

LIBRO III

CODICE ETICO

CODICE ETICO DI RADEBERGER ITALIA

INTRODUZIONE

Il presente codice etico ("Codice Etico") rappresenta l'enunciazione dei valori e principi fondamentali cui RADEBERGER ITALIA si ispira nella conduzione delle proprie attività e delle relazioni sia interne che esterne, al di là dalle disposizioni legislative e statutarie di riferimento.

L'adozione del codice esprime la volontà di RADEBERGER ITALIA di assumere impegni e responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali ad ogni livello, nel rispetto dei legittimi interessi degli azionisti, dipendenti, clienti, *partner* commerciali e della collettività interessati dall'attività di RADEBERGER ITALIA.

RADEBERGER ITALIA chiede il rispetto delle regole enunciate nel Codice Etico a tutti i dipendenti e collaboratori, siano essi amministratori o dipendenti di ogni inquadramento, al fine di rendere compatibile e sinergico il perseguimento del fine lucrativo con il rispetto della legalità.

Il Codice Etico nasce quale parte integrante del modello di organizzazione, gestione e controllo implementato e adottato ai sensi del D.Lgs. 231/01 ("Modello") ma abbraccia in modo più ampio il ruolo ed i rapporti di RADEBERGER ITALIA, dei suoi dipendenti e collaboratori e dei suoi *partner*, non limitandosi ad indicare le linee guida comportamentali riferite ad attività a rischio penale.

RADEBERGER ITALIA ha istituito al proprio interno un organismo di vigilanza (di seguito, "Organismo di Vigilanza" od "OdV") avente il compito di monitorare il rispetto, l'adeguatezza e l'aggiornamento del Modello e del Codice Etico che ne costituisce parte integrante.

Il presente Codice Etico costituisce un unico complesso di regole volte a garantire una conduzione eticamente responsabile del *business* di RADEBERGER ITALIA, alla cui osservanza sono tenuti tutti i soggetti che si relazionano direttamente ed indirettamente con la Società.

1 LA MISSIONE DI RADEBERGER ITALIA

RADEBERGER ITALIA persegue il fine di garantire una sana e prudente gestione del proprio *business* nel rispetto dei valori fondamentali che regolano il proprio mercato di riferimento.

Attraverso l'organica interazione di interessi economici e principi etici, RADEBERGER ITALIA si propone di perseguire i propri obiettivi, ponendo la garanzia di conformità dei prodotti, la tutela ambientale, la sicurezza sul posto di lavoro e l'igiene quali cardini della propria attività.

Grazie alla corretta osservanza di tale principio, RADEBERGER ITALIA intende soddisfare le esigenze dei propri *stakeholder* mediante l'applicazione di un sistema integrato che comprende la struttura organizzativa, le procedure, i processi e le risorse necessarie a garantire la conformità dei prodotti e dei servizi, la tutela ambientale, la sicurezza sul posto di lavoro e l'igiene.

Obiettivo principale di tale sistema integrato è quello di rendere possibile un corretto funzionamento dei processi aziendali al fine di raggiungere il miglioramento continuo del grado di soddisfazione del cliente e del consumatore e, contestualmente, delle prestazioni ambientali e di sicurezza e salute sul lavoro.

2 LA CONDIVISIONE DEL PROGETTO

RADEBERGER ITALIA riconosce la necessità della condivisione di valori comuni con i propri *stakeholder*, al fine di realizzare il perseguimento oggettivo e cosciente della *mission* aziendale. Solo in un'ottica di reale collaborazione e sistemica organizzazione, il presente Codice Etico può aspirare a trascendere il livello meramente programmatico e tendere ad una concreta applicazione e valorizzazione.

Nel perseguire l'obiettivo di una efficiente organizzazione etica, RADEBERGER ITALIA si impegna a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia e reciprocità con i suoi *stakeholder*, ovvero con le categorie di individui, gruppi o istituzioni che rappresentano il naturale interlocutore nell'espletamento della sua attività.

E' *stakeholder* ogni soggetto il cui apporto sia richiesto per realizzare la missione aziendale ovvero ogni soggetto che, a qualsiasi titolo, venga in contatto con l'azienda ed abbia un interesse nel perseguimento della suddetta missione.

Sono *stakeholder* coloro che compiono investimenti connessi alle attività di RADEBERGER ITALIA; in primo luogo, i soci e, quindi, i collaboratori, i clienti, i fornitori e i partner d'affari. In senso allargato sono, inoltre, *stakeholder* tutti quei singoli o gruppi i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività di RADEBERGER ITALIA; rientrano in questo ambito anche le associazioni di categoria del settore. L'attività di RADEBERGER ITALIA è improntata alla massima cooperazione, affinché il rispetto per le aspettative legittime dei propri *stakeholder* si concili in modo coerente con la sua missione.

Sono, dunque, *stakeholder* di RADEBERGER ITALIA:

- Collaboratori;
- Clienti;
- Fornitori;
- Pubblica Amministrazione;
- Organizzazioni Sindacali;
- Ambiente;
- Collettività.

La cooperazione tra RADEBERGER ITALIA ed i propri *stakeholder* si pone quale elemento essenziale per una conduzione etica del suo *business*: per tale motivo, i comportamenti non etici, ovvero posti in essere in spregio dei valori considerati, compromettono il rapporto di fiducia tra RADEBERGER ITALIA ed i suoi *stakeholder* e possono favorire l'insorgenza di atteggiamenti ostili nei confronti dell'impresa.

RADEBERGER ITALIA aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i suoi *stakeholder* e persegue la propria missione ricercando il contemperamento degli interessi coinvolti. Questo Codice è improntato dunque a un ideale di cooperazione, in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte.

3 IL VALORE DEL CODICE ETICO

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

I destinatari sono pertanto chiamati al rispetto dei valori e principi del Codice Etico e sono tenuti a tutelare e preservare, attraverso i propri comportamenti, la rispettabilità e l'immagine di RADEBERGER ITALIA nonché l'integrità del suo patrimonio economico ed umano.

Il Codice Etico è, pertanto, costituito:

- dai principi generali sulle relazioni con gli *stakeholder*, che definiscono in modo astratto i valori di riferimento nelle attività di RADEBERGER ITALIA;
- dai criteri di condotta verso ciascuna classe di *stakeholder*, ovvero le linee guida e le norme specifiche alle quali i collaboratori di RADEBERGER ITALIA sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- dai meccanismi di attuazione, che descrivono il sistema di controllo approntato al fine di garantire la costante osservanza del Codice Etico ed il suo continuo miglioramento.

RADEBERGER ITALIA si impegna alla diffusione del presente Codice Etico, alla corretta interpretazione dei suoi contenuti e alla messa a disposizione di ogni possibile strumento che favorisca la piena applicazione dello stesso.

Nei rapporti d'affari, RADEBERGER ITALIA sarà tenuta ad informare dell'esistenza delle norme di comportamento disciplinate dal presente Codice, facendone richiamo nei contratti volta per volta stipulati con i propri partner; questi ultimi dovranno conformarsi al Codice Etico, per non incorrere nelle conseguenze contrattualmente stabilite (risoluzione del contratto, recesso unilaterale, etc.).

I principi etici che saranno enunciati nel presente Codice Etico sono rilevanti ai fini della prevenzione dei reati ex D. Lgs. 231/2001 e costituiscono un elemento essenziale del sistema di controllo interno per la prevenzione degli stessi.

Il presente Codice Etico è funzionale al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato in Azienda in ossequio alle disposizioni contenute nel D.Lgs. 231/01.

4 I VALORI DI RADEBERGER ITALIA

4.1 Il rispetto del principio di legalità

I collaboratori di RADEBERGER ITALIA, nell'ambito della loro attività professionale, sono tenuti a rispettare con diligenza la legge, il Codice Etico, e i regolamenti interni. In tal senso, il Codice Etico non sostituisce, ma integra la normativa vigente ed, in nessun caso, il perseguimento dell'interesse di RADEBERGER ITALIA può giustificare una condotta non onesta.

4.2 Il rispetto delle policy e dei codici di condotta e / o codici etici di Gruppo

I collaboratori, i direttori generali, i dirigenti ed i membri del consiglio di amministrazione di RADEBERGER ITALIA sono inoltre tenuti al rispetto delle policy nonché dei codici di condotta e codici etici del gruppo di appartenenza, purché non siano in contrasto con le disposizioni normative e regolamentari vigenti.

I vertici aziendali, pertanto, s'impegnano ad accogliere tali policy, codici di condotta e codici etici e a consentirne l'osservanza da parte dei rispettivi destinatari.

I codici di condotta e i codici etici di Gruppo saranno portati a conoscenza dell'OdV il quale ne valuterà la compatibilità con le disposizioni del presente Modello Organizzativo.

4.3 Il rispetto per l'individuo e l'attenzione al consumatore

RADEBERGER ITALIA pone il benessere dell'individuo e del consumatore quale criterio ispiratore della propria attività.

Tutte le attività svolte da RADEBERGER ITALIA sono finalizzate a fornire al consumatore prodotti di qualità.

RADEBERGER ITALIA s'impegna ad intrattenere con i consumatori rapporti improntati alla trasparenza, veridicità e correttezza delle informazioni fornite. RADEBERGER ITALIA mette a disposizione dei Consumatori la professionalità dei propri Collaboratori impegnandosi ad agevolare i contatti e la tempestività nella risoluzione di eventuali dubbi o problematiche che possano emergere con gli stessi.

4.4 La responsabilità sociale

RADEBERGER ITALIA si impegna a promuovere lo sviluppo economico e sociale.

4.5 Fiducia e reciprocità

RADEBERGER ITALIA promuove la cooperazione con tutti i suoi *stakeholder* nel reciproco rispetto delle regole del Codice Etico, al fine di garantire la massima soddisfazione di ciascun soggetto che partecipi alla missione aziendale ed in particolare dei consumatori.

4.6 Imparzialità

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri *stakeholder* (la scelta dei clienti da servire, i rapporti con gli azionisti, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano), RADEBERGER ITALIA evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, orientamento sessuale, allo stato di salute, alla razza, al ceto, all'origine nazionale, all'appartenenza sindacale, all'affiliazione politica, alla religione, ecc. dei suoi interlocutori.

4.7 Riservatezza

RADEBERGER ITALIA assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e conformità alle norme giuridiche vigenti.

D'altro canto, i collaboratori di RADEBERGER ITALIA sono tenuti a mantenere riservate le informazioni di cui sono a conoscenza e a non utilizzarle per scopi diversi da quelli afferenti la propria attività. La comunicazione con l'esterno è demandata ai soli collaboratori autorizzati.

Le informazioni degli *stakeholder* sono trattate da RADEBERGER ITALIA nel pieno rispetto della riservatezza e della *privacy* degli interessati: a tal fine, sono applicate e costantemente aggiornate politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni.

In particolare, RADEBERGER ITALIA:

- definisce un'organizzazione per il trattamento delle informazioni che assicuri la corretta separazione dei ruoli e delle responsabilità;

- classifica le informazioni per livelli di criticità crescenti e adotta opportune contromisure in ciascuna fase del trattamento;
- sottopone i soggetti terzi che intervengono nel trattamento delle informazioni alla sottoscrizione di patti di riservatezza.

È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e, in generale, la raccolta di informazioni riguardanti la vita privata dei collaboratori che non siano necessarie per il rispetto della legge e l'efficace attuazione dell'attività aziendale. Il personale di RADEBERGER ITALIA, nell'ipotesi in cui dovesse essere interpellato su preferenze, gusti personali o, in generale, sulla vita privata, è autorizzato a non rispondere e comunque a denunciare la circostanza all'Organismo di Vigilanza.

4.8 Completezza e trasparenza dell'informazione

E' politica di RADEBERGER ITALIA diffondere a tutti i livelli una cultura aziendale caratterizzata dalla condivisione delle informazioni necessarie quale elemento essenziale per lo sviluppo aziendale.

Tutti i dipendenti sono chiamati a cooperare attivamente alla circolazione delle informazioni di interesse per il migliore svolgimento delle attività di RADEBERGER ITALIA, sempre nell'ambito del rispetto dei principi di privacy e di riservatezza aziendale e personale.

RADEBERGER ITALIA si impegna affinché le comunicazioni verso i suoi *stakeholder* (anche attraverso i *massmedia*) sia improntata al rispetto del diritto all'informazione; in nessun caso è permesso ai collaboratori di RADEBERGER ITALIA divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi.

Ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, le regole, le pratiche di condotta professionale, ed è realizzata con chiarezza, completezza, trasparenza e accuratezza, salvaguardando, tra le altre, le informazioni *price sensitive* e i segreti industriali.

In particolare, nell'elaborazione dei contratti con i fornitori e con i clienti, RADEBERGER ITALIA si impegna ad esplicitare in maniera chiara e comprensibile i comportamenti da tenere in tutte le circostanze in essi previste.

Infine, per garantire completezza e coerenza delle informazioni, i rapporti di RADEBERGER ITALIA con i *massmedia* sono riservati esclusivamente alle funzioni preposte. RADEBERGER ITALIA evita ogni forma di improprio favoritismo da parte dei mezzi di comunicazione.

4.9 Comunicazione pubblicitaria e informazioni per i consumatori

RADEBERGER ITALIA pubblicizza i propri prodotti nel rispetto delle disposizioni normative e regolamentari vigenti. In particolare, l'azienda si impegna a non diffondere messaggi pubblicitari ingannevoli ovvero messaggi che possano, in qualsivoglia modo, trarre in inganno il consumatore circa le caratteristiche, proprietà e prezzi dei prodotti commercializzati.

Nel pubblicizzare i propri prodotti, RADEBERGER ITALIA si impegna altresì a tutelare i minori e le donne rispettandone e promuovendone l'immagine.

RADEBERGER ITALIA si impegna altresì a rispettare tutte le disposizioni di legge (ivi incluse le disposizioni di cui alla Legge 125/2001 e D.M. 425/1991), i codici di autoregolamentazione e autodisciplina e le linee guida tempo per tempo vigenti e applicabili in materia di pubblicità inerente bevande alcoliche.

In particolare, la pubblicità delle bevande alcoliche commercializzate da RADEBERGER ITALIA non deve contrastare con l'esigenza di favorire l'affermazione di modelli di consumo ispirati a misura, correttezza e responsabilità, a tutela dell'interesse primario delle persone, ed in particolare dei bambini e degli adolescenti, ad una vita familiare, sociale e lavorativa protetta dalle conseguenze connesse all'abuso di bevande alcoliche.

In particolare la pubblicità deve evitare di:

- incoraggiare un uso eccessivo e incontrollato, quindi dannoso, delle bevande alcoliche;
- rappresentare situazioni di attaccamento al prodotto e, in generale, di dipendenza dall'alcol o indurre a ritenere che il ricorso all'alcol possa risolvere problemi personali;
- rivolgersi o fare riferimento, anche indiretto, ai minori, e comunque rappresentare questi ultimi intenti al consumo di alcol; associare la guida di veicoli con l'uso di bevande alcoliche;
- indurre il pubblico a ritenere che il consumo delle bevande alcoliche contribuisca alla lucidità mentale e all'efficienza fisica e sessuale e che il loro mancato consumo comporti una condizione di inferiorità fisica, psicologica o sociale;
- rappresentare come valori negativi la sobrietà e l'astensione dal consumo di alcolici;
- indurre il pubblico a trascurare le differenti modalità di consumo che è necessario considerare in relazione alle caratteristiche dei singoli prodotti e alle condizioni personali del consumatore;
- utilizzare come tema principale dell'annuncio l'elevato grado alcolico di una bevanda.

RADEBERGER ITALIA si impegna altresì a conformare il proprio operato a regolamenti, direttive, raccomandazioni e linee guida emanate dalle autorità locali ed europee in riferimento a prodotti alimentari o, più esattamente, a sostanze, ingredienti e componenti contenuti al loro interno o al contrario assenti (ivi incluso, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, il Regolamento UE n. 432/2012, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea n. L 136 del 25/05/2012).

4.10 Lotta alla corruzione ed ai conflitti d'interesse

RADEBERGER ITALIA si impegna a mettere in atto tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione o conflitto di interessi ed altre condotte idonee ad integrare il pericolo di commissione dei reati, ivi inclusi i reati presupposto previsti dal D.Lgs. 231/01.

Nella conduzione di qualsiasi attività devono sempre evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse. In particolare, devono essere evitati i conflitti d'interesse tra le attività economiche aziendali e le situazioni familiari e le mansioni svolte dai collaboratori all'interno di RADEBERGER ITALIA.

Integrano ipotesi di conflitto di interessi:

- il perseguimento, da parte di un collaboratore, di interessi incompatibili o contrastanti con la *mission* aziendale;
- il vantaggio esclusivamente personale che un collaboratore ottenga, attraverso qualunque mezzo, dalla realizzazione della *mission* aziendale o attraverso l'uso di beni aziendali;
- le violazioni, perpetrate dagli interlocutori di RADEBERGER ITALIA (*stakeholder*, enti, comunità, e loro rappresentanti), che creino un contrasto con il legame di fiducia cui sono tenuti nei confronti di RADEBERGER ITALIA.

Costituisce, altresì, conflitto di interessi l'acquisto o il possesso di partecipazioni rilevanti in società concorrenti, fornitori o clienti di RADEBERGER ITALIA.

Ogni qualvolta un collaboratore o una parte interessata ha un interesse in conflitto con quello di RADEBERGER ITALIA, essa è tenuta a riferire immediatamente tale circostanza all'OdV, il quale sarà libero di riferire all'A.D. affinché la decisione sia delegata ad altri collaboratori. Non sussiste un obbligo di notifica qualora l'interesse detenuto in una società non consenta in alcun modo di influenzare la gestione della società stessa, per esempio in caso di interessi in società quotate per un ammontare inferiore al 5% o in caso di semplici investimenti di entità trascurabile.

4.11 Omaggi

RADEBERGER ITALIA garantisce la corretta gestione dell'omaggistica. Non è ammessa alcuna forma di regalo 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 a RADEBERGER ITALIA.

Fermo restando quanto previsto nel Modello Organizzativo di Gestione e Controllo, è vietato concedere, offrire o promettere a funzionari pubblici o a loro familiari, qualsiasi forma di regalo, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio. E' fatto altresì espresso divieto al personale di RADEBERGER ITALIA di accettare compensi, omaggi o trattamenti di favore; il collaboratore ha in ogni caso l'obbligo di informare l'Organismo di Vigilanza delle offerte ricevute in tal senso.

4.12 Utilizzo dei beni aziendali

Ogni collaboratore è tenuto a operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili e in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego.

In particolare, ogni collaboratore deve:

- utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni a lui affidati;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'azienda;
- proteggere i beni a lui affidati da smarrimento, furto o usi indebiti.

Ogni collaboratore è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate e ha il dovere di informare tempestivamente le funzioni preposte di eventuali minacce o eventi dannosi per l'azienda.

Quando si utilizzano attrezzature e risorse aziendali (tra cui, ad es., telefono, computer, internet e altri mezzi informatici), occorre attenersi alle linee guida interne, così come ad altre policy e regolamentazioni dettate da RADEBERGER ITALIA o adottate dal gruppo di appartenenza. Non è ammesso alcun utilizzo di beni aziendali per scopi privati, se non nella misura in cui è ammesso nelle linee guida e regolamentazioni sopra citate.

RADEBERGER ITALIA si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni e infrastrutture attraverso l'impiego di sistemi contabili, di *reporting* di controllo finanziario e di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti (legge sulla privacy, statuto dei lavoratori ecc.).

Per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ogni collaboratore è tenuto a:

- adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici;
- non inviare messaggi di posta elettronica minatori e ingiuriosi;
- non ricorrere a linguaggio di basso livello;
- non esprimere commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- non navigare su siti internet con contenuti indecorosi e offensivi.

4.13 Diligenza e accuratezza nell'esecuzione dei compiti e dei contratti

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo buona fede e diligenza in osservanza a quanto stabilito dalle parti. RADEBERGER ITALIA si impegna a non sfruttare condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

Chiunque operi in nome e per conto di RADEBERGER ITALIA deve evitare di approfittare di lacune contrattuali, o di eventi imprevisti, per rinegoziare il contratto al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza nella quale l'interlocutore si sia venuto a trovare. Nelle negoziazioni svolte da e per conto di RADEBERGER ITALIA, viene sempre tenuto in considerazione il bilanciamento degli interessi contrattuali.

In particolare, nella gestione e nella rinegoziazione dei rapporti contrattuali RADEBERGER ITALIA e coloro che agiscono in nome e per conto di quest'ultima, si impegnano ad agire in ossequio a quanto previsto dalle procedure interne e dalle policy di gruppo vigenti.

4.14 Concorrenza leale

RADEBERGER ITALIA rispetta i principi in materia di libera concorrenza, impedendo che siano posti in essere comportamenti, anche solo potenziali, di concorrenza sleale. Ciò si traduce nel concreto impegno ad astenersi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante.

RADEBERGER ITALIA determina, altresì, l'indirizzo della propria attività in modo che non siano lesi i legittimi interessi delle altre aziende, con particolare riguardo all'immagine ed ai servizi resi dalle concorrenti.

Fusioni, *joint ventures*, acquisizioni di rami d'azienda ed ogni altra forma di concentrazione dovranno essere preventivamente notificate e/o sottoposte al vaglio delle autorità competenti, in ambito locale ed internazionale, ogniqualvolta ciò sia previsto dalle disposizioni legislative vigenti e applicabili.

Le politiche di sconto intraprese dalla Società non dovranno perseguire finalità illecite ovvero intenti slealmente concorrenziali o ancora obiettivi che comportino effetti distorsivi o limitativi della concorrenza.

4.15 Equità dell'autorità

Nella sottoscrizione e gestione di rapporti contrattuali che implicano l'instaurazione di relazioni gerarchiche - in special modo, con i collaboratori - RADEBERGER ITALIA si impegna a non sfruttare eventuali posizioni di soggezione in cui la propria controparte si venga a trovare nei normali rapporti con l'Azienda.

In particolare, RADEBERGER ITALIA garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e dell'autonomia del collaboratore, in modo che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei collaboratori.

4.16 Trasparenza contabile

RADEBERGER ITALIA persegue la propria missione assicurando, nel contempo, la piena trasparenza delle scelte imprenditoriali effettuate ed offrendo ai propri soci e ai soggetti deputati al controllo

della Società tutti i dati e gli elementi conoscitivi necessari e/o rilevanti ai fini della più corretta informazione contabile e societaria.

4.17 Sicurezza e salute

RADEBERGER ITALIA si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori; inoltre, opera per preservare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei lavoratori, nonché l'interesse degli altri *stakeholder*.

Obiettivo di RADEBERGER ITALIA è proteggere le risorse umane, patrimoniali e finanziarie dell'azienda, ricercando costantemente le sinergie necessarie non solo all'interno delle Società, ma anche con i fornitori, le imprese e i clienti coinvolti nelle attività.

A tal fine, una capillare struttura interna, attenta all'evoluzione degli scenari di riferimento e al conseguente mutamento dei rischi, realizza interventi di natura tecnica e organizzativa, attraverso:

- l'introduzione di un sistema integrato di gestione dei rischi e della sicurezza;
- una continua analisi del rischio e della criticità dei processi e delle risorse da proteggere;
- una valutazione, in ossequio alle disposizioni legislative e regolamentari vigenti, dei rischi che non possono essere evitati unitamente all'elaborazione di un documento di valutazione dei rischi il più chiaro e completo possibile;
- una programmazione della prevenzione, che miri ad un complesso coerente in cui siano contemplati l'organizzazione del lavoro, le condizioni di lavoro, le relazioni sociali e l'influenza dei fattori dell'ambiente di lavoro;
- eliminazione dei rischi alla fonte (ad esempio, attraverso la sostituzione di ciò che è pericoloso con ciò che non è pericoloso o che lo è il meno possibile, in considerazione dell'evoluzione della tecnica e del quadro normativo di riferimento);
- l'adozione delle migliori tecnologie economicamente accessibili finalizzate alla minimizzazione e prevenzione dei rischi;
- il riconoscimento della priorità alle misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale;
- il controllo e l'aggiornamento delle metodologie di lavoro, unitamente all'impegno a ridurre gli effetti dannosi del lavoro monotono e ripetitivo;
- l'apporto di interventi formativi e di comunicazione volti ad impartire adeguate istruzioni ai lavoratori in materia di sicurezza.

RADEBERGER ITALIA, inoltre, si adopera per il miglioramento continuo dell'efficienza delle strutture aziendali e dei processi che contribuiscono alla continuità dei servizi erogati.

4.18 Tutela ambientale

L'ambiente è un bene primario che RADEBERGER ITALIA s'impegna a salvaguardare; a tal fine, programma le proprie attività ricercando un equilibrio tra iniziative economiche e imprescindibili esigenze ambientali, in considerazione dei diritti delle generazioni future.

Tutti i collaboratori, senza eccezione alcuna, hanno la responsabilità di proteggere le persone e l'ambiente nel posto di lavoro. Tutte le leggi e le regole relative alla protezione ambientale e alla sicurezza degli impianti devono essere scrupolosamente osservate. Ogni supervisore è obbligato a istruire, controllare ed aiutare il proprio staff ad operare in questo senso.

5 I DOVERI DEI VERTICI AZIENDALI

I vertici aziendali, nella consapevolezza delle proprie responsabilità, si ispirano ai valori di fondo di RADEBERGER ITALIA e danno attuazione ai principi contenuti nel presente Codice Etico.

Essi si impegnano, nell'esercizio delle attività di competenza, al rispetto dei valori di onestà, lealtà, correttezza ed integrità nel perseguimento degli obiettivi aziendali, e promuovono, nei rapporti con i propri collaboratori, il valore del lavoro di squadra nella fissazione e realizzazione di tali obiettivi aziendali.

I vertici aziendali pongono in posizione di centralità l'ottemperanza alle regole, il rispetto dei lavoratori, della salute e sicurezza sul lavoro e dell'ambiente. Il consiglio di amministrazione, in particolare, si impegna ad amministrare economicamente ed eticamente l'azienda in maniera responsabile.

I membri del consiglio di amministrazione ed i direttori generali sono tenuti a collaborare e a condividere gli obiettivi strategico-operativi di RADEBERGER ITALIA, in cui i diversi ruoli di gestione, coordinamento, indirizzo e controllo sono in equilibrio.

E' onere di ogni soggetto in posizione apicale l'individuazione delle situazioni di conflitto d'interesse, di incompatibilità di funzioni, incarichi e posizioni all'esterno così come all'interno della società.

E', altresì, specifico dovere dei direttori generali e di ciascun consigliere e sindaco valutare e provvedere con attenzione e rigore dette situazioni, al fine di garantire un rapporto trasparente e proficuo dell'azienda nei confronti dei soggetti coinvolti nelle attività, delle istituzioni, e dei clienti.

E' dovere degli organi sociali tenere un comportamento caratterizzato da:

- forte ed attiva consapevolezza nell'assunzione del ruolo;
- onestà, integrità e lealtà nei riguardi dell'azienda;
- responsabilità nei confronti dell'azienda.

Sono manifestazioni concrete delle enunciazioni di principio sopra elencate condividere gli obiettivi, partecipare attivamente ed assiduamente all'azione aziendale, difendere e promuovere gli interessi aziendali, esprimere liberamente le proprie critiche alle proposte, al fine di garantire un fattivo e incisivo contributo personale allo sviluppo dell'azienda.

L'assunzione di posizioni discordanti e il rilievo di criticità non devono nuocere ad una amministrazione responsabile e non devono minare l'immagine, la credibilità ed il posizionamento che l'azienda ha sul mercato.

Nei rapporti con i media, nel rilasciare interviste, dichiarazioni ed in ogni intervento pubblico, i soggetti in posizione apicale di RADEBERGER ITALIA si comporteranno con buona fede e correttezza, si cureranno di non danneggiare l'immagine dell'azienda e ne promuoveranno e tuteleranno gli interessi.

Osserveranno, altresì, l'obbligo di riservatezza in ordine alle informazioni, di cui sono a conoscenza, afferenti l'azienda od i soggetti che con essa operano.

6 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I COLLABORATORI

6.1 Valore delle risorse umane

I collaboratori di RADEBERGER ITALIA sono un fattore indispensabile per il perseguimento della *mission* aziendale. Per questo motivo, RADEBERGER ITALIA tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare e accrescere il patrimonio delle competenze possedute da ciascun collaboratore e aumentare la responsabilizzazione di questi ultimi nella gestione delle attività aziendali.

RADEBERGER ITALIA considera altresì primari i valori della meritocrazia, della correttezza e della diligenza nello svolgimento dell'attività lavorativa.

RADEBERGER ITALIA ritiene che il rispetto dei diritti umani e la valorizzazione delle risorse umane siano principi irrinunciabili anche nelle relazioni con i suoi fornitori, pertanto richiede loro che le merci approvvigionate siano prodotte rispettando i diritti dei lavoratori ed in particolare senza l'impiego di manodopera minorile.

6.2 Lavoro infantile

RADEBERGER ITALIA non utilizza e non sostiene l'utilizzo del lavoro infantile, facendo proprio il contenuto della Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti dell'Infanzia, nonché della Convenzione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sulle Forme Peggiori di Lavoro Minorile.

6.3 Selezione del personale

La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi e 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 nonché alla prevenzione delle fattispecie rilevanti previste dal Modello, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato.

La funzione "risorse umane" di RADEBERGER ITALIA (di seguito, "HR"), nei limiti delle informazioni disponibili, adotta opportune misure per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione (per esempio, evitando che il selezionatore sia legato da vincoli di parentela con il candidato).

6.4 Costituzione del rapporto di lavoro

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro; non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare o di "lavoro nero". E' vietato stipulare accordi contrattuali di "sola manodopera" e programmi di falso apprendistato volti ad evitare l'adempimento degli obblighi aziendali nei confronti del personale, in base alla legislazione vigente in materia di lavoro e di sicurezza sociale.

Alla costituzione del rapporto di lavoro, ogni collaboratore riceve accurate informazioni relative a:

- caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere;
- elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto collettivo nazionale di lavoro;
- norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- norme e procedure interne adottate al fine di prevenire ed evitare comportamenti in contrasto con il presente Codice Etico.

Tali informazioni sono presentate al collaboratore in modo che l'accettazione dell'incarico sia basata su un'effettiva comprensione.

Fermo restando quanto previsto nel Modello Organizzativo di Gestione e Controllo, RADEBERGER ITALIA si astiene da intrattenere rapporti di lavoro con persone straniere prive di permesso di soggiorno o il cui permesso di soggiorno sia considerato invalido, irregolare o inefficace in forza di qualsiasi legge vigente e applicabile. RADEBERGER ITALIA si astiene altresì dall'intrattenere rapporti con società di lavoro interinale che non siano in grado di assicurare che i propri dipendenti siano dotati di regolare permesso di soggiorno.

6.5 Lavoro obbligato

RADEBERGER ITALIA non ricorre, né sostiene l'utilizzo del lavoro obbligato per cui non può essere richiesto al personale di lasciare "depositi" in denaro o in qualsiasi altra forma al momento dell'inizio del rapporto di lavoro con l'azienda.

6.6 Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva

RADEBERGER ITALIA rispetta il diritto di tutto il personale di formare ed aderire a sindacati di loro scelta così come rispetta il diritto dei lavoratori alla contrattazione collettiva. E' inoltre garantito che i rappresentanti del personale non siano soggetti a discriminazione e che tali rappresentanti possano comunicare coi propri iscritti nel luogo di lavoro.

6.7 Gestione del personale

RADEBERGER ITALIA evita qualsiasi forma di discriminazione nella selezione, assunzione, formazione, promozione, retribuzione del personale dipendente.

In particolare, nella gestione del rapporto di lavoro, RADEBERGER ITALIA non interferisce con l'esercizio del diritto del personale di seguire principi o pratiche, o di soddisfare bisogni connessi a razza, ceto, origine nazionale, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale o affiliazione politica.

RADEBERGER ITALIA promuove l'inserimento dei giovani e delle donne nell'azienda vigilando che sia loro riservata parità di trattamento.

Nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai collaboratori (per esempio, in caso di promozione o trasferimento) e/o su considerazioni di merito (per esempio, assegnazione degli incentivi in base ai risultati raggiunti).

L'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità; inoltre, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, sono favorite quelle flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolano la gestione dello stato di maternità e in generale della cura dei figli.

La valutazione dei collaboratori è effettuata in maniera allargata, coinvolgendo i responsabili, la funzione personale e, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato.

Nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della privacy, la funzione personale opera per impedire forme di nepotismo (per esempio, escludendo rapporti di dipendenza gerarchica tra collaboratori legati da vincoli di parentela).

E' vietata l'applicazione di procedure disciplinari nei confronti dei dipendenti se non nel rispetto del Codice Disciplinare interno ed il CCNL.

L'orario di lavoro e la retribuzione sono regolamentati dalle leggi applicabili e dai CCNL. E' vietata qualsiasi forma di gestione del rapporto di lavoro al di fuori di quanto regolamentato dalle leggi e dai CCNL applicabili.

6.8 Diffusione delle politiche del personale

Le politiche di gestione del personale e di responsabilità sociale sono rese disponibili a tutti i collaboratori attraverso gli strumenti di comunicazione aziendale.

6.9 Formazione e addestramento

RADEBERGER ITALIA fornisce al personale tutti i mezzi necessari allo svolgimento dell'attività lavorativa e garantisce loro l'informazione necessaria ad accrescere la consapevolezza dei propri ruoli anche in relazione all'importanza delle attività che svolgono ed alla *mission* aziendale

In particolare, RADEBERGER ITALIA investe nella crescita professionale dei propri dipendenti ed assicura loro costante formazione e addestramento, nonché un'analisi dei relativi risultati al fine di valutare al meglio le esigenze future.

6.10 Valorizzazione e formazione delle risorse

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 (per esempio, affiancamenti a personale esperto, esperienze finalizzate alla copertura di incarichi di maggiore responsabilità).

6.11 Gestione del tempo di lavoro dei collaboratori

Ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei collaboratori, richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro.

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. E' vietato richiedere prestazioni straordinarie al di fuori degli accordi e dei contratti.

6.12 Coinvolgimento dei collaboratori

È assicurato il coinvolgimento dei collaboratori nello svolgimento del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi aziendali.

Il collaboratore deve partecipare a tali momenti con spirito di collaborazione e indipendenza di giudizio.

6.13 Intervento sull'organizzazione 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.

RADEBERGER ITALIA si attiene, perciò, ai seguenti criteri:

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

6.14 Doveri dei collaboratori

Il collaboratore deve agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando le prestazioni richieste nel rispetto delle leggi e dei regolamenti. In particolare, i collaboratori di RADEBERGER ITALIA sono tenuti a:

- comportarsi professionalmente nei confronti di RADEBERGER ITALIA;
- tutelare l'interesse dell'azienda in ogni sua forma, nella consapevolezza che ciò equivale a tutelare i propri interessi;
- utilizzare razionalmente i mezzi messi a disposizione dall'azienda a fini lavorativi, limitandone l'uso personale allo stretto soddisfacimento delle esigenze produttive;
- utilizzare i mezzi a disposizione rispettandone la destinazione d'uso, avendo altresì cura del loro buon funzionamento e della loro manutenzione ordinaria;
- esercitare l'attività lavorativa ispirandosi a principi di trasparenza, correttezza, onestà e professionalità sia all'interno che all'esterno dell'azienda;
- adempiere alle direttive impartite dai superiori con responsabilità ed adeguata consapevolezza del proprio ruolo;
- in caso di grave divergenza di opinione, procedere ad una motivata contestazione scritta: in caso di mancato accoglimento della predetta contestazione, attenersi alla direttiva

impartita, eccezion fatta per il caso di manifesta illegittimità e contrarietà alle disposizioni del presente Codice;

- rapportarsi con i colleghi secondi i principi minimi di civile convivenza, cooperazione e collaborazione nel perseguimento degli obiettivi comuni aziendali;
- segnalare eventuali violazioni di leggi, del presente Codice Etico e del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01, poste in essere in ambito aziendale, all'Organismo di Vigilanza;
- rivolgere all'attenzione dei soggetti responsabili o dei loro superiori e all'Organismo di Vigilanza eventuali osservazioni in merito a presunte irregolarità rilevate in materia contabile.

7 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI ESTERNE

7.1 Relazioni con i clienti

Lo stile di comportamento di RADEBERGER ITALIA nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità. Inoltre, RADEBERGER ITALIA si impegna a limitare gli adempimenti richiesti ai propri clienti e ad adottare procedure semplificate, sicure e, quando possibile, informatizzate.

RADEBERGER ITALIA s'impegna a garantire adeguati standard di qualità dei prodotti offerti sulla base di livelli predefiniti e a monitorare periodicamente la qualità offerta e la qualità percepita.

7.2 I contratti e le comunicazioni ai clienti

I contratti e le comunicazioni ai clienti di RADEBERGER ITALIA (compresi i messaggi pubblicitari) devono essere:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette (quali, per esempio, l'inserimento di clausole vessatorie);
- ove i clienti siano consumatori, conformi alle disposizioni di legge vigenti e applicabili in materia di tutela del consumatore;
- completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente.

Scopi e destinatari delle comunicazioni determinano, di volta in volta, la scelta dei canali di contatto (telefono, riviste, e-mail) più idonei alla trasmissione dei contenuti senza avvalersi di

eccessive pressioni e sollecitazioni, e impegnandosi a non utilizzare strumenti pubblicitari ingannevoli o non veritieri.

Inoltre, è cura di RADEBERGER ITALIA comunicare in maniera tempestiva ogni informazione relativa a:

- eventuali modifiche al contratto;
- eventuali variazioni delle condizioni economiche e tecniche di erogazione del servizio e/o vendita dei prodotti;
- esiti di verifiche compiute sul rispetto delle norme richieste dalle Autorità competenti.

Infine, i clienti distributori e rivenditori devono avere la libertà di fissare autonomamente i propri prezzi di rivendita. Non è ammesso concordare o coordinare con i clienti tali prezzi, né direttamente né indirettamente.

Sono tuttavia ammesse, in linea di principio, delle raccomandazioni sui prezzi di carattere non vincolante. Tali prezzi consigliati non devono tuttavia essere imposti esercitando pressioni o concedendo eventuali incentivi che possano produrre effetti restrittivi della concorrenza.

Non è consentito limitare, con modalità non consentite per legge, la libertà dei clienti di esportare o importare i prodotti di qualsiasi società facente parte del Gruppo Radeberger o del Gruppo Dr. Oetker. Non è ammesso imporre restrizioni alle esportazioni o alle importazioni esercitando pressioni o concedendo eventuali incentivi che possano produrre effetti restrittivi della concorrenza.

Più in generale, tutti i destinatari del Modello Organizzativo e del Codice Etico devono astenersi dal porre in essere condotte o concludere accordi che possano integrare intese restrittive della concorrenza o pratiche commerciali non consentite.

7.3 Relazioni con i fornitori

RADEBERGER ITALIA riconosce il ruolo di primaria importanza rivestito dai fornitori per lo sviluppo dell'azienda.

RADEBERGER ITALIA seleziona i propri fornitori sulla base di criteri il cui standard sia elevato. Tra questi, primaria importanza è assegnata a:

- prezzo;
- qualità;
- affidabilità;
- livello tecnologico;
- adeguatezza dei prodotti e/o servizi;

- esistenza di un rapporto di lunga durata senza particolari problemi;
- possesso, da parte del fornitore, di un sistema di qualità certificato.

La selezione dei fornitori viene altresì effettuata nel rispetto delle procedure interne adottate da RADEBERGER ITALIA. Tali procedure sono funzionali alla stabilità dei rapporti, alla loro durevolezza, nonché alla trasparenza e correttezza nella gestione degli stessi. In nessun caso, gli interessi privati di RADEBERGER ITALIA o dei suoi collaboratori influenzeranno la definizione o conclusione degli accordi di fornitura.

Nell'ambito delle relazioni con i fornitori, i dipendenti di RADEBERGER ITALIA sono tenuti:

- ad agire nel rispetto della normativa vigente;
- a non operare discriminazioni tra i fornitori e a non cercare di sfruttare posizioni di forza nei rapporti con questi ultimi;
- ad operare secondo i principi della trasparenza, dell'efficienza e secondo le regole della cortesia;
- a rispettare gli obblighi assunti, onorandone tanto gli impegni quanto le scadenze;
- a non accettare doni, beni od altre utilità suscettibili di valutazione economica, ad eccezione di omaggi occasionali e di modico valore, di regali pubblicitari e atti di cortesia commerciale provenienti da fornitori o altri partner commerciali con i quali si intrattengono o possono intrattenersi rapporti connessi all'espletamento del proprio rapporto di lavoro presso la società.

La corresponsione e accettazione dei doni e delle utilità testé menzionate è ammessa, previa autorizzazione di RADEBERGER ITALIA, a condizione che la natura degli stessi sia tale da non compromettere l'integrità e la reputazione delle parti e da non poter essere, in nessun caso, interpretata, da un osservatore terzo ed imparziale, come volta all'ottenimento di vantaggi e favori in modo improprio.

D'altro canto, i fornitori di RADEBERGER ITALIA sono tenuti ad eseguire i contratti con la necessaria diligenza ed a fare propri i principi ed i valori etici che l'azienda esprime attraverso il presente Codice Etico ed il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 231/01.

Ai fornitori RADEBERGER ITALIA si riserverà di inviare copia del presente Codice Etico ovvero un "codice di condotta fornitori" in cui saranno contenuti tutti i principi che i medesimi dovranno osservare nelle relazioni con RADEBERGER ITALIA ed ogni altra società del Gruppo Radeberger e / o appartenente al Gruppo Dr. Oetker. In forza di quanto ivi previsto, tra l'altro, i Fornitori dovrebbero astenersi dall'offrire ai dipendenti e collaboratori di RADEBERGER ITALIA viaggi, pranzi e cene frequenti oppure regali. Non sono ammessi regali in forma di denaro o in forma equivalente - come ad esempio buoni benzina e carte telefoniche.

7.4 Relazioni con i pubblici funzionari

Ai fini del presente Codice Etico, per pubblici funzionari si intendono: pubblici ufficiali e incaricati di pubblico servizio ovvero organi, rappresentanti, mandatari, esponenti, membri, dipendenti, consulenti, incaricati di pubbliche funzioni o servizi di organismi di vigilanza o di pubbliche amministrazioni, di pubbliche istituzioni o di enti pubblici a livello nazionale ed internazionale.

I vertici aziendali, e i collaboratori in nessun caso devono promettere o versare somme o promettere o concedere beni in natura od altri benefici a pubblici funzionari anche a titolo personale con la finalità di promuovere o favorire interessi dell'azienda.

Qualora il pubblico funzionario dovesse esercitare illecite pressioni al fine di conseguire denaro o altri beni da parte di collaboratori di RADEBERGER ITALIA, questi ultimi dovranno riferirlo immediatamente all'Organismo di Vigilanza nelle modalità specificate nel Modello.

Vige altresì lo specifico divieto di compiere qualsiasi atto di cortesia o di ospitalità o di offrire qualsivoglia omaggio, se non di modico valore ed espressamente autorizzato in ossequio alle procedure vigenti in RADEBERGER ITALIA, che possa essere interpretato come idoneo ad acquisire vantaggi illeciti o indebiti da parte del pubblico funzionario.

In modo particolare, i rapporti con la Pubblica Amministrazione devono essere improntati a chiarezza, trasparenza e professionalità; al riconoscimento dei rispettivi ruoli e strutture organizzative, alla regolamentazione applicabile.

E' fatto espresso divieto a tutti i dipendenti di RADEBERGER ITALIA di accettare compensi, omaggi o trattamenti di favore; il collaboratore ha l'obbligo di informare l'Organismo di Vigilanza delle offerte ricevute in tal senso.

Tutti coloro che operano nell'ambito di RADEBERGER ITALIA sono tenuti al rispetto dei principi sopra delineati, i quali non potranno essere elusi ricorrendo a forme diverse di aiuti, contribuzioni, sponsorizzazioni, incarichi, consulenze che abbiano le stesse finalità.

I medesimi principi vigono per i soggetti terzi che intrattengano rapporti con pubblici funzionari in nome e per conto di RADEBERGER ITALIA in Italia o all'estero.

7.5 Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali e associazioni

RADEBERGER ITALIA non eroga contributi a organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi; è tuttavia possibile cooperare, anche finanziariamente, con tali organizzazioni, nonché con partiti o esponenti politici, in base ai seguenti criteri:

- perseguimento di finalità riconducibili alla missione di RADEBERGER ITALIA nel rispetto dei principi del Codice Etico;
- destinazione chiara e documentabile delle risorse;

- espressa autorizzazione da parte delle funzioni preposte alla gestione di tali rapporti nell'ambito di RADEBERGER ITALIA.

8 VALIDITÀ E APPLICAZIONE DEL CODICE

Il presente Codice Etico costituisce parte integrante ed essenziale del Modello Organizzativo ex D.Lgs. n. 231/2001 adottato da RADEBERGER ITALIA.

I destinatari del Codice Etico sono:

- i membri del consiglio di amministrazione o, laddove l'organo gestorio fosse mono soggetto, l'amministratore unico della società;
- i direttori generali e i dirigenti;
- i collaboratori;
- i consulenti e prestatori di servizi;
- i fornitori e tutti gli altri portatori d'interesse.

Il rispetto e l'osservanza delle norme del Codice Etico è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti ai sensi e per gli effetti di cui agli articoli 2104 e 2106 del Codice Civile.

La violazione delle disposizioni del Codice Etico e dei Protocolli di controllo del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo di cui al D. Lgs. 231/2001 da parte del personale di RADEBERGER ITALIA costituirà inadempimento delle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, nel rispetto delle procedure stabilite dall'art. 7 dello Statuto dei Lavoratori con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà essere, altresì, causa di richieste di risarcimento del danno.

I suddetti destinatari del Codice Etico sono tenuti a pretendere l'osservanza dei principi dal Codice stesso enunciati anche da parte di tutti i portatori di interesse (*stakeholder*) di RADEBERGER ITALIA.

L'osservanza del Codice Etico e dei Protocolli di controllo del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo di cui al D.Lgs. 231/2001 da parte di fornitori integra gli obblighi di adempiere ai doveri di diligenza nell'esecuzione dei contratti in essere con RADEBERGER ITALIA.

La violazione delle norme del Codice Etico e dei Protocolli richiamati nei contratti può costituire, a seconda della gravità, giusta causa di risoluzione degli stessi con ogni conseguenza di legge, incluso il risarcimento del danno.

8.1 Organi responsabili

All'Organismo di Vigilanza istituito in seno a RADEBERGER ITALIA sono demandati i seguenti compiti:

- verificare l'applicazione e il rispetto del Codice Etico attraverso l'attività di *ethical auditing*, che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito della Società attraverso un'analisi e una valutazione dei processi di controllo dei rischi etici;
- monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e della comprensione del Codice Etico;
- garantire lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica;
- analizzare le proposte di revisione delle politiche e delle procedure aziendali con significativi impatti sull'etica aziendale, e predisporre le ipotesi di soluzione da sottoporre alla valutazione dell'organo amministrativo;
- ricevere e analizzare le segnalazioni di violazione del Codice Etico.

8.2 Revisione del Codice Etico

Le disposizioni di legge e le norme di comportamento sono soggette a continua evoluzione, ragione per la quale il Codice di Etico di RADEBERGER ITALIA viene valutato regolarmente alla luce del quadro normativo e dell'assetto organizzativo della Società e, ove necessario, aggiornato e integrato. Tutti i dipendenti sono invitati ad apportare il proprio contributo per continuare a sviluppare il presente Codice di Etico.

