

# CODICE ETICO

**Q**ualsiasi soggetto fisico o giuridico che con la propria organizzazione intenda intraprendere e perpetuare rapporti lavorativi a qualunque titolo con l'Azienda di cui in epigrafe, di seguito indicata anche come "AZIENDA" dovrà leggere il presente codice etico e sottoscriverlo in ogni sua pagina in segno di condivisione ed accettazione di tutte le sue clausole e prescrizioni. Al fine di assicurarne l'internazionalizzazione dei possibili rapporti, sia come Fornitore che come Committente, si è provveduto a tradurre anche in inglese quanto di seguito riportato ma in caso di discordia di traduzione vale esclusivamente la versione in italiano.

**A**ny physical or legal entity with its own organization intends to pursue and perpetuate working relationships in any capacity with the Company mentioned in the inscription, hereinafter referred to as "COMPANY" must read this code of ethics and subscribe it on every page as a sign of sharing and acceptance of all its terms and conditions. In order to ensure the internationalization of possible relationships, both as Suppliers and as Customer, it was decided to translate into English the following text, but in case of disagreement with the English version, the only valid text is the Italian one.

## **Introduzione e definizioni**

L'AZIENDA si conforma nella condotta delle proprie attività ai principi di legittimità, lealtà, correttezza, trasparenza. Gli Amministratori e i Dipendenti dell'AZIENDA e delle altre Entità (Società, Consorzi, Joint Ventures della AZIENDA ("Amministratori e dipendenti")), quali destinatari del presente Codice Etico, sono tenuti ad attenersi a tali principi, permeandone i quotidiani comportamenti aziendali, riflessi nel Codice Etico stesso, ispirato ai principi di chiarezza, di trasparenza e di legittimità nel rispetto degli interessi dei soci, nonché all'ovvio rispetto delle leggi, trasformandolo in strumento di garanzia e di affidabilità a significativo vantaggio degli interessi generali del Paese.

Tutti coloro che a vario titolo (clienti, fornitori, prestatori di servizi, consulenti, ecc.) collaborano con l'AZIENDA, sono tenuti nei loro rapporti con l'AZIENDA al rispetto delle norme del presente Codice Etico nelle parti loro applicabili.

Il Comitato per il Controllo Interno all'AZIENDA sovrintende al rispetto del Codice Etico da parte di tutti i destinatari.

## **Duction and definitions**

*In the conduct of its business, the COMPANY conforms to the principles of legitimacy, trust, correctness and transparency.*

*The Directors and Employees of the COMPANY and those of the other organizations (companies, consortia, joint ventures) of the COMPANY ("Directors and Employees"), as recipients of this Code of Ethics, are required to follow these principles, and apply them to everyday company business, as reflected in the Code of Ethics itself. The Code is inspired by principles of clarity, transparency and legitimacy in the respect of the interests of shareholders as well as, obviously, the law code. In this way, the Code of Ethics may become a significant advantage of the general interests of the country.*

*All those who, for various reason (customers, suppliers, service providers, consultants, etc.) are working together with the company are bound in their relations with the company in compliance with this code of ethics in the parts applicable to them.*

*The Internal Audit Committee supervises adherence to*

Le regole contenute nel presente Codice Etico integrano il comportamento che i Dipendenti sono tenuti ad osservare anche in conformità alle regole di ordinaria diligenza cui sono tenuti i prestatori di lavoro, disciplinate dal codice civile in materia di rapporti di lavoro (artt. 2104 e 2105 c.c.).

Il rispetto del presente Codice Etico da parte dell'amministrazione e/o proprietà della stessa AZIENDA è invece supervisionato dal concessore del marchio di cui al successivo Articolo 9.

Al fine di identificare meglio la politica programmatica dell'AZIENDA è necessario rappresentare le seguenti definizioni:

**LIBERTA'**: la libertà è definibile solo attraverso l'azione del suo esercizio. L'esercizio della libertà consiste nella capacità di assumere innanzitutto la cura di se stessi, di scegliere, di prendere delle decisioni e di restarvi fedeli. Decidere significa leggere la realtà con il pensiero per interpretare, valutare, stabilire connessioni, distinguere, astrarre. L'atto della decisione non può essere lasciato agli altri, ma neanche all'impulso del momento e all'emozione. Esige l'esercizio della riflessione e del discernimento. Solo così potremo evitare il rischio in cui oggi è facile incorrere: di restare degli eterni indecisi che si bloccano con una infinita serie di possibilità senza alcun "aut-aut" che costringa a scegliere e conduca così ciascuno a dare forma precisa e personale alla propria umanità.

Lo sappiamo bene, anche decidere è un'operazione dolorosa perché comporta dire dei no, tralasciare delle possibilità, comporta rinunce, riconoscere che il tutto non è alla nostra portata e che i limiti sono l'alveo al cui interno soltanto può avvenire la nostra libertà. Ma chiunque opera delle scelte significative per la propria vita (scegliere un certo tipo di scuola, un certo lavoro, un modo di vivere) non lo fa pensando agli infiniti "no" (ad altre scuole, ad altri lavori, ad altri modi di vivere) che di fatto dice, ma solo al sì che lo porta a privilegiare una cosa rispetto ad un'altra.

E qui occorre ricordare che la libertà non è mancanza di vincoli ma è sempre libertà all'interno di legami e di limiti. La libertà non coincide con ciò che è più facile o immediato, ma esige una disciplina, un ordine. L'uomo libero è colui che sa determinarsi in modo libero a certe azioni e che sempre rispetta la libertà degli altri.

Può forse sembrare difficile tutto questo, ma è il modo con cui si può fare della vita un autentico capolavoro, un'opera d'arte, rifuggendo la tentazione del nichilismo, del ripiegamento su di sé, della cultura della sopravvivenza senza alcuna progettualità. Questo lavoro è umano, è umanissimo e attende tutti noi. Ne dipende la nostra felicità e il nostro

*the Code of Ethics by all its recipients.*

*The rules of this Code of Ethics also include the ethical behaviour that Employees have to observe in compliance with the usual diligence regulations, which all employees have to keep. The Italian Civil Code regulates these rules for employment relations (articles 2104 and 2105 of the Civil Code).*

*Compliance with this code of ethics by the Administration and/or property by the same company is overseen by the licensor of the mark referred to in article 9.*

*In order to better identify the programmatic policy of COMPANY it is necessary to represent the following Definitions:*

*FREEDOM: Freedom can be defined only through the action of its exercise. First, the exercise of freedom is the ability to take care of themselves, to choose, to take decisions and to remain faithful. Deciding means reading the reality with the ability to interpret, evaluate, establish connections, to distinguish, to abstract. The Act of the decision cannot be left to others, but even on the spur of the moment and emotion. It requires the exercise of reflection and discernment. Only in this way, we can avoid in which nowadays it is easy to fall: to remain eternally undecided, caught in an infinite number of possibilities without any "ultimatum" that will force to choose and lead everyone to give precise and personal shape to its humanity.*

*As we well know, taking decisions is a painful operation because it means to say "no", leaving out some possibilities, involves sacrifice, and recognize that nothing is within our reach, and that limits are the channel where our freedom can exist. Anyone who makes meaningful choices for his life (choosing a school, a job, a way of life) does not mind the endless "no" (other schools, other jobs, other ways of living) which it says, but only to that "yes" that bring him/her to prefer one thing to another.*

*In addition, here it is necessary to remember that freedom is not the absence of constraints, but it is always freedom in bonds and limits. Freedom does not coincide with what is easy or immediate, but requires a discipline, an order. A freeman is who can be determined freely in certain actions and that always respects freedom of others.*

*All this can seem difficult, but it is the way by which you can make your life a masterpiece, a work of art, avoiding the temptation of nihilism, of turning in on itself, the culture of survival without any planning. This work is human; it is very human and awaits us all. Our happiness, our future, and our ability to live with others depend by it.*

futuro, ma anche la nostra capacità di vivere con gli altri.

## capitolo 1

### Comportamento nella gestione degli affari

Gli Amministratori e i Dipendenti non devono fare o promettere a terzi, neppure soggiacendo a illecite pressioni, dazioni di somme di denaro o altre utilità in qualunque forma e modo, anche indiretto, per promuovere o favorire interessi della propria o di altre entità dell'AZIENDA, né possono accettare per sé o per altri tali dazioni o la promessa di esse per promuovere o favorire interessi di terzi nei rapporti con la propria o di altre Entità dell'AZIENDA.

L'Amministratore o il Dipendente che ricevesse richieste ed offerte, esplicite od implicite, di siffatte dazioni, ne deve informare immediatamente l'organo di Controllo Interno dell'AZIENDA, e sospendere ogni rapporto con i terzi interessati in attesa di specifiche istruzioni.

Fanno eccezione a queste prescrizioni solo gli omaggi di modico valore quando siano ascrivibili unicamente ad atti di cortesia nell'ambito di corretti rapporti commerciali e non siano espressamente vietati.

Il Dipendente che, nell'espletamento della propria attività, sempre attinente all'oggetto sociale ed in sintonia con le politiche aziendali, venga a trovarsi in situazioni che possano, o ritenga che possano, per ragioni di anche solo potenziale conflitto o concordanza di interessi personali, o per qualsivoglia altra ragione, essere, o anche solo apparire, influenti sui rapporti con terzi, ne deve informare immediatamente per iscritto il proprio superiore gerarchico, nonché il responsabile della Direzione Centrale Risorse Umane e Organizzazione dell'AZIENDA.

L'attività volta all'acquisizione delle commesse dovrà svolgersi nel rispetto di corretti principi economici, nel regolare contesto di mercato, e in leale competizione con i concorrenti, nell'osservanza sempre delle norme di legge e regolamentari applicabili.

I rapporti con la committenza, pubblica e privata, sono improntati a senso di responsabilità e spirito di collaborazione. Non saranno avanzate pretese nei confronti della committenza se non qualora siano ritenute legittime e fondate.

## capitolo 2

### Amministrazione societaria

Tutti gli Amministratori e Dipendenti a qualsiasi titolo coinvolti nelle attività di formazione del bilancio sono tenuti al rispetto delle norme inerenti la velocità e la chiarezza dei dati e delle valutazioni.

## chapter 1

### Business management conduct

*Administrators and Employees should not make or promise to third parties, not even succumbing to pressures, payments of sums of money or other benefits in any form and manner, even indirect, to promote or support the interests of their own or of other entities of the COMPANY. In the same way, they cannot accept neither for themselves nor for others such payments or promises of them to promote or support the interests of third parties in dealing with their own or of other entities of the COMPANY.*

*Any Director or Employee, who should receive requests and offers, explicit or implicit, involving such donations, must immediately inform the Internal Control System of the COMPANY, and cease all contacts with those parties involved, by waiting specific instructions.*

*The only exceptions to these regulations are low-value gifts when attributable solely to acts of kindness within correct business relations and not expressly prohibited.*

*Any Employee who, in carrying out his normal duties, in line with corporate purpose and in keeping with company policies, finds themselves in situations which can, or he thinks they can be – even because of potential conflict or agreement with personal interests, or for any other reason - or just appear to be - influential on dealings with third parties, must immediately inform his own supervisor in writing, as well as the Human Resources and Organization Manager of the COMPANY.*

*The activity aimed at winning contracts must be carried out in line with correct business principles, with regular market conditions, and in fair competition with rival companies, in constant observation of the law and regulations.*

*Relations with customers, public and private, are based on a sense of responsibility and team spirit. Claims will not be advanced against the customer unless if they are deemed legitimate and well founded.*

## chapter 2

### Corporate administration

*All directors and Employees in any way involved in drawing up the budget must comply with the rules concerning the speed and clarity of data and assessments.*

*All directors and employees render maximum and timely collaboration to all inspection bodies internal and external the COMPANY to better accomplish their duties.*

*All Directors and Employees are required to the strict observance of the "Organization and Management Model" adopted in accordance with article 6 of the Italian D. Lgs. 231/01.*

Tutti gli Amministratori e Dipendenti prestano la massima e tempestiva collaborazione a tutti gli organismi di controllo interni ed esterni all'AZIENDA per il migliore espletamento dei loro compiti.

Tutti gli Amministratori e Dipendenti sono tenuti alla rigorosa osservanza del "Modello di organizzazione e di gestione" adottato ai sensi dell'art. 6 del D. Lgs. 231/01. Al fine di non causare problematiche tali da far eccepire legittime rivendicazioni da parte di qualunque soggetto posto in corretto e valido rapporto con la Società, l'Amministrazione Societaria, congiuntamente alle persone fisiche Amministratori e legalmente responsabili, adottando tutte le possibili precauzioni del caso, garantirà sempre la tenuta di una congrua riserva monetaria e/o una sicura solvibilità patrimoniale e/o fideiussoria per sostenere i propri impegni economici, tali da garantire la corretta pianificazione dei flussi di cassa, in modo da non causare disservizi nei pagamenti dei propri impegni economici finanziari che dovranno sempre essere puntualmente ottemperati o ripianificati tra le parti interessate prima della relativa scadenza di pagamento.

## capitolo 3

### Utilizzo di informazioni

Tutte le informazioni che non siano di pubblico dominio relative alla propria o ad altre Entità dell'AZIENDA o alla loro attività d'affari, di cui un Amministratore o un Dipendente sia a conoscenza per ragione delle proprie funzioni o comunque del rapporto di lavoro, devono considerarsi riservate, in quanto strettamente di proprietà di tali Entità, ed essere utilizzate solo per lo svolgimento della propria attività lavorativa.

Gli Amministratori e i Dipendenti non dovranno utilizzare né consentire l'utilizzo di informazioni che non siano di pubblico dominio relative alla propria o ad altre Entità dell'AZIENDA alla loro attività o affari, o che possano tra l'altro, se di tipo privilegiato, influenzare il valore del titolo, ovvero relative a soggetti che abbiano rapporti con esse, per promuovere o favorire interessi propri o di terzi.

## capitolo 4

### Rapporti con i soci

L'AZIENDA considera obiettivo primario la creazione di valore per la generalità dei propri azionisti.

Ciascun Amministratore e Dipendente orienterà il proprio operato al perseguimento di tale obiettivo.

È interesse dell'AZIENDA instaurare un dialogo continuativo con la generalità degli azionisti e, in particolare,

*In order not to cause problems such as to plead legitimate claims by any person in a correct and valid relationship with the Society, the Corporate Administration - together with the natural persons Administrators and legally responsible - taking all possible precautions, will always keeping an adequate money supply and/or a secure financial solvency and/or by the guarantor to support its financial commitments, to ensure proper planning of cash flows, so as not to cause disruption in the payments of its economic and financial commitments which must always be punctually fulfilled or re-planned among the stakeholders before its payment deadline.*

## capther 3

### Use of information

*All information that isn't in the public knowledge, concerning the company or other entities in the COMPANY, or their activities or business, which a Director or Employees has knowledge by reason of their duties or the employment relationship, must be considered confidential: they are strictly owned by these entities, and may be used only to carry out their working duties.*

*Directors and Employees shall not use or allow the use of non-public information about their own or other entities of the company to their business, or which may among other things, if privileged, affect the value of the title, or for individuals who have dealings with them, to promote or support own interests or third parties'.*

## capther 4

### Dealings with members

*The COMPANY considers its primary aim the creation of value for all its shareholders.*

*Each Director and Employee will focus his or her actions on pursuing it.*

*It is COMPANY's concern to establish a continuous dialogue with all its shareholders and, in particular, with institutional investors. The relationships with shareholders and, in particular, with institutional investors have exclusively kept by the company departments to which they have been delegated, in full compliance with rules and procedures concerning the communication of documents and data about the Company.*

*The COMPANY's Directors encourage and facilitate the widest possible participation of shareholders at the meetings, in which, if possible, all Directors take part.*

con gli investitori istituzionali. Le relazioni con gli azionisti e, in particolare, con gli investitori istituzionali sono intrattenute esclusivamente dalle funzioni aziendali a ciò deputate, nel rispetto delle norme e procedure sulla comunicazione di documenti e informazioni riguardanti la Società.

Gli Amministratori dell'AZIENDA incoraggiano e facilitano la partecipazione più ampia possibile dei soci alle assemblee, alle quali possibilmente partecipano tutti gli Amministratori stessi.

## capitolo 5

### Rapporti con i terzi

I rapporti con i terzi (clienti, fornitori, collaboratori esterni, partners, competitors, mezzi di comunicazione, il contesto civile ed economico nazionale ed internazionale) dovranno essere improntati a lealtà e correttezza, nella tutela degli interessi aziendali. Lealtà e correttezza da parte dei terzi dovrà essere pretesa.

L'informazione verso l'esterno deve essere veritiera, trasparente e coerente con le politiche aziendali.

Nei rapporti contrattuali con i clienti, l'AZIENDA si astiene dal porre in essere strategie che possano essere considerate limitative della libertà di scelta e/o comportamento.

In particolare, saranno sempre evidenziati ai singoli clienti:

- copia del contratto nel quale sono specificate i servizi offerti.
- le modalità e i tempi di esecuzione dei servizi.
- i prezzi, le modalità e i termini di pagamento.
- le garanzie e certificazioni dei mezzi e materiali utilizzati.

I rapporti con i fornitori si fondano su fattori che riguardano, a titolo esemplificativo, la costanza della qualità, la capacità di implementare azioni correttive e migliorative di non conformità dichiarate, la disponibilità a compiere insieme progettazioni o sviluppi di servizi.

I rapporti con la stampa e con gli analisti finanziari potranno essere tenuti solo dalle funzioni aziendali a ciò deputate, e con l'autorizzazione di queste.

Gli Amministratori e i Dipendenti chiamati a fornire verso l'esterno qualsiasi notizia riguardante obiettivi relativi alla propria Entità o all'AZIENDA in occasione di partecipazione a convegni, pubblici interventi e redazione di pubblicazioni in genere, sono tenuti ad ottenere preventiva autorizzazione dalle funzioni aziendali preposte, al fine di concordarne i contenuti, in sintonia con le politiche aziendali.

I Dipendenti si asterranno da comportamenti e dichiarazioni che possano in alcun modo ledere l'immagine dell'AZIENDA, che anzi promuoveranno anche attra-

## chapter 5

### Relations with third parties

*Relations with third parties (customers, suppliers, external collaborators, partners, competitors, communication channels, and civil and economic national and international context) must be marked by trust and integrity, in the protection of company interests. Loyalty and fairness to third parties must be equally claimed.*

*Information given externally must be true, clear, and coherent with the company's policies.*

*In contractual relationships with customers, the Company refrains from engaging in strategies that could limit freedom of choice and / or behavior.*

*Especially, it will always be highlighted to every customer the following things:*

- copy of the contract in which all services are specified.
- methods and times of execution of the services.
- prices, terms and conditions of payment.
- guarantees and certifications of equipment and materials used.

*Relations with suppliers are based on factors that include, the quality, the ability to implement corrective actions and improvement of declared non-conformity, the willingness to take together designs or service developments. Relations with the press and financial analysts will be held only by the corporate functions involved, and with the authorization of these.*

*Directors and Employees who are asked to give out any notice concerning the company or entity targets during conferences, public events and publications, are required to obtain prior authorization from the appointed company departments, in order to agree the contents in line with the company policy.*

*Employees shall refrain from conduct and statements that could harm in any way the Company's image, which indeed will promote through the ethical behaviour, which are required.*

*Relations with public institutions will be handled only by the departments, which are appointed to, or with their authorization.*

*Gifts to representatives of Governments, public officials and public employees will be allowed only when they are of a symbolic value and are not expressly forbidden.*

*The COMPANY does not make direct or indirect contributions to political parties, movements, committees and political and workers' organizations, nor it supports them in any way.*

verso la correttezza di comportamento cui sono tenuti. I rapporti con le istituzioni pubbliche saranno tenuti solo dalle funzioni a ciò deputate, o con l'autorizzazione di queste.

Omaggi verso rappresentanti di Governi, pubblici ufficiali e pubblici dipendenti saranno consentiti solo quando abbiano valore simbolico e non siano espressamente vietati.

L'AZIENDA non eroga contributi diretti o indiretti a partiti politici, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, né a loro rappresentanti, né li sostiene in alcun modo.

## capitolo 6

### Tutela della dignità e della integrità del dipendente, salute e sicurezza sul lavoro

Le risorse umane costituiscono un indispensabile elemento per l'esistenza, lo sviluppo ed il successo dell'impresa.

La professionalità e la dedizione dei dipendenti sono valori fondamentali per il conseguimento degli obiettivi aziendali.

L'AZIENDA offre pari opportunità di lavoro a tutti i Dipendenti sulla base delle specifiche qualifiche professionali e capacità di rendimento senza alcuna discriminazione in quanto le funzioni competenti selezionano, assumono, e gestiscono i dipendenti in base a criteri di competenza e di merito, senza alcuna considerazione della razza, credo religioso, sesso, età, discendenza, inabilità personali, anzianità di servizio, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti in vigore.

Le funzioni competenti vigilano affinché l'ambiente di lavoro sia, oltre che adeguato dal punto di vista della sicurezza e della salute personale, privo di pregiudizi e che ogni individuo sia trattato con rispetto, senza alcuna intimidazione e nel rispetto della sua personalità morale, evitandone illeciti condizionamenti e indebiti disagi.

L'azienda si impegna a promuovere lo sviluppo, anche professionale, dei lavoratori curandone l'aggiornamento continuo.

La diffusione delle informazioni aziendali ai Dipendenti deve essere adeguata, corretta ed esauriente.

Al fine di tutelare l'integrità della dignità delle persone, intese come potenziali dipendenti e/o collaboratori e/o clienti e/o fornitori e/o controllori e/o legislatori, l'AZIENDA assumerà sempre un approccio sistematico complessivo integrato con una sana politica ambientale senza alcun relativismo culturale al fine di evitare la distorsione dei valori etici e morali del presente documento.

## chapter 6

### Employees' dignity and integrity protection, health and safety in the workplace

*Human resources represent an invaluable element for the existence, development and success of the company.*

*The professionalism and dedication of employees are core values in achieving business goals.*

*The COMPANY offers equal employment opportunities to all its Employees based on the specific professional qualifications and ability, without any discrimination as competent functions select, hire, and manage their employees based on merit and competence, without any consideration of race, religion, sex, age, ancestry, personal disabilities, length of service, within the laws and regulations in force.*

*The relevant departments shall ensure that the working environment is, as well as appropriate from personal safety and health point of view, free from prejudices and that every individual is treated with respect, without intimidation and without prejudice to its moral personality, avoiding illicit influence and undeserved inconveniences.*

*The company is committed to promoting education and vocational development, of the workers taking care of continuous updating.*

*The diffusion of Company data to Employees must be adequate, precise and complete.*

*In order to protect the integrity of people's dignity, as potential employees and/or employees and/or customers and/or suppliers and/or controllers and/or legislators, the COMPANY will always take a systematic approach combined with a sound environmental policy by keeping out any cultural relativism in order to avoid distortions of ethical and moral values of this document.*

## chapter 7

### International control system

*The COMPANY is equipped with Internal Control System, as a tool that contributes to ensure that the company activities carry out in full obedience of the internal and external rules that govern them.*

*It consists of a collection of behavioural rules, procedures and methodologies, which properly allow tackling mistakes adequately, fraud and risk factors, which hinder the correct progress of company business. The aim of the internal control system is to provide an adequate protection to the shareholders and to all those who have relationships with the company for whatever reason.*

## capitolo 7

### Il sistema di controllo interno

L'AZIENDA si è dotata di un Sistema di Controllo Interno, quale strumento che contribuisce ad assicurare che le attività aziendali siano svolte nel rispetto delle norme interne ed esterne che le disciplinano.

Esso consiste in un insieme di regole di comportamento, procedure e metodologie che consentono di contrastare adeguatamente gli errori, le frodi e i fattori di rischio che ostacolano il corretto svolgimento dell'attività aziendale, con l'obiettivo di fornire adeguata tutela dei soci e a tutti i soggetti che interagiscono a vario titolo con l'impresa. Uno dei punti cardine su cui poggia il Sistema di Controllo Interno, del quale il presente Codice Etico costituisce uno dei termini di riferimento, è rappresentato dalla "cultura del controllo", che l'AZIENDA è impegnata a diffondere presso tutti i Dipendenti, ai quali, in funzione e nella consapevolezza dei compiti loro affidati nell'organizzazione aziendale, è demandato, insieme con rappresentanti della società, di assicurarne il funzionamento.

Assumono particolare valenza e trasparenza l'accuratezza e la completezza dell'informazione contenuta nel Bilancio. Ogni dipendente è tenuto a collaborare affinché tutti i fatti di gestione siano correttamente rappresentati.

I Dipendenti dell'AZIENDA che venissero a conoscenza di falsificazioni nella contabilità o nella relativa documentazione, hanno l'obbligo di riferire al proprio superiore e agli organi preposti precedentemente elencati.

Nel caso di segnalazioni deliberatamente infondate, il Dipendente sarà sottoposto a procedimento disciplinare. L'AZIENDA s'impegna ad annullare l'ego economico dal monitoraggio della domanda dei propri servizi al fine di favorire una economia vera basata sulle risorse reali che garantisca la distribuzione sostenibile che consenta l'abbondanza di accesso ai vantaggi espressi dai propri servizi e/o prodotti.

## capitolo 8

### Politica ambientale dell'azienda

L'AZIENDA, al fine di ottemperare ai principi di salvaguardia e rispetto ambientale che da sempre guidano l'azienda, si impegna a:

- Anteporre la salvaguardia ambientale ad ogni possibile profitto;
- Prevenire e lenire ogni forma di inquinamento;
- Considerare il rifiuto una risorsa che se non ben gestita

*One of the key points on which Internal Control System depends, and of which this Code of Ethics is one of the terms of reference, is represented by "culture of the control", which the COMPANY is committed to spread to all its Employees. In function and in awareness of their duties delegated to them in the company organization, Employees, with company representatives, have to assure its operation.*

*Precision and completeness of the information contained in the financial statements are particularly considerable. Each employee shall cooperate to ensure that all operations are properly represented.*

*The Employees of the COMPANY, who become aware of falsifications in the accounting records or in the related documentation, are obliged to refer it to their manager and to the appointed organizations previously listed.*

*In case of deliberately unfounded referrals, the Employee will be subject to a disciplinary procedure.*

*The COMPANY undertakes to undo the economic ego from monitoring of demand for its services in order to facilitate a real economy based on real resources that can guarantee the sustainable distribution allowing full access to the benefits expressed by its staff and/or products.*

## chapter 8

### Environmental policy of the company

*The COMPANY, in order to comply with the principles of environmental protection and respect that guide the company, is committed to:*

- *Precede environmental safeguards at every possible advantage;*
- *Prevent and alleviate all forms of pollution;*
- *Consider the waste of a resource that, if not well managed, can cause diseconomies;*
  - *Respect legal requirements and regulations in managing business activities;*
  - *Assess the economic viability using the best technologies available on the market in order to reduce the environmental impacts of activities;*
- *Ensure the availability of human and financial resources for the operation of its environmental management system and the achievement of environmental aims;*
- *Promote the philosophy of "continuous improvement" through the correction and prevention activities which are not in line with the idea of eco-sustainability;*
- *Use of indicators for the environmental monitoring with the dual purpose of checking and improving the production processes and establish an ongoing dialogue with authorities and citizens, by communicating the results promptly;*

provoca delle diseconomie.

- Rispettare le prescrizioni di legge ed i regolamenti aziendali nella gestione delle proprie attività;
- Valutare la praticabilità economica sull'impiego delle migliori tecnologie disponibili sul mercato al fine di ridurre gli impatti ambientali delle attività;
- Assicurare la disponibilità di risorse umane e finanziarie per il funzionamento del proprio sistema di gestione ambientale e per il raggiungimento degli obiettivi ambientali;
- Promuovere la filosofia del "miglioramento continuo", attraverso la correzione e la prevenzione delle attività non conformi alla eco-sostenibilità;
- Utilizzare degli indicatori per il monitoraggio ambientale con il duplice scopo di controllare e migliorare i propri processi produttivi e di instaurare un dialogo continuo con le autorità e con i cittadini, comunicando i risultati in maniera tempestiva;
- Formare continuamente il personale e il territorio sui principi della tutela ambientale, sulla sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro, favorendo lo sviluppo della cultura ambientale;
- Garantire la sicurezza dei luoghi di lavoro;
- Adottare delle pratiche organizzative atte a prevenire le situazioni di emergenza ed emissioni accidentali di sostanze inquinanti.

Gestire le proprie attività in modo che:

- Gli odori, le emissioni diffuse e convogliate siano minime, controllabili e che non arrechino danni alle persone che lavorano in AZIENDA ed a quelle esterne;
- I rifiuti prodotti dagli impianti siano gestiti in modo tale da evitare inquinamento di qualsiasi genere;
- I rumori prodotti dai mezzi in movimento e dagli impianti possano non arrecare fastidi o danni;
- Tutti gli impianti, le apparecchiature ed i mezzi utilizzati siano sempre efficienti;
- I consumi di risorse non rinnovabili siano costantemente tenuti sotto controllo e ridotti.

## capitolo 9

### Riconoscimento, adozione ed onorabilità del marchio

Il logo "eco" utilizzato anche solo in parte del marchio dell'AZIENDA è stato creato dalla ditta BIO DUE di Ciampa Renato, che da possessore ne concede l'uso all'AZIENDA sempre in via non esclusiva, al fine di raggruppare tutti i Valori e gli ideali espressi nel presente Codice Etico in un simbolo di facile riconoscibilità in rappresentazione grafica con effetto quasi immediato. Compito del

- Train constantly the staff and geographic area about the principles of environmental protection, workplace safety and health, promoting the development of environmental culture;
- Ensuring the safety of workplaces;
- Adopt organizational practices in order to prevent emergencies and accidental releases of pollutants.

Manage their activities so that:

- Odors, spread and conveyed emissions are minimal, checkable and unable to damage people both if they work in the COMPANY and if they don't;
- The waste produced by the systems is managed in such a way as to avoid any kind of pollution;
- The noises produced by moving vehicles and systems cannot cause discomfort or damage;
- All the systems, equipment and methods used have to be more and more efficient;
- The consumption of non-renewable resources has to be constantly monitored and reduced.

## capther 9

### Recognition, adoption and integrity of the brand

*The logo "eco", partly used by the COMPANY, was created by the company BIO DUE - which Ciampa Renato is owner - in order to group all the Values and the ideals expressed in this Code of Ethics in an easily recognizable symbol version or graphic representation with almost immediate effect.*

*Task of the logo adopted by the company is to inspire trust, reliability, effectiveness, efficiency and superiority compared with the employment difficulties. This logo intends to communicate the following slogan: "Our job is solving problems without creating new ones by acting with different ideas from those that have created problems."*

*The sources of law regulating the discipline of the brand of our company are the following:*

*National sources:*

*Italian Civil Code, Art. 2569 to 2574.*

*Industrial Property Code (D. Lgs. 10/02/05, n. 30), Art. 7 to 28.*

*European Union sources:*

*Directive 2004/48/EC of the European Parliament and the European Council signed on 29th April 2004 on the enforcement of intellectual property rights.*

*Directive 2008/95/EC of the European Parliament and of the European Council signed on 22/10/08 on the approximation of the laws of the Member States relating to trademarks.*

*Regulation no. 207/2009 of the European Council, si-*

logo adottato dall'AZIENDA è quello di ispirare fiducia, affidabilità, efficacia, efficienza e superiorità rispetto alle difficoltà lavorative. Il marchio intende comunicare il seguente slogan: "Il nostro lavoro consiste nel risolvere problematiche senza crearne altre agendo con idee diverse da quelle che hanno creato le problematiche!".

Le fonti di diritto che regolano la disciplina del marchio sono le seguenti.

Fonti nazionali:

Codice civile, artt. 2569 - 2574.

Codice della proprietà industriale (D.Lgs. 10/02/05, n. 30), artt. 7 - 28.

Fonti comunitarie:

Direttiva 2004/48/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale.

Direttiva 2008/95/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22/10/08, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa.

Regolamento n. 207/2009 del Consiglio, del 26 febbraio 2009, sul marchio comunitario.

Regolamento CE 2868/95 della Commissione del 13 dicembre 1995 recante modalità di esecuzione del regolamento (CE) n. 40/94 sul marchio comunitario (come modificato dal Regolamento n. 355/2009 della Commissione, del 31 marzo 2009).

Regolamento CE 2869/95 della Commissione del 13 dicembre 1995 relativo alle tasse da pagare all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (come modificato dal Regolamento n. 355/2009 della Commissione, del 31/03/09).

Regolamento CE 216/96 della Commissione del 5 febbraio 1996 che stabilisce il regolamento di procedura delle commissioni di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno.

Fonti internazionali:

Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale, firmata a Parigi il 20 marzo 1883 e smi. Trattato sul diritto dei marchi, sottoscritto a Ginevra il 27/10/94.

La concessione dell'uso del marchio in questione, anche in via non esclusiva, è subordinato alla totale accettazione del presente Codice Etico che ne rappresenta una condizione necessaria quantunque non sufficiente.

L'AZIENDA è autorizzata ad usarlo per tutte le proprie rappresentazioni, ma non in esclusiva, dal suo possessore il quale stabilisce i criteri di diffusione nell'utilizzo strategico di tale marchio in base a precisi accordi economici, commerciali, professionali e lavorativi che favoriscano e valorizzino il raggiungimento degli obiettivi e dei Valori ai quali si ispira il marchio stesso.

Quindi per l'adozione di tale marchio occorrerà rispettare il Codice Etico ECO-RESOLUTION ed onorare gli

*gned on 26th February 2009 about the Community trademark.*

*EC Regulation 2868/95 signed on 13th December 1995 implementing Council Regulation (EC) n. 40/94 about the Community trademark (as amended by Regulation n° 355/2009 signed on 31st March 2009).*

*EC Regulation 2869/95 signed on 13th December 1995 about the fees payable to the Office for Harmonization in the Internal Market (as amended by Regulation N. 355/2009 of the Commission signed on 31st March 2009).*

*EC Regulation 216/96 of the European Commission signed on 5th February 1996 laying down the rules of the procedure of the boards of appeal of the Office for Harmonization in the Internal Market.*

*International sources:*

*Paris Convention for the Protection of Industrial Property signed in Paris on 20th March 1883.*

*Trademark Law Treaty, signed in Geneva on 22/10/94.*

*The grant of use of the mark in question even non-exclusive is subject to total acceptance of the present Code of ethics, which represents a necessary although not sufficient condition.*

*The COMPANY is authorized to use it for all its representations, but not exclusively, by its owner who establishes the criteria for its widespread, by using strategically this mark based on specific economic, commercial, professional and working agreements, that promote and enhance the achievement of aims and values which inspire the mark.*

*Therefore, for the adoption of this mark it will be necessary to respect the ECO-RESOLUTION Code of Ethics and to honor the working agreements with the mark's owner. The owner, interacting work-wise with anyone using the brand, will verify behaviors and take advantage in case of grant of this Code of Ethics and its honorableness, regardless of the COMPANY or third parties.*

*However, in the event of any breach of this Code of Ethics, even if just third parties note it, the use of the mark will be denied to the offender with the consequent demand for compensation from its owner for rising damage and loss of profit. This admonishment ensures the consumer of the goods and/or service user represented by this trademark, since it acts as a deterrent to any abuse or violations of ethical and moral principles represented by the mark in a perspective of self-control in the widespread of the mark itself and in compliance with this Code of Ethics.*

*In the case of lease and/or sale of a line of this company and/or of a company by the COMPANY to a third party, the absence of trademark/logo described in this chapter raises the impossibility of warning and self-restraint, good character of this code of ethics. At the same time, it represents a ge-*

accordi lavorativi con il possessore di tale marchio.

Tale possessore interagendo lavorativamente con chiunque utilizzi il marchio potrà verificarne i comportamenti e trarne utile in caso di concessione ed onorabilità del presente codice etico, a prescindere dall'AZIENDA o da terzi. Ma, in caso di mancato rispetto del presente codice etico, anche solo riscontrato in giudizio da terzi, l'uso del marchio sarà negato al trasgressore con la conseguente richiesta di risarcimento da parte del suo possessore per danno emergente e lucro cessante.

Tale monito garantisce il consumatore dei prodotti e/o l'utente dei servizi rappresentati dal marchio in questione, poiché agisce da deterrente per eventuali abusi o violazioni dei principi etici e morali rappresentati dal marchio in un'ottica di autocontrollo nella diffusione del marchio stesso e del rispetto del presente codice etico.

In caso di fitto e/o cessione di ramo d'azienda e/o di azienda da parte dell'AZIENDA ad un soggetto terzo, la mancata adozione del marchio/logo descritto nel presente capitolo genera l'impossibilità di monito ed autocontrollo all'onorabilità del presente codice etico e quindi costituisce un'autentica violazione del presente codice etico da parte del soggetto terzo oltre che una semplice discontinuità commerciale.

Il marchio inoltre decade:

Per volgarizzazione, cioè se il marchio sia divenuto nel commercio denominazione generica del prodotto o servizio oppure se abbia perduto la sua capacità distintiva; Per illiceità sopravvenuta cioè:

Se sia divenuto idoneo a indurre in inganno il pubblico; se sia divenuto contrario alla legge, all'ordine pubblico o al buon costume;

Per omissione da parte del titolare dei controlli previsti dalle disposizioni regolamentari sull'uso del marchio collettivo;

Per non uso, cioè se il titolare del marchio registrato non ne fa un uso effettivo entro cinque anni dalla registrazione o se ne sospende l'uso per un periodo ininterrotto di cinque anni, salvo che il mancato uso non sia giustificato da un motivo legittimo, o comunque non imputabile al titolare.

Dalla decadenza per non uso sono esclusi i cosiddetti marchi difensivi, cioè quei marchi che presentano somiglianza con il marchio effettivamente usato, e che vengono registrati per evitare che altri si avvicinino al marchio difeso, adottando quelle piccole varianti idonee ad escludere la confondibilità (art.24, comma 4°, CPI).

In caso di qualsiasi modifica e/o variazione grafica del logo/marchio "eco" da parte del suo possessore, l'AZIENDA in qualità di utilizzatore del logo/marchio le accetta implicitamente ritenendo invariati gli obblighi e i valori espressi nel presente documento.

*nuine violation of this Code of Ethics by the third party as well as a simple commercial interruption.*

*The brand also loses its function when:*

*For popularization, if the trade mark has become in trading a generic denomination of the product or service, or if it has lost its distinctive character;*

*For supervening illegality, that is:*

*If it has become liable to mislead the public; If it has become against the law, public order or morality;*

*If the holder omits the checks expected by the regulations about the use of the collective mark;*

*For non-use, that is if the holder of the mark does not really use it within five years since its registration or if he suspends its use for a continuous period of five years, unless the non-use is not justified by a legitimate reason, or at least not attributable to the holder.*

*From decay not to use the so-called defensive marks are excluded, i.e. those brands that have similarities with the mark actually used, and that are logged to prevent that the others approach the defended brand by adopting those little suitable to exclude the risk of confusion (article 24, paragraph 4, EPC).*

*In case of any modification and/or change graphics of the logo/brand "eco" by its owner, the Company acting as the user of the logo/brand accepts implicitly, believing unchanged obligations and values expressed herein.*

## **chapter 10** **Continuous improvement**

*The COMPANY compels itself to pursue the continuous improvement in its economic practice referring to the efficiency of production factors that are related to the business microeconomics through the development of Management Systems aimed to reduce production costs in a perspective of effective eco-sustainability and contempt for the wastefulness.*

*Therefore, the continuous improvement, as an approach to Management Systems for Quality connects with concepts such as "Lean manufacturing" (lean manufacturing), "Total Quality Management" (TQM - Total Quality Management), "Just-in-time" (JIT - shooting stocks), "Kanban method" (method for the constant reintegration of raw materials and semi-finished products), "Redesign of business processes", the "Statistical process control" (statistical process control) and so on.*

*The continuous improvement, such as behavioral strategy adopted by the company, refers to a practice directed to the constant improvement of manufacturing processes, engineering and business management, according to the bottom-up logic. In this way, the vision of the strategy of*

## capitolo 10

### Miglioramento continuo

L'AZIENDA si obbliga a perseguire il miglioramento continuo nella sua pratica economica riferendosi all'efficienza dei fattori produttivi legati alla microeconomia aziendale attraverso lo sviluppo di Sistemi di Gestione finalizzati al contenimento dei costi di produzione in un'ottica di efficace eco-sostenibilità e disprezzo per gli sprechi.

Il miglioramento continuo, quindi, come approccio per i sistemi di gestione per la Qualità si connette con concetti quali "Lean manufacturing" (produzione snella), "Total Quality Management" (TQM - Gestione della qualità totale), il "Just in time" (JIT - abbattimento delle scorte), il metodo kanban (metodo per la reintegrazione costante delle materie prime e dei semilavorati), la Riprogettazione dei processi aziendali, lo Statistical process control (controllo statistico dei processi) e via discorrendo.

Il miglioramento continuo, come strategia comportamentale adottata dall'AZIENDA, si riferisce ad una pratica diretta al miglioramento costante dei processi manifatturieri, ingegneristici e di business management secondo la logica "bottom-up". Pertanto la visione della strategia del miglioramento continuo è quella del rinnovamento a piccoli passi, da farsi giorno dopo giorno, con continuità e senza conflittualità.

La base del rinnovamento è quella di incoraggiare ogni persona ad apportare tutti i giorni piccoli cambiamenti il cui effetto complessivo diventa un processo di selezione e miglioramento dell'intera Organizzazione.

L'implementazione della strategia del miglioramento continuo presuppone una forte spinta motivazionale ed un senso d'appartenenza all'Organizzazione, tali da far coincidere gli interessi del singolo con il gruppo d'appartenenza, che si distaccano dall'individualismo atomistico di matrice anarchico per sposare una visione organicista di una rete di relazioni lavorative.

Il miglioramento continuo è un processo quotidiano il cui scopo è il miglioramento dell'efficienza produttiva soprattutto attraverso la umanizzazione del posto di lavoro perseguendo i seguenti punti:

- Disegnando la linea produttiva ed i processi ad essa collegati seguendo le esigenze del Lavoratore che intenda collaborare al miglioramento continuo;
- La progressiva eliminazione del lavoro pesante e/o ripetitivo con ampio ricorso a processi automatizzati;
- La formazione continua del personale attraverso processi di riqualificazione tecnologica e stage di apprendimento dedicati;

*the continuous improvement is to renew this company steps by step, continuously and without conflicts.*

*The basis for the renewal is to encourage each person to make daily small changes whose overall effect becomes a selection process and improvement of the entire Organization.*

*The implementation of the continuous improvement strategy requires a strong motivational push and the awareness to belong to the Organization, such as to align the interests of the individual with the group membership, that detach from atomistic individualism point of view to embrace an organicist vision of a working relationships network.*

*The continuous improvement is a daily process whose purpose is to improve the production efficiency especially through the humanization of the workplace by pursuing the following points:*

- *Drawing the production line and the process related to it according to the needs of the Worker who wishes to take part into the continual improvement;*
- *The gradual elimination of the heavy and/or repetitive work with extensive use of automated processes;*
- *The continuous staff training through process of technological upgrading and stages of learning dedicated to it;*
- *The staff training to use the scientific method to find and eliminate the squandering;*
- *Staff involvement and identification with the Company's Vision.*

*According to the approach of continuous improvement, the humanization of the workplace at all levels and involving any business process, increases productivity through the idea of enhancing human resources of the company, praising and encouraging the participation into every activity linked to Quality.*

*Concretely, this company tries to engineer the workplace with the operational model described by the following points.*

- *Order: it involves the elimination of superfluous (unnecessary work tools, unnecessary operating instructions, posters designing, etc...); classification of what is essential according to priority (based on the cycles of use) and the facilitation of usability.*
- *Stabilization: it follows the phase of initial orientation and requires the identification of the spaces that are essential for the construction of the workplace because it simplify the identification and traceability of the tools.*
- *Cleaning: workplace and equipment, regular maintenance and restoration of order after each work shift.*
- *Standardization: every workspace refer to an equal*

- L'addestramento del personale all'utilizzo del metodo scientifico per trovare ed eliminare gli sprechi;
- Il coinvolgimento e l'identificazione del personale con la Vision aziendale.

Secondo l'approccio del miglioramento continuo, l'umanizzazione del posto di lavoro, ad ogni livello e coinvolgendo qualunque processo aziendale, determina un aumento della produttività attraverso l'idea di nutrire le risorse umane dell'azienda elogiandole ed incoraggiandole alla partecipazione delle attività legate alla Qualità.

Concretamente si pratica l'ingegnerizzazione del posto di lavoro con modello operativo descritto dai seguenti punti.

- Ordine: comporta l'eliminazione del superfluo (strumenti di lavoro inutili, istruzioni operative non necessarie, cartellonistica inessenziale, etc.), classificazione dell'essenziale in ordini di priorità (sulla base dei cicli di utilizzo) e facilitazione della fruibilità.
- Stabilizzazione: segue la fase di orientamento iniziale e presuppone l'identificazione degli spazi essenziali per la costruzione del posto di lavoro facilitando l'identificazione e la rintracciabilità degli strumenti.
- Pulizia: del posto di lavoro e delle attrezzature, regolare manutenzione e ripristino dell'ordine dopo ogni turno di lavoro.
- Standardizzazione: tutte le postazioni di lavoro riferibili ad una identica funzione devono essere uguali ed intercambiabili, consentendo al lavoratore di orientarsi in ogni stazione soprattutto attraverso l'uniformità delle attività lavorative usufruendo di Istruzioni Operative standardizzate in ottica di consolidamento.
- Sostenere: stabilita una prassi rispettosa dei precedenti punti, essa deve essere mantenuta e nel caso migliorata, evitando di guardare a vecchi standard ed abitudini obsolete; il sostegno è mirato alla protezione della produttività e alla difesa dalle problematiche esterne all'AZIENDA.

Nel rispetto del presente capitolo, anche il Codice Etico ECO-RESOLUTION potrà essere soggetto ad eventuali modifiche nell'ottica del miglioramento continuo, evolvendo secondo i principi in esso contenuti. Pertanto l'AZIENDA, appartenendo all'insieme di lavoratori collaborativi al miglioramento, si obbliga sin da ora a valutarne ed accettarne l'evoluzione sottoscrivendo le future revisioni del presente documento in segno di riconoscimento di valida sostituzione. In caso di mancata sottoscrizione delle future revisioni, l'AZIENDA dovrà optare per il recesso dell'adozione del presente codice etico entro 90 giorni dall'ufficiale ricevimento delle sue eventuali modifiche e/o revisioni.

*function must be identical and interchangeable, allowing the worker to orientate in each station mainly through the uniformity of the work activities by making use of standardized operating instructions with a view to consolidation.*

- *Support: when the previous points are fixed through an established practice, it must be maintained and improved – if it is necessary – to avoid to look obsolete habits and old standards; in this sense, the support aims at protecting the productivity and the defense from every external problem outside the company.*

*In compliance with this chapter, the Code of Ethics of ECO-RESOLUTION may be subject to changes due to continuous improvements, evolving in accordance with the principles contained therein. In this way, the COMPANY, working with its staff for the improvement, ensures henceforth to evaluate and accept the evolution by subscribing the future revisions of this document in recognition of a valid replacement. In case of non-subscription of future revisions, the COMPANY will have to opt for the termination of the adoption of this Code of Ethics within 90 days since the official reception of any amendments and/or revisions.*