



CODICE ETICO

Sommario

| | |
|--|-----------|
| 1. PREMESSA..... | 3 |
| 2. AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO | 3 |
| 3. DESTINATARI DEL CODICE ETICO | 3 |
| 4. STRUTTURA DEL CODICE ETICO | 4 |
| 5. I VALORI | 4 |
| 5.1 Rispetto delle leggi..... | 4 |
| 5.2 Rispetto della persona | 4 |
| 5.3 Sicurezza sui luoghi di lavoro..... | 4 |
| 5.4 Tutela dell'immagine e della reputazione aziendale | 4 |
| 5.5 Lavoratori e dipendenti | 5 |
| 5.6 Valorizzazione delle risorse umane | 5 |
| 5.7 Tutela dell'Ambiente..... | 5 |
| 5.8 Gestione Societaria | 5 |
| 5.9 Correttezza e trasparenza nelle registrazioni contabili | 5 |
| 5.10 Corruzione, riciclaggio e trasnazionali..... | 6 |
| 5.11 Attività antitrust | 6 |
| 6. NORME DI COMPORTAMENTO | 6 |
| 6.1 Personale dipendente..... | 6 |
| 6.2 Conflitto di Interesse | 6 |
| 6.3 Selezione del Personale | 7 |
| 6.4 Osservanza norme a tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e dell'ambiente | 7 |
| 6.5 Utilizzo dei beni di proprietà della società | 8 |
| 6.6 Riservatezza dei dati e delle informazioni..... | 8 |
| 6.7 Relazione fra colleghi e attenzione alla sfera privata del dipendente | 9 |
| 7. RAPPORTI CON PARTI INTERESSATE | 9 |
| 7.1 Gestione dei rapporti con i clienti e i fornitori..... | 9 |
| 7.2 Gestione dei rapporti con la pubblica amministrazione..... | 9 |
| 7.3 Gestione degli omaggi..... | 10 |
| 7.4 Terzi destinatari | 10 |
| 8. ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO | 11 |
| 8.1 Comunicazione e formazione..... | 11 |
| 8.2 Violazioni..... | 11 |
| 8.3 Validità del Codice | 11 |
| 8.4 Diffusione del Codice | 11 |

1. PREMESSA

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

Il Codice Etico è un mezzo efficace per prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto dell'azienda perché introduce una definizione chiara ed esplicita delle proprie responsabilità etiche e sociali verso tutti i soggetti coinvolti direttamente o indirettamente nell'attività dell'azienda (clienti, fornitori, soci, cittadini, dipendenti, collaboratori, istituzioni pubbliche, associazioni ambientali e chiunque altro sia interessato dall'attività dell'azienda).”

Il Gruppo Marcevaggi ritiene fondamentale gestire i rapporti con i propri dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, partner e più in generale, con qualsivoglia soggetto terzo, salvaguardando i valori etici nell'ambito di un contesto di reciproco rispetto, tutela, trasparenza e correttezza.

Il Codice Etico si inserisce nel contesto organizzativo dell'azienda ed a tutti coloro che si pongono in relazione con essa, è richiesto di rispettare e acquisire come propri.

Lo scopo del Codice Etico è quello di definire con chiarezza le regole da rispettare, l'insieme dei principi e dei valori che la società condivide ed i conseguenti comportamenti attesi.

2. AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO

Il codice etico è “la dichiarazione dei principi e delle regole della Società”. Nell'ambito del sistema di controllo interno, il codice etico, unitamente al sistema sanzionatorio, costituisce uno dei presupposti del modello di organizzazione gestione e controllo adottato dal Gruppo Marcevaggi. Il codice etico è approvato dal Consiglio di Amministrazione ed è considerato vincolante per tutte le società controllate e collegate, previa approvazione dei loro organi societari e ne costituisce linea di indirizzo. La verifica dello stato del rispetto ed attuazione è di competenza del presidente del consiglio di amministrazione.

3. DESTINATARI DEL CODICE ETICO

I destinatari del codice etico sono tutti i lavoratori dipendenti (inclusi i dirigenti, i collaboratori, gli amministratori) nonché tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaurano rapporti o relazioni con il Gruppo Marcevaggi.

A fronte di ciò, il Gruppo promuove la più ampia diffusione del codice etico presso tutti i soggetti interessati fornendo la corretta interpretazione dei suoi contenuti e gli strumenti più adeguati per favorirne l'applicazione.

4. STRUTTURA DEL CODICE ETICO

Il codice etico è strutturato in quattro parti principali:

- I VALORI
- LE NORME DI COMPORTAMENTO
- RAPPORTI CON LE PARTI INTERESSATE
- ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO

5. I VALORI

5.1 Rispetto delle leggi

L'osservanza delle leggi e dei regolamenti costituiscono principio imprescindibile di ogni attività del Gruppo Marcevaggi e di tutte le sue Società in ogni paese in cui essa opera. In nessun caso il perseguimento dell'interesse della società può giustificare una condotta non onesta e/o non conforme alle norme.

5.2 Rispetto della persona

I rapporti tra le persone che lavorano o che comunque interagiscono, a tutti i livelli, con il Gruppo Marcevaggi sono improntati a criteri e comportamenti di onestà, correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto. È fortemente condannata ogni sorta di discriminazione, a mero titolo esemplificativo e non esaustivo, di razza, sesso e religione.

Il Gruppo Marcevaggi promuove il rispetto dell'integrità fisica e culturale della persona e il rispetto della dimensione di relazione con gli altri e della parità di genere.

Nella gestione dei rapporti gerarchici l'autorità è esercitata con equità e correttezza evitando ogni forma di abuso e prevaricazione.

5.3 Sicurezza sui luoghi di lavoro

Il Gruppo Marcevaggi diffonde la cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza della valutazione e della gestione dei rischi, anche attraverso formazione specifica, promuovendo comportamenti responsabili e preservando, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza di tutti i dipendenti e collaboratori. Gli impegni della Società in tema di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro sono riportati nel documento "Politiche Qualità Sicurezza Ambiente e Security."

5.4 Tutela dell'immagine e della reputazione aziendale

L'immagine e la reputazione del Gruppo Marcevaggi rappresentano un patrimonio che dipendenti e collaboratori devono tutelare con il loro comportamento in ogni situazione, tenendo conto dell'evolversi del contesto sociale, della tecnologia e dei nuovi strumenti disponibili.

5.5 Lavoratori e dipendenti

Il Gruppo Marcevaggi ritiene fondamentale che, sul lavoro, sia garantito il rispetto dei diritti umani e la tutela della dignità individuale, vietando qualsivoglia forma di sfruttamento del lavoro ed in particolare, del lavoro minorile.

Si impegna, pertanto, con riguardo al lavoro minorile, a non assumere lavoratori di età inferiore a 18 anni ai sensi del comma 1 dell'art. 2 della Convenzione sull'età minima. Il rispetto di queste garanzie e dei divieti sopra citati è vincolante.

Inoltre l'azienda ripudia l'utilizzo di lavoro forzato o legato e non vi è obbligo per il personale di consegnare all'Azienda documenti di identità originali, ne è richiesto il pagamento a qualsiasi titolo di denaro per iniziare a collaborare con l'Azienda.

5.6 Valorizzazione delle risorse umane

Il Gruppo Marcevaggi si impegna a valorizzare le diversità e garantisce un ambiente di lavoro in cui ciascuno possa collaborare esprimendo la propria attitudine professionale, ove la responsabilità si manifesti e le regole condivise siano rispettate e promosse. L'azienda, nel rapporto di lavoro, valorizza le competenze, le potenzialità e l'impegno, adoperando criteri di valutazione chiari e omogenei.

5.7 Tutela dell'Ambiente

Il Gruppo Marcevaggi considera di primaria importanza la salvaguardia dell'ambiente e si impegna ad ottimizzare costantemente l'impiego delle proprie risorse sviluppando i propri servizi secondo una logica di sostenibilità. Gli impegni della Società in tema di ambiente sono evidenziati nel documento "Politiche Qualità Sicurezza Ambiente"

5.8 Gestione Societaria

Il Gruppo Marcevaggi persegue il proprio oggetto sociale nel pieno rispetto della legge, del proprio statuto e dei regolamenti sociali, assicurando il corretto funzionamento degli organi sociali e la tutela dei diritti patrimoniali e partecipativi dei propri soci salvaguardando l'integrità del proprio patrimonio e del capitale sociale.

5.9 Correttezza e trasparenza nelle registrazioni contabili

I comportamenti e le azioni del Gruppo Marcevaggi si ispirano alla massima trasparenza, correttezza e affidabilità. Di conseguenza ogni azione, operazione o transazione deve essere correttamente registrata nel sistema di contabilità aziendale secondo i criteri indicati dalla legge, dai principi contabili applicabili e dalle procedure aziendali, nonché essere debitamente autorizzata e risultare verificabile, legittima, coerente e congrua.

5.10 Corruzione, riciclaggio e transnazionali

Il Gruppo Marcevaggi, nel perseguire la propria missione, si impegna a rispettare la normativa in materia di lotta al riciclaggio e alla corruzione verso pubblici ufficiali o privati sia sul fronte nazionale che internazionale e all'immigrazione clandestina.

5.11 Attività antitrust

Il sistema delle libere imprese si basa sulla proposizione che la concorrenza libera e aperta è il miglior modo per assicurare la fornitura di beni e servizi a prezzi ragionevoli.

Le leggi antitrust dell'Unione Europea (UE) in cui il Gruppo Marcevaggi, ha attività commerciali sono destinate a proteggere e a promuovere la concorrenza e l'onestà.

A prescindere dalla propria posizione, è necessario aderire strettamente alle leggi antitrust e a tutte le leggi che governano la concorrenza.

La violazione delle leggi antitrust può determinare gravi sanzioni civili e penali, compreso l'arresto delle persone e Il Gruppo Marcevaggi, può essere soggetta a sanzioni e danni economici.

I presenti accordi, disposizioni o patti con i concorrenti, sia orali che per iscritto, non devono verificarsi:

- Accordi per fissare i prezzi o boicottare specifici fornitori o clienti
- Accordi per assegnare prodotti, territori o mercati
- Accordi per lo scambio di informazioni sensibili sulla concorrenza, in particolare sui prezzi
- Accordi che limitano la produzione o la vendita di prodotti
- Accordi vincolanti, intese reciproche, pratiche commerciali disoneste e altre questioni di rilevanza concorrenziale

6. NORME DI COMPORTAMENTO

6.1 Personale dipendente

Tutti i dirigenti ed i dipendenti del Gruppo Marcevaggi si impegnano ad agire lealmente e a rispettare gli obblighi di legge e di quelli assunti con il contratto di lavoro, nonché quanto previsto nel codice etico, attraverso un'esplicita dichiarazione di accettazione che attesti che:

- hanno letto e compreso il presente codice etico;
- agiranno in conformità ai suoi contenuti.

6.2 Conflitto di Interesse

Ogni dipendente è tenuto ad evitare tutte le situazioni e tutte le attività in cui si possa manifestare concretamente un conflitto di interessi con la Società o che possa interferire con la propria

capacità di assumere in modo imparziale decisioni nel migliore interesse della Società medesima e nel pieno rispetto del codice etico.

Ogni dipendente deve inoltre astenersi da trarre vantaggi personali da atti di disposizione dei beni sociali o da opportunità di affari delle quali è venuto a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

I dipendenti con funzione apicale chiamati a prendere decisioni in attività quando vi sia palese conflitto di interessi devono:

- comunicare l'esistenza e le caratteristiche di tale conflitto alla Presidenza ed al proprio referente aziendale;
- astenersi dall'esercitare il proprio ruolo decisionale e demandare ad altri preposti dall'azienda.

Nel caso in cui non sia possibile astenersi o delegare, i dipendenti devono coinvolgere nel processo decisionale altri soggetti al fine di garantire la trasparenza del processo stesso.

6.3 Selezione del Personale

La valutazione e selezione del personale da assumere è realizzata nel rispetto dei principi di imparzialità e delle pari opportunità dei candidati e sulla base dei profili attesi e delle esigenze della Società, la scelta delle risorse umane è indirizzata in primo luogo internamente all'azienda e successivamente all'esterno.

Non è consentita nessuna forma di lavoro irregolare o in violazione di legge sia per lavoratori italiani che stranieri. L'impiego di manodopera di paesi terzi è subordinata al possesso dei requisiti e dei documenti previsti dalla legge da parte del lavoratore straniero.

6.4 Osservanza norme a tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e dell'ambiente

Tutti i dipendenti sono tenuti all'osservanza delle norme a tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e di tutela ambientale.

I dipendenti, nell'ambito delle proprie mansioni e responsabilità, partecipano al processo di valutazione e prevenzione dei rischi, di tutela della salute e della sicurezza nei confronti di sé stessi, dei colleghi e dei terzi.

Le problematiche di igiene e sicurezza riscontrate nelle sedi del Gruppo Marcevaggi vengono discusse e condivise; ciò favorisce un atteggiamento costruttivo per la formulazione di proposte operative concrete volte a migliorare la prevenzione degli infortuni in azienda.

In particolare, il Gruppo Marcevaggi, anche attraverso la collaborazione attiva dei suoi dipendenti e dei suoi fornitori di servizi esterni:

- promuove ed attua iniziative finalizzate a minimizzare i rischi e a rimuovere le cause che possano mettere a repentaglio la sicurezza e la salute delle persone, escludendo qualsiasi

forma di eccezione o deroga alle procedure interne a tale scopo adottate;

- adotta un sistema di gestione sulla sicurezza e salute dei lavoratori per prevenire, controllare e ridurre i rischi di infortuni, individuando le responsabilità, formando le persone, definendo obiettivi concreti e misurabili;
- collabora con i propri portatori d'interesse, sia interni (es. dipendenti), sia esterni (es. istituzioni, organi di vigilanza, etc.), per ottimizzare la gestione delle tematiche sulla salute e sicurezza dei lavoratori;
- mantiene elevati standard di sicurezza nel rispetto della normativa vigente.

In campo ambientale Il Gruppo Marcevaggi ha definito i seguenti principi d'azione:

- valuta, controlla e, ove possibile, minimizza l'impatto ambientale nella gestione dei trasporti;
- rispetta con tempestività i requisiti di legge in materia ambientale;
- adotta procedure di corretta gestione ambientale per prevenire, controllare e ridurre l'impatto delle attività, individuando le responsabilità, formando le persone, definendo obiettivi concreti e misurabili;
- definisce piani di comunicazione, ascolto e dialogo con i dipendenti ed i terzi con cui l'azienda opera, nonché le istituzioni e le organizzazioni impegnate nella salvaguardia dell'ambiente, fornendo informazioni sui risultati ambientali.

6.5 Utilizzo dei beni di proprietà della società

Tutti i dipendenti sono tenuti ad operare con cura e diligenza per tutelare sé stessi e i beni di proprietà della Società attraverso comportamenti responsabili e in conformità alle procedure aziendali. I beni di proprietà del Gruppo devono essere utilizzati esclusivamente per scopi connessi e strumentali all'esercizio dell'attività lavorativa.

I dipendenti, nel limite del possibile e senza comunque porre mai a repentaglio la propria incolumità, devono operare al fine di ridurre il rischio di furti, danneggiamenti o altre minacce ai beni ed alle risorse assegnate, informando in modo tempestivo le funzioni preposte in caso di situazioni anomale.

6.6 Riservatezza dei dati e delle informazioni

La privacy dei dipendenti e dei terzi e la riservatezza delle informazioni è tutelata dal Gruppo Marcevaggi nel rispetto della normativa di riferimento (normativa sulla privacy) attraverso regolamenti e procedure che disciplinano le modalità di trattamento e conservazione dei dati e delle informazioni.

Tutti i dipendenti sono tenuti a conoscere i regolamenti aziendali e le politiche della società in tema di sicurezza e riservatezza delle informazioni anche ai fini della prevenzione di crimini di natura informatica.

I dipendenti del Gruppo non devono diffondere notizie o dati di natura riservata né possono partecipare senza preventiva autorizzazione dei loro referenti gerarchici a riunioni, meeting o convegni che riguardano l'attività del Gruppo Marcevaggi.

6.7 Relazione fra colleghi e attenzione alla sfera privata del dipendente

Ogni dipendente e collaboratore è chiamato ad assumere nei confronti dei propri colleghi un atteggiamento improntato al rispetto, alla tutela della dignità della persona, alla collaborazione e all'umana solidarietà. Il Gruppo Marcevaggi rispetta la sfera privata dei propri dipendenti e collaboratori, individuando le modalità per prestare attenzione alle loro necessità nelle situazioni di difficoltà che possano impedire il normale svolgimento dell'attività lavorativa.

7. RAPPORTI CON PARTI INTERESSATE

7.1 Gestione dei rapporti con i clienti e i fornitori

Il Gruppo Marcevaggi mantiene nei confronti dei clienti e dei fornitori un comportamento improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia e professionalità.

Tutti i dipendenti impegnati a mantenere in essere i rapporti con i clienti e fornitori devono fornire o richiedere, ove necessario e nei modi e nelle forme previste dai regolamenti e dalle procedure aziendali, accurate ed esaurienti informazioni circa i servizi resi o approvvigionati, in modo che il rapporto con clienti e fornitori sia improntato alla correttezza.

La selezione dei fornitori avviene sulla base di parametri obiettivi, quali la qualità, la convenienza, il prezzo, la capacità, l'efficienza, l'eticità, il rispetto della legge.

Più in generale nella selezione dei fornitori il Gruppo Marcevaggi considera requisiti di riferimento:

- la professionalità dell'interlocutore;
- la disponibilità, opportunamente documentata, di mezzi, anche finanziari, strutture organizzate, capacità e risorse progettuali, know-how, etc.;
- la tenuta di condotte rispettose dell'ambiente e della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro;
- la tenuta di condotte che non si riversino negativamente sull'immagine e sul buon nome del Gruppo Marcevaggi.

Nella definizione dei contratti con i fornitori, siano essi di approvvigionamento o di appalto, i dipendenti sono tenuti ad osservare scrupolosamente i regolamenti e le procedure aziendali e tutti gli obblighi imposti dalla normativa vigente.

7.2 Gestione dei rapporti con la pubblica amministrazione

Il Gruppo Marcevaggi si impegna ad assicurare la massima integrità e trasparenza nell'intrattenere rapporti con le Autorità di vigilanza e di controllo, con la Magistratura e in

generale con qualsiasi Pubblico Ufficiale. I rapporti con la Pubblica Amministrazione devono pertanto conformarsi ai valori e alle previsioni contenute nel presente codice etico e possono essere intrattenuti esclusivamente dalle funzioni aziendali a ciò preposte.

Ai dipendenti non è consentito:

- offrire denaro o doni a dirigenti, funzionari della pubblica amministrazione o a loro parenti prossimi;
- tenere atteggiamenti di natura collusiva;
- ottenere un indebito vantaggio o qualsiasi altro beneficio per la Società per mezzo di dichiarazioni, documenti, rendiconti allo scopo alterati o falsificati, o per il tramite di informazioni omesse, o, più genericamente, per il tramite di artifici o raggiri, compresi quelli realizzati per mezzo di sistemi informatici o telematici, volti ad indurre in errore l'ente erogatore.

7.3 Gestione degli omaggi

Nelle ipotesi di trattative in vista di affari o dell'instaurarsi di rapporti, anche di natura non commerciale, i dipendenti sono tenuti ad astenersi:

- dall'offrire, anche per interposta persona, opportunità di lavoro o commerciali al personale coinvolto nella trattativa, ai suoi familiari o a soggetti in qualunque modo allo stesso riconducibili;
- dall'offrire ai suddetti soggetti regali, omaggi o benefici, anche tramite terzi, salvo che si tratti di atti di cortesia commerciale di modico valore;
- dal ricercare od instaurare relazioni personali di favore, influenza, ingerenza idonee a condizionare, direttamente o indirettamente, l'esito del rapporto.

7.4 Terzi destinatari

Il codice etico si applica anche ai terzi, intendendo fare riferimento ai soggetti esterni alla Società che operino, direttamente o indirettamente. I terzi sono pertanto obbligati, mediante specifiche pattuizioni contrattuali, a rispettare le disposizioni contenute nel codice etico, nei limiti delle proprie competenze e responsabilità.

Eventuali violazioni del codice potranno determinare, sulla base di quanto contrattualmente convenuto, la risoluzione del rapporto.

8. ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO

8.1 Comunicazione e formazione

Il codice etico è portato a conoscenza di tutti i soggetti interessati interni ed esterni mediante apposite attività di comunicazione.

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del codice etico, il Gruppo Marcevaggi predispone e realizza, un piano periodico per le attività di diffusione, informazione e formazione volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme contenute nel codice etico.

8.2 Violazioni

Le persone che vengono trovate a violare il presente Codice saranno soggette ad azioni disciplinari, che possono giungere fino alla cessazione del rapporto di lavoro.

Nel caso in cui la condotta implichi possibili violazioni della legge, coloro che sono coinvolti possono inoltre essere denunciati alle autorità competenti per l'eventuale incriminazione.

8.3 Validità del Codice

Il presente Codice ha la validità di tre anni, alla scadenza dei quali sarà sottoposto a verifica e a eventuale revisione.

8.4 Diffusione del Codice

La Direzione procede alla diffusione del Codice presso i Destinatari secondo le seguenti modalità:

- affissione bacheca aziendale;
- distribuzione del Codice etico a tutti i dipendenti;
- pubblicazione sulla intranet/sito aziendale.

Data: 10.01.2017

Il Presidente

