

**ZF ITALIA Srl**

Codice Etico



INDICE

<b>1.</b>	<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
1.1.	Valori guida .....	3
1.2.	Comportamenti non etici.....	4
<b>2.</b>	<b>Regole di comportamento nelle relazioni con gli <i>stakeholder</i>.....</b>	<b>4</b>
2.1.	Azionisti .....	4
2.2.	Dipendenti .....	4
2.3.	Fornitori .....	6
2.4.	Clienti .....	6
2.5.	Pubblica Amministrazione .....	6
2.6.	Organizzazioni Politiche e Sindacali.....	7
2.7.	Collettività ed ambiente .....	7
2.8.	Organi di Informazione .....	7
2.9.	Concorrenti .....	7
2.10.	Prescrizioni Generali.....	7
2.10.1.	Operazioni con parti correlate .....	7
2.10.2.	Regali e Omaggi .....	8
2.10.3.	Donazioni e Sponsorizzazioni.....	8
<b>3.</b>	<b>Modalità di attuazione .....</b>	<b>8</b>
3.1.	Comitato Interno di Controllo e suoi compiti .....	9
3.2.	Comunicazione e diffusione del Codice Etico.....	9
3.3.	Formazione Etica.....	9
3.4.	Segnalazione delle violazioni del Codice Etico.....	9
3.5.	Sistema Sanzionatorio.....	10
<b>4.</b>	<b>Disposizioni Transitorie e Finali.....</b>	<b>10</b>
4.1.	Entrata in vigore .....	10
4.2.	Monitoraggio e Aggiornamento del Codice Etico.....	10



### 1. Introduzione

Il Codice Etico si rivolge a tutti i dipendenti di ZF Italia e li investe della responsabilità di realizzare i valori che l'azienda intende perseguire nel loro operato quotidiano.

Il Codice Etico individua l'insieme di valori che costituiscono l'etica sociale e raccoglie i principi guida, nonché le direttive fondamentali cui devono essere conformate le attività sociali ed i comportamenti di tutti coloro ai quali si applica il presente Codice, nell'ambito delle rispettive competenze ed in relazione alla posizione ricoperta nell'organizzazione aziendale.

Il Codice Etico ispira tutte le attività aziendali e costituisce, insieme a *mission*, *vision* e obiettivi strategici, il primario riferimento per le politiche, le procedure e le norme adottate da ZF Italia.

Il Codice Etico di ZF Italia costituisce anche una logica premessa per l'adozione del modello organizzativo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 "*Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle organizzazioni anche prive di personalità giuridica*".

ZF Italia si impegna alla diffusione del Codice Etico, al suo periodico aggiornamento e ne favorisce la sua piena applicazione.

Il presente Codice Etico è stato adottato dal Consiglio di Amministrazione con delibera del 11 Dicembre 2007.

#### 1.1. Valori guida

I valori etici che guidano la condotta della società sono:

- **Rispetto, tutela e crescita delle persone:** la missione della società è compatibile con il soddisfacimento dei bisogni delle persone; la salvaguardia della salute e della sicurezza delle persone permea l'operato quotidiano dell'azienda. Inoltre l'azienda è sensibile alla valorizzazione delle competenze e delle attitudini di ciascuno;
- **Correttezza e trasparenza:** intesa come la valorizzazione ed il rispetto costante del corretto comportamento dell'azienda nei confronti di tutti gli *stakeholder*, in aderenza a tutti i valori enunciati nel presente codice, alle norme di legge ed alle procedure aziendali;
- **Equità ed imparzialità:** tutte le decisioni aziendali sono ispirate dalla volontà di evitare qualsivoglia discriminazione;
- **Fiducia:** ispira le relazioni avviate dalla società; al di là dei vincoli e degli impegni formalizzati, i rapporti sono basati sulla convinzione della buona fede dei comportamenti dei propri interlocutori;
- **Lealtà ed onestà:** i rapporti con tutti gli *stakeholder* sono orientati al reciproco vantaggio ed a realizzare e tutelare gli interessi di tutte le parti in causa in maniera trasparente e condivisa;
- **Proattività:** l'iniziativa e la collaborazione dei singoli per il raggiungimento degli obiettivi aziendali è incentivata dalla società, in quanto ritenuta fondamentale fonte di vantaggio competitivo;
- **Rispetto e tutela dell'ambiente:** nello svolgimento della propria attività, la società agisce in modo da minimizzare il suo impatto ambientale. Inoltre, considerando l'ambiente come patrimonio inviolabile dell'umanità, di cui ciascuno è responsabile, la società si adopera per contribuire alla sua tutela ed alla sua valorizzazione.

Tali valori ispirano i comportamenti di ZF Italia e sono esplicitamente declinati nei confronti dei principali *stakeholder* sia interni sia esterni all'azienda.

L'individuazione ed il perseguimento di obiettivi aziendali di medio-lungo periodo, associato all'adozione di comportamenti verso gli *stakeholder* coerenti con i valori della società, consentono la sostenibilità del *business*.



### *1.2. Comportamenti non etici*

Sulla base dei valori enunciati, la società si impegna a favorire comportamenti volti ad evitare l'insorgere di conflitti di interessi, aziendali o personali.

In nessun modo la convinzione di agire nell'interesse o a vantaggio della Società può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con i valori indicati nel presente Codice, nonché con leggi e regolamenti.

Inoltre non sono etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti dell'impresa, i comportamenti di chiunque, singolo od organizzazione, cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza.

ZF Italia rifiuta di intrattenere relazioni con chiunque tenga comportamenti non etici ed interrompe le relazioni in essere con chiunque assuma detti comportamenti.

## **2. Regole di comportamento nelle relazioni con gli *stakeholder***

Di seguito si riportano le principali categorie di *stakeholder* con i quali la società intrattiene rapporti. Per ogni categoria si declinano le regole di comportamento in coerenza con i valori che la società ha deciso di fare propri.

### *2.1. Azionisti*

ZF Italia si impegna a garantire il rispetto delle normative applicabili nell'interesse della società, favorendo comportamenti che evitino il configurarsi di conflitti di interesse tra i diversi organi o funzioni aziendali e gli azionisti.

L'azienda si impegna a favorire il dialogo tra i diversi organi sociali, con particolare riguardo allo sviluppo di modalità di comunicazione e di *reporting* tra il Consiglio di Amministrazione e l'Assemblea dei Soci, coerentemente con il principio di correttezza e trasparenza nella circolazione delle informazioni.

Inoltre la società assicura parità di trattamento a tutti gli azionisti, evitando comportamenti preferenziali.

I vantaggi derivanti dall'appartenenza ad un Gruppo sono perseguibili nel rispetto delle normative applicabili e nell'interesse autonomo della società alla redditività della propria attività ed alla creazione di valore per i propri azionisti.

### *2.2. Dipendenti*

Il perseguimento di comportamenti volti a rafforzare il rispetto, la tutela, la crescita e la valorizzazione dei dipendenti rappresentano valori determinanti ed imprescindibili per il conseguimento degli obiettivi di ZF Italia.

Coerentemente ZF Italia è impegnata a sviluppare le attitudini e le potenzialità di ciascun dipendente, affinché le capacità e le legittime aspirazioni dei singoli trovino piena realizzazione nel raggiungimento degli obiettivi aziendali.

A tali finalità deve ispirarsi l'operatività di tutte le strutture della società, ed in particolare della funzione preposta alla gestione del personale.



## Codice Etico

ZF Italia si impegna ad offrire pari opportunità di lavoro a tutti i dipendenti sulla base delle qualifiche professionali e delle capacità di rendimento, senza alcuna discriminazione. Ne consegue che:

- ZF Italia, per il tramite delle funzioni competenti, seleziona, assume, retribuisce e gestisce i dipendenti in base a criteri di merito e di competenza, senza alcuna discriminazione politica, sindacale, religiosa, razziale, di lingua e di sesso, nel rispetto di tutte le leggi, dei contratti di lavoro, dei regolamenti e delle direttive in vigore;
- ZF Italia, per il tramite delle funzioni competenti, si impegna a creare un ambiente di lavoro adeguato dal punto di vista della sicurezza e della salute dei dipendenti. I responsabili delle varie strutture segnalano alla funzione preposta eventuali circostanze e situazioni che possano pregiudicare la sicurezza degli ambienti di lavoro;
- ZF Italia favorisce un'organizzazione volta ad incentivare ed a valorizzare l'atteggiamento proattivo dei singoli e del gruppo;
- ZF Italia adotta idonee procedure formalizzate volte alla tutela della *privacy* dei collaboratori ed al trattamento ed alla conservazione dei dati acquisiti;
- i responsabili delle strutture si impegnano a creare un ambiente di lavoro privo di pregiudizi e di ogni forma di intimidazione, che consenta il trattamento dei colleghi nel rispetto dei valori aziendali, biasimando illeciti condizionamenti o indebiti disagi;
- ogni dipendente deve collaborare alla creazione di un clima in cui tutti i colleghi possano sentirsi integrati ed incoraggiati al raggiungimento dei propri obiettivi.

Il personale dipendente deve inoltre attenersi alle seguenti regole:

- deve essere evitata ogni situazione o attività che possa condurre a conflitti d'interesse con l'azienda o che potrebbe interferire con la capacità di assumere decisioni imparziali, nel migliore interesse della società;
- le informazioni acquisite nello svolgimento delle attività assegnate debbono rimanere strettamente riservate e opportunamente protette e non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate, sia all'interno sia all'esterno della società, se non nel rispetto della normativa vigente e delle procedure aziendali;
- il singolo addetto deve rispettare e salvaguardare i beni di proprietà della società nonché impedirne l'uso fraudolento o improprio. L'utilizzo dei beni della società da parte dei dipendenti deve essere funzionale ed esclusivo allo svolgimento delle attività aziendali o agli scopi autorizzati dalle funzioni interne preposte;
- il dipendente deve evitare che la situazione finanziaria personale possa avere ripercussioni sul corretto svolgimento della propria attività lavorativa;
- il personale non sollecita né accetta, per sé o per altri, raccomandazioni, trattamenti di favore, doni o altra utilità da parte dei soggetti con i quali entra in relazione, evitando di ricevere benefici di ogni genere che possano essere o apparire tali da influenzarne l'indipendenza di giudizio e l'imparzialità. Nel caso in cui il dipendente riceva omaggi o atti di ospitalità non di natura simbolica<sup>1</sup>, deve informare il Comitato Interno di Controllo per valutare l'eventuale restituzione o ogni altro più opportuno intervento;
- ogni dipendente cura le proprie competenze e professionalità, arricchendole con l'esperienza e la collaborazione dei colleghi; assume un atteggiamento costruttivo e propositivo, stimolando la crescita professionale dei propri collaboratori;
- l'attività di ogni dipendente e delle strutture operative, di direzione e della rete commerciale, deve essere improntata alla massima collaborazione al fine di ottimizzare la soddisfazione della clientela;
- il personale direttivo, in particolare, è tenuto - nel rispetto dei principi di sana e prudente gestione - a proporre ed a realizzare programmi che accrescano i valori patrimoniali della società, massimizzando il grado di soddisfazione della clientela e salvaguardino gli interessi di lungo periodo di tutti i dipendenti;

---

<sup>1</sup> A titolo indicativo si definisce come "non simbolico" un omaggio di un valore sensibilmente superiore a Euro 100.



## Codice Etico

- le decisioni assunte da ciascuno si basano su principi di sana e prudente gestione, mediante la valutazione oculata dei rischi potenziali e nella consapevolezza che le scelte personali contribuiscono al raggiungimento di positivi risultati aziendali;
- è fatto obbligo al dipendente di segnalare al Responsabile dell'unità organizzativa di appartenenza eventuali istruzioni ricevute contrastanti con la legge, i contratti di lavoro, la normativa interna o il presente Codice. Il Responsabile dell'unità organizzativa valuta la segnalazione e ne rende partecipe il Comitato Interno di Controllo.

### 2.3. Fornitori

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca delle migliori condizioni per ZF Italia, all'imparzialità di trattamento di ogni fornitore e sono fondate su comportamenti tenuti nell'ottica di un'indispensabile e reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, considerare con trasparenza le caratteristiche ed i vantaggi del rapporto, evitando ove possibile il rischio di dipendenza.

In ogni caso, nell'ipotesi in cui il fornitore adotti comportamenti non in linea con i principi generali del presente Codice, ZF Italia è legittimata a prendere opportuni provvedimenti fino a precludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

### 2.4. Clienti

ZF Italia manifesta una costante sensibilità e tensione alla salvaguardia della qualità della relazione con i clienti ed al suo continuo miglioramento, essendo questi prerequisiti indispensabili per il processo di soddisfazione della clientela e di creazione e distribuzione del valore.

Per tutelare l'immagine e la reputazione di ZF Italia è indispensabile che i rapporti con la clientela siano improntati:

- alla piena trasparenza e correttezza;
- al rispetto della legge;
- all'indipendenza nei confronti di ogni forma di condizionamento, sia interno sia esterno.

La professionalità, la competenza, la disponibilità e la cortesia rappresentano i principi guida che i destinatari del Codice sono tenuti a seguire nei rapporti con la clientela.

I comportamenti assunti sono improntati al rispetto della riservatezza sulle informazioni acquisite nel corso dell'attività, nonché della vigente normativa in tema di *privacy*.

Inoltre, nell'avviare relazioni commerciali con nuovi clienti e nella gestione di quelle già in essere, è necessario, tenuto conto delle informazioni disponibili, evitare di:

- intrattenere rapporti con soggetti implicati in attività illecite, in particolare connesse al traffico di armi e di sostanze stupefacenti, al riciclaggio ed al terrorismo, all'utilizzo illegale di manodopera e, comunque, con persone prive dei necessari requisiti di serietà ed affidabilità commerciale;
- finanziare attività volte alla produzione o commercializzazione di prodotti inquinanti per l'ambiente e per la salute;
- mantenere rapporti finanziari con quelle attività economiche che, anche in modo indiretto, ostacolano lo sviluppo umano e contribuiscono a violare i diritti fondamentali della persona (ad esempio sfruttando l'impiego di lavoro minorile).

### 2.5. Pubblica Amministrazione

L'assunzione di impegni con la Pubblica Amministrazione e con le pubbliche istituzioni è riservata alle funzioni aziendali preposte ed autorizzate, le quali sono tenute ad assolvere ai propri compiti con integrità, indipendenza e correttezza.



## Codice Etico

È vietato promettere od offrire direttamente ed indirettamente a Pubblici Ufficiali, o a dipendenti in genere della Pubblica Amministrazione o di pubbliche istituzioni, pagamenti o beni per promuovere o favorire gli interessi individuali o della Società.

Chiunque riceva richieste o proposte di benefici da Pubblici Funzionari deve immediatamente riferire al proprio superiore ovvero al Comitato Interno di Controllo.

### 2.6. Organizzazioni Politiche e Sindacali

ZF Italia non eroga contributi, vantaggi o altre utilità a partiti politici italiani ed esteri o alle organizzazioni sindacali dei lavoratori, né a loro rappresentanti o candidati.

### 2.7. Collettività ed ambiente

ZF Italia considera con favore e fornisce sostegno ad iniziative sociali, culturali ed educative orientate alla promozione della persona ed al miglioramento delle sue condizioni di vita.

ZF Italia crede in una crescita sostenibile nel comune interesse di tutti gli *stakeholder*, attuali e futuri. Le scelte di investimento pertanto tengono conto del rispetto dell'ambiente e della salute pubblica.

La Società si impegna ad adottare, sempre che risulti operativamente ed economicamente sostenibile, tecnologie o soluzioni organizzative eco-compatibili con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività ovvero di contribuire alla tutela ed alla valorizzazione del contesto ambientale.

### 2.8. Organi di Informazione

Le comunicazioni verso l'ambiente esterno devono essere veritiere, corrette, chiare, trasparenti, non ambigue o strumentali; esse devono essere coerenti, omogenee ed accurate, conformi alle politiche ed ai programmi aziendali.

I rapporti con la stampa e con gli altri mezzi di comunicazione di massa sono riservati all'Amministratore Delegato ovvero da chi è autorizzato in forza delle procedure di Gruppo.

### 2.9. Concorrenti

ZF Italia individua nella concorrenza lo stimolo al costante miglioramento della qualità dei prodotti e servizi offerti alla clientela, improntando i propri comportamenti di natura commerciale ai principi di lealtà e correttezza.

### 2.10. Prescrizioni Generali

#### 2.10.1. Operazioni con parti correlate

Si definiscono operazioni con parti correlate le operazioni concluse con quelle controparti nei confronti delle quali la società, i dipendenti, gli Amministratori, ovvero i loro familiari hanno particolari interessi.

Tali operazioni, per l'oggetto, i corrispettivi, le modalità o i tempi di realizzazione possono avere effetti sulla salvaguardia del patrimonio aziendale o sulla completezza e correttezza delle informazioni, anche contabili, relative alla società.

ZF Italia assume le seguenti cautele nella conclusione di operazioni con parti correlate:

- le operazioni con parti correlate rispettano criteri di correttezza sostanziale e procedurale, secondo prestabiliti principi di comportamento per la loro effettuazione;
- l'attività svolta con le società del gruppo è basata sui valori di correttezza e di trasparenza;



## Codice Etico

- gli Amministratori ed i dipendenti che, a qualunque titolo, siano portatori di un interesse particolare in un'operazione che la società si appresta a concludere ne danno pronta comunicazione all'Amministratore Delegato.

### 2.10.2. Regali e Omaggi

Coerentemente con le direttive del gruppo, è assolutamente vietato effettuare o ricevere regalie, fatta eccezione per gli omaggi promozionali di modesto valore<sup>2</sup>.

Il divieto comprende regalie materiali o monetarie, viaggi, servizi, premi, sconti ed ogni *benefit* che abbiano una valenza economica.

Ogni regalo destinato a *partner* commerciali o ad autorità pubbliche deve essere documentato dal responsabile di *business unit*, autorizzato dall'Amministratore.

I regali promozionali sono scelti in modo da evitare ogni possibile fraintendimento o incomprensione, assicurando che il ricevente non si senta in alcun modo obbligato ad avviare una relazione commerciale con ZF Italia per il solo fatto di aver accettato l'omaggio.

Nelle relazioni con esponenti di aziende ed enti pubblici vanno osservate particolari cautele, al fine di evitare ogni possibile conseguenza o fraintendimento a favore della società.

Gli amministratori ed i dipendenti di ZF Italia che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite sono tenuti, secondo le procedure stabilite, a darne comunicazione al Comitato Interno di Controllo che valuta l'appropriatezza e provvede a far notificare al mittente la politica di ZF Italia in materia.

### 2.10.3. Donazioni e Sponsorizzazioni

ZF Italia può aderire alle richieste di contributi limitatamente alle proposte rinvenenti da enti ed associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti ed atti costitutivi, che siano di elevato valore sociale, culturale o benefico e che, in ogni caso, coinvolgano un numero notevole di cittadini.

Le attività di sponsorizzazione possono riguardare i temi sociali, ambientali, sportivi, artistici e dello spettacolo. Tali attività sono destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità o per i quali ZF Italia può collaborare alla progettazione, in modo da garantirne originalità ed efficacia.

Le donazioni e le sponsorizzazioni devono essere approvate dall'Amministratore Delegato.

## 3. Modalità di attuazione

Le modalità di attuazione del Codice Etico prevedono la costituzione di organismi e funzioni interni all'azienda e l'avvio di una serie di pratiche, iniziative e comportamenti di seguito illustrati.

Il Consiglio di Amministrazione costituisce il Comitato Interno di Controllo e provvede alla nomina del coordinatore e dei suoi membri.

Il Comitato deve essere dotato delle seguenti caratteristiche:

- **indipendenza ed autonomia** dai vertici operativi della Società, al fine di garantire l'imparzialità e la possibilità di operare anche quando esso sia chiamato a vigilare sull'applicazione del Codice Etico da parte del vertice;
- **professionalità**, per garantirne le capacità di azione in un contesto che richiede spiccate doti di valutazione, di gestione dei rischi ed analisi delle procedure, nonché competenze in

---

<sup>2</sup> Il modesto valore dell'omaggio è stabilito indicativamente in Euro 100.



## Codice Etico

ambito di organizzazione aziendale, di amministrazione, di finanza e di diritto; si tratta di tecniche specialistiche proprie di chi svolge attività di controllo, ma anche consulenziale;

- **continuità di azione**, volta a garantire la costante ed efficace attività di monitoraggio e di aggiornamento del Modello.

### 3.1. Comitato Interno di Controllo e suoi compiti

Il controllo sulla completa osservanza ed interpretazione delle norme contenute nel presente Codice è demandata al Comitato; sarà cura di quest'ultimo provvedere allo svolgimento dei compiti sotto menzionati.

Il Comitato:

- definisce le iniziative atte a diffondere la conoscenza del Codice Etico ed a chiarirne, mediante pareri, il significato e l'applicazione;
- coordina l'elaborazione delle norme e delle procedure aziendali che attuano le indicazioni del Codice Etico;
- promuove la revisione periodica del Codice Etico e dei meccanismi d'attuazione;
- stabilisce le sanzioni da applicare nei casi di infrazioni delle norme del Codice; per tali deliberazioni gli organi che hanno concorso all'istruttoria o alla proposta si astengono dalla votazione;
- approva il piano di comunicazione e formazione etica;
- redige la relazione interna destinata al Consiglio di Amministrazione;
- riceve ed analizza le segnalazioni di violazione del Codice Etico ed eventualmente realizza approfondimenti e verifiche;
- riferisce periodicamente al Consiglio di Amministrazione ed al Collegio Sindacale sull'attività svolta e sulle problematiche connesse all'attuazione del Codice Etico;
- verifica l'applicazione ed il rispetto del Codice Etico attraverso l'attività di monitoraggio, che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito della società;
- monitora le iniziative per la diffusione della conoscenza e comprensione del codice etico; in particolare:
  - garantisce lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica;
  - analizza le proposte di revisione delle politiche e delle procedure aziendali.
- propone al Consiglio di Amministrazione le modifiche e le integrazioni da apportare al Codice Etico.

### 3.2. Comunicazione e diffusione del Codice Etico

Una copia del Codice deve essere consegnata ad ogni nuovo amministratore, sindaco, dipendente o collaboratore esterno all'atto della nomina, dell'assunzione o dell'avvio del rapporto di collaborazione.

Inoltre, la società ne curerà la distribuzione al personale in servizio, agli amministratori, ai sindaci in carica, nonché ai soggetti che collaborano con la Società.

### 3.3. Formazione Etica

ZF Italia si impegna ad effettuare adeguata attività di formazione e/o sensibilizzazione sui valori, sui principi di comportamento e sulla modalità di attuazione sugli aggiornamenti previsti dal Codice Etico.

### 3.4. Segnalazione delle violazioni del Codice Etico

ZF Italia provvede a stabilire canali di comunicazione, anche elettronica, a cui poter rivolgere le proprie segnalazioni:

- **casella di posta elettronica dedicata e riservata;**
- **casella postale** (Comitato Interno di Controllo di ZF c/o Consilia Business Management Srl Galleria del Corso 2, 20122 Milano).



## Codice Etico

Tutti coloro che hanno degli interessi nella Società, sia soggetti interni sia esterni, possono segnalare, per iscritto ed in forma non anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico, al Comitato Interno di Controllo, che provvede ad un'analisi della segnalazione ascoltandone eventualmente l'autore ed il responsabile delle presunta violazione.

Il Comitato agisce in modo tale da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione (per esempio, per i fornitori: interruzione dei rapporti d'affari; per i dipendenti: mancata promozione, ecc.). E' inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

Il Comitato Interno di Controllo riporta le violazioni del Codice Etico, emerse in conseguenza delle attività di monitoraggio effettuate e formalizza i suggerimenti ritenuti necessari.

Nei casi più significativi comunica all'Alta Direzione o nel caso al Consiglio di Amministrazione, le violazioni ed i provvedimenti conseguenti.

### 3.5. Sistema Sanzionatorio

La violazione, da parte dei dipendenti soggetti al Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL) del terziario, della distribuzione e dei servizi (3 novembre 1994), delle singole regole comportamentali di cui al presente Modello costituisce illecito disciplinare.

I provvedimenti disciplinari irrogabili nei riguardi di detti lavoratori - nel rispetto delle procedure previste dall'art. 7 "Sanzioni Disciplinari" della Legge n. 300 del 20 maggio 1970 (Statuto dei Lavoratori) ed eventuali normative speciali applicabili - sono quelli previsti dall'apparato sanzionatorio di cui agli artt. 151 e ss. del suddetto CCNL (Titolo - XXIV DOVERI DEL PERSONALE E NORME DISCIPLINARI - Provvedimenti disciplinari), e precisamente:

- 1) **biasimo inflitto verbalmente** per le mancanze lievi;
- 2) **biasimo inflitto per iscritto** nei casi di recidiva delle infrazioni di cui al precedente punto 1;
- 3) **multa** in misura non eccedente l'importo di 4 ore della normale retribuzione di cui all'art. 113, Seconda Parte;
- 4) **sospensione dalla retribuzione e dal servizio** per un massimo di giorni 10;
- 5) **licenziamento** disciplinare senza preavviso e con le altre conseguenze di ragione e di legge.

## 4. Disposizioni Transitorie e Finali

### 4.1. Entrata in vigore

Il presente Codice entra in vigore dal 11 Dicembre 2007 in seguito alla sua approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione.

### 4.2. Monitoraggio e Aggiornamento del Codice Etico

Il Codice è oggetto di periodiche revisioni; ogni variazione o integrazione deve essere approvata dal Consiglio di Amministrazione.

I destinatari che ricoprono una posizione di autorità (soggetti apicali) sono tenuti a seguire una condotta esemplare nel rispetto dei valori aziendali, a diffondere e concretamente implementare il presente Codice Etico, ad assumere un atteggiamento vigile e a collaborare con il Comitato Interno di Controllo.