

La Società s'impegna ad assicurare che:

- a) le esigenze e le aspettative dei clienti siano definite e tradotte in requisiti pienamente comprensibili;
- b) i requisiti espressi dai clienti siano pienamente compresi e rispettati all'interno dell'organizzazione;
- c) sia dato pronto riscontro ai reclami ed ai suggerimenti dei clienti e delle associazioni a loro tutela;
- d) il rispetto dei predetti standard di comportamento sia garantito dall'adozione degli strumenti definiti nel manuale qualità e attraverso le procedure richiamate.

3.16 Gestione delle posizioni di credito

La Società si impegna a non abusare delle proprie posizioni di credito 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:

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

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

SEZIONE IV

CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI

3.17 Scelta del fornitore

Ferma l'applicazione delle regole generali poste nel Codice Etico, i processi di acquisto sono improntati secondo i seguenti criteri:

- a) ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società e il rispetto dei principi di pari opportunità, lealtà ed imparzialità nel rapporto con i fornitori;
- b) gli approvvigionamenti, sia di materiali che di servizi, possono essere fatti solo riferendosi a fornitori qualificati o per i quali siano state attivate le fasi di qualifica preliminare;
- c) il personale addetto a tali processi è tenuto a non precludere ad alcuno, che sia in possesso dei requisiti di assicurazione qualità da richiedere ai fornitori, la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili, e ad assicurare una concorrenza sufficiente;
- d) ove richiesti dalla Società, sono requisiti di assicurazione qualità, definiti nei piani della qualità e stabiliti sulla base delle prescrizioni contrattuali, delle prescrizioni di legge e della politica di qualità della commessa:
 - (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 Codice Etico.

3.18 Integrità e indipendenza nei rapporti con i fornitori

La Società si impegna a non discriminare i propri fornitori.

La contrattazione con i fornitori avviene in linea con i principi della buona fede contrattuale e della corretta esecuzione delle obbligazioni reciproche; in particolare, la Società si impegna alla pronta comunicazione di eventuali modifiche alle condizioni generali di contratto da essa poste, ivi incluse le eventuali variazioni economiche e tecniche dell'oggetto della prestazione derivanti da qualsiasi causa.

Non sono ammesse, e debbono pertanto essere in ogni modo evitate, pratiche elusive o comunque scorrette nei rapporti con i fornitori.

La Società si adopera per un costante monitoraggio delle relazioni con i fornitori e la stipula di ogni contratto deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando ove possibile forme di dipendenza.

3.19 Trasparenza, efficienza e qualità degli approvvigionamenti

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza degli approvvigionamenti, la Società rende possibile un'adeguata rintracciabilità delle scelte adottate attraverso la previsione e l'adozione delle seguenti misure e cautele:

- a) definizione degli acquisti attraverso documenti scritti (contratti, conferme d'ordine, disciplinari di incarico o altre forme in funzione della tipologia di acquisto); possono fare eccezione gli acquisti a banco di attrezzature o componentistica di modico valore e gli ordini da cantiere di inerti, quali il calcestruzzo, per i quali esiste sempre comunque un contratto sottoscritto a monte del contratto al quale si fa riferimento;
- b) specificazione, nei documenti di acquisto, di tutti gli elementi idonei a identificare in modo chiaro l'oggetto dell'acquisto (prodotto/servizio, tempistica, requisiti di assicurazione, normativa applicabile);
- c) verifica dei documenti di acquisto, prima della loro emissione, in relazione alla chiarezza, completezza e congruenza degli elementi di cui ai punti a) e b) supra;
- d) gestione, formalizzazione e trasmissione alle funzioni competenti di ogni eventuale modifica a ordini o contratti in corso, secondo l'iter originario;
- e) archiviazione e conservazione dei documenti ufficiali di gara e contrattuali per una durata variabile tra i 5 ed i 10 anni.

La Società assicura la qualità dei prodotti approvvigionati anche attraverso una costante verifica dell'operato dei subfornitori, a prescindere da apposita specifica sui documenti di acquisto.

Il riconoscimento al cliente della facoltà di verificare il prodotto/servizio approvvigionato dalla Società non la solleva dall'applicazione delle procedure previste per il controllo della qualità dei propri prodotti/servizi.

Al momento del ricevimento sui prodotti acquistati vengono eseguiti sia controlli standard di verifica (di integrità, corrispondenza, quantità) che controlli specifici di qualità.

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 in Italia o 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 ad esponenti politici e non eroga contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi.

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

- a) finalità riconducibile all'oggetto sociale della Società;
- b) destinazione chiara e documentabile delle risorse;
- c) 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.

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.

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

Per garantire coerenza ai contributi e alle sponsorizzazioni, la gestione è regolata da un'apposita procedura.

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 ad atti di sindacato ispettivo o comunque a rendere nota la posizione su posizioni 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 territoriale, comunitario ed internazionale.

Inoltre, allo scopo di garantire la massima chiarezza nei rapporti, i contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente tramite referenti che abbiano ricevuto esplicito mandato dalla direzione della Società (composta da Presidente e Direttore Generale).

3.23 Antitrust e organi regolatori

La Società dà piena e scrupolosa osservanza alle regole poste dalla normativa in materia di tutela della concorrenza e del mercato ed alle ulteriori disposizioni emanate dalle Autorità regolatrici del mercato, ivi compreso il dovere di comunicare tutte le iniziative di rilevanza antitrust intraprese.

La Società si impegna a:

- a) non rifiutare, nascondere o ritardare alcuna informazione richiesta dall'autorità antitrust e agli altri organismi regolamentari nelle rispettive funzioni ispettive;
- b) collaborare attivamente nel corso delle procedure istruttorie;
- c) non trovarsi in situazioni di conflitto di interessi con dipendenti di qualsiasi autorità o con loro familiari, al fine di garantire la massima trasparenza.

Il rispetto delle regole antitrust non è solo un obbligo di legge ma un impegno etico che la Società assume nei confronti del mercato, dei clienti e della collettività.

La Società nomina un Responsabile della Compliance Antitrust (di seguito anche solo “RCA”), cui è affidata la supervisione del programma di compliance antitrust.

Il RCA:

- (a) riferisce direttamente all’organo amministrativo e all’OdV;
- (b) supervisiona l’implementazione e il costante aggiornamento delle politiche e delle procedure antitrust;
- (c) coordina i programmi di formazione antitrust per i Destinatari;
- (d) riceve le segnalazioni dei Destinatari in materia antitrust e, ove necessario, attiva i consulenti legali esterni;
- (e) svolge o coordina audit periodici sull’effettivo rispetto della normativa antitrust all’interno della Società;
- (f) monitora l’evoluzione normativa e giurisprudenziale in materia di concorrenza, aggiornando di conseguenza il programma di compliance.

Al RCA vengano riconosciuti autonomia, indipendenza, risorse e strumenti adeguati. Il RCA risponde direttamente ai massimi vertici aziendali.

Rapporti con i concorrenti

Nei rapporti con imprese concorrenti i Destinatari devono:

- (a) astenersi da qualsiasi discussione o scambio di informazioni commercialmente sensibili (prezzi attuali o futuri, politiche di sconto, costi, margini, strategie di mercato, clienti, capacità produttiva, piani di investimento);
- (b) interrompere immediatamente e in modo esplicito qualsiasi conversazione che si avvii su tali argomenti, verbalizzando il proprio dissenso e, ove possibile, abbandonando la riunione;
- (c) documentare per iscritto (anche tramite e-mail interna) l’episodio e segnalarlo senza ritardo all’OdV e al RCA;
- (d) non prendere parte ad accordi informali di coordinamento con concorrenti, nemmeno quando proposti come mere “prassi di mercato” o “intese non vincolanti”;
- (e) prestare particolare attenzione nelle riunioni di associazioni di categoria, verificando che i punti all’ordine del giorno non includano argomenti sensibili e richiedendo che le relative minute siano redatte con accuratezza e conservate.

Rapporti con le autorità di concorrenza

La Società si impegna a:

- (a) non rifiutare, nascondere o ritardare alcuna informazione legittimamente richiesta dall'AGCM, dalla Commissione Europea o da qualsiasi altra autorità di concorrenza nazionale o internazionale;
- (b) collaborare attivamente e in buona fede nel corso delle procedure istruttorie;
- (c) non distruggere, alterare o occultare documenti o comunicazioni elettroniche in previsione di o durante un'ispezione;
- (d) valutare, in accordo con i propri consulenti legali, la possibilità di presentare istanza di clemenza (leniency) o di impegni qualora sussistano indizi di una possibile violazione, al fine di limitare l'esposizione della Società e di cooperare con le autorità.

3.24 Procedure in caso di ispezione (dawn raid)

In caso di ispezione a sorpresa da parte dell'AGCM, della Commissione Europea o di altra autorità:

- (a) il personale è tenuto ad avvisare immediatamente il legale rappresentante, il Responsabile della Compliance Antitrust e i consulenti legali esterni della Società;
- (b) nessun documento – cartaceo o informatico – deve essere distrutto, spostato o nascosto;
- (c) il personale è tenuto a rispondere alle domande degli ispettori in modo veritiero, ma ha il diritto di richiedere la presenza del legale della Società prima di rilasciare dichiarazioni formali;
- (d) ogni comunicazione con gli ispettori deve essere documentata;
- (e) il personale riceve apposita formazione sulle procedure da seguire in caso di ispezione.

3.25 Formazione antitrust

La Società riconosce che la formazione è uno strumento essenziale per prevenire le violazioni antitrust. A tal fine:

- (a) tutti i Destinatari che, nello svolgimento delle proprie funzioni, possono entrare in contatto con concorrenti, fissare prezzi, negoziare condizioni commerciali o partecipare a gare d'appalto, sono soggetti a formazione obbligatoria in materia antitrust, da svolgersi almeno con cadenza biennale;
- (b) la formazione è strutturata in modo da illustrare, con esempi concreti tratti dal settore di attività della Società, le fattispecie vietate, le conseguenze delle violazioni (sanzioni pecuniarie, responsabilità personale, danni reputazionali) e le procedure operative da seguire;
- (c) ai nuovi Destinatari che ricoprono ruoli a rischio antitrust è fornita formazione all'inizio del rapporto;
- (d) la partecipazione ai corsi di formazione è documentata e la relativa documentazione è conservata dall'OdV;
- (e) la Società valuta periodicamente l'efficacia dei programmi formativi attraverso test o questionari di verifica.

Art. 3.26 Mappatura dei rischi antitrust e audit

La Società effettua, con periodicità almeno biennale ovvero in occasione di modifiche rilevanti nella struttura organizzativa o nel mercato di riferimento, una mappatura dei rischi antitrust al fine di identificare i processi, le funzioni e i rapporti commerciali maggiormente esposti a rischio di violazione della normativa antitrust.

I risultati della mappatura sono comunicati all'OdV, al RCA, e all'organo amministrativo e costituiscono la base per il piano di formazione e per la revisione delle procedure interne.

Art. 3.27 Segnalazione e canale di whistleblowing antitrust

I Destinatari che vengano a conoscenza – o abbiano fondati motivi di sospettare – una violazione o un potenziale rischio di violazione della normativa antitrust sono tenuti a darne immediata segnalazione al RCA attraverso:

- (a) comunicazione diretta e riservata al RCA;
- (b) il canale di segnalazione (whistleblowing) istituito dalla Società ai sensi della normativa applicabile.

La Società garantisce la riservatezza dell'identità del segnalante e vieta qualsiasi forma di ritorsione, penalizzazione o discriminazione nei confronti dei Destinatari che effettuino segnalazioni in buona fede.

Art. 3.28 Conseguenze delle violazioni e misure correttive

Le violazioni delle disposizioni del presente Codice Etico in materia antitrust sono considerate tra le più gravi e comportano l'applicazione delle sanzioni previste dal sistema disciplinare della Società, proporzionate alla gravità della condotta e nel rispetto della normativa applicabile.

Fatta salva ogni responsabilità civile e penale prevista per legge, le violazioni possono comportare:

- (a) per i lavoratori dipendenti: provvedimenti disciplinari fino al licenziamento per giusta causa;
- (b) per i collaboratori e consulenti: risoluzione del contratto;
- (c) per i partners commerciali: risoluzione dei rapporti contrattuali e, ove applicabile, richiesta di risarcimento danni.
- (d) propone, all'esito della mappatura dei rischi o di specifici eventi, aggiornamenti al Codice Etico e alle procedure interne.

4. MODALITÀ DI ATTUAZIONE

4.1 OdV

Con la approvazione del Modello di Organizzazione e Gestione di cui al D. Lgs. 231/2001, di cui il Codice Etico è parte integrante, viene istituito l'OdV, organo interno alla Società, a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento del Modello e sulla sua effettiva applicazione, nonché di curarne l'aggiornamento.

4.2 Compiti dell'OdV in materia di attuazione e controllo del Codice Etico

Tra i compiti dell'OdV, le cui funzioni ed attribuzioni specifiche sono elencate nel Modello, vi sono:

- a) controllo sull'effettività del Modello e del Codice Etico, con verifica della coerenza tra prassi e comportamenti concretamente adottati e obblighi e procedure ivi previste;
- b) esame circa l'adeguatezza del Modello e del Codice Etico, ossia della sua reale 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 del Codice Etico;
- d) aggiornamento ed adeguamento del Modello e 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 del Codice Etico;
- f) emanazione di pareri in merito alle revisione delle più rilevanti politiche e procedure aziendali allo scopo di garantirne la coerenza con il Modello e con il Codice Etico.

4.2-bis Compiti dell'OdV in materia antitrust

In accordo con il RCA, l'OdV:

- (a) verifica l'effettiva attuazione del programma di compliance antitrust, con cadenza almeno annuale;
- (b) esamina le segnalazioni pervenute in materia antitrust e coordina, se del caso, le relative indagini interne;
- (c) riferisce periodicamente all'organo amministrativo sullo stato della compliance antitrust;
- (d) propone, all'esito della mappatura dei rischi o di specifici eventi, aggiornamenti al Codice Etico e alle procedure interne.

4.3 Comunicazione e formazione

È compito dell'OdV assicurarsi che il Codice Etico sia portato a conoscenza di tutti i Destinatari e, nella misura massima possibile, anche degli Interlocutori Esterni. In tal senso la Società predispone apposite ed idonee attività informative (tra le quali la consegna di una copia del Codice Etico a tutti i Destinatari, la pubblicazione dello stesso nel sito internet della società, l'inserimento di apposite clausole contrattuali che fanno riferimento al Codice Etico).

Allo scopo di favorire la corretta comprensione del Codice Etico, si procede ad apposita formazione del personale secondo quanto previsto da specifica procedura del SQ, denominata PGQ 120 – Gestione delle Risorse Umane.

4.4 Segnalazioni all'OdV

Tutti i Destinatari sono tenuti a comunicare direttamente all'OdV situazioni, fatti, atti che, nell'ambito dell'Attività Aziendale, si pongano in violazione delle disposizioni del Codice Etico.

4.5 Violazioni del Codice Etico

L'OdV accerta le violazioni del Codice Etico e comunica le proprie risultanze alla Direzione della Società per l'adozione dei provvedimenti o delle sanzioni del caso.