

# Codice Etico

## Sommaio

|          |                                                                            |          |
|----------|----------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUZIONE</b>                                                        | <b>3</b> |
| 1.1      | LA MISSIONE DI ENOMONDO                                                    | 4        |
| 1.2      | UN APPROCCIO COOPERATIVO VERSO GLI STAKEHOLDER                             | 4        |
| 1.3      | COMPORTAMENTI NON ETICI                                                    | 4        |
| 1.4      | IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI                         | 4        |
| 1.5      | IL VALORE DELLA RECIPROCITA'                                               | 4        |
| 1.6      | LA STRUTTURA DEL CODICE ETICO                                              | 5        |
| 1.7      | DESTINATARI E AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO                      | 5        |
| <b>2</b> | <b>PRINCIPI GENERALI</b>                                                   | <b>5</b> |
| 2.1      | IMPARZIALITA'                                                              | 5        |
| 2.2      | ONESTA'                                                                    | 5        |
| 2.3      | CORRETTEZZA IN CASO DI POTENZIALI CONFLITTI DI INTERESSE                   | 6        |
| 2.4      | RISERVATEZZA                                                               | 6        |
| 2.5      | VALORIZZAZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DEI SOCI                               | 6        |
| 2.6      | VALORE DELLE RISORSE UMANE                                                 | 6        |
| 2.7      | EQUITÀ DELL'AUTORITÀ                                                       | 7        |
| 2.8      | INTEGRITÀ DELLA PERSONA                                                    | 7        |
| 2.9      | TRASPARENZA E COMPLETEZZA DELL'INFORMAZIONE                                | 7        |
| 2.10     | DILIGENZA E ACCURATEZZA NELLA FORMULAZIONE ED ESECUZIONE DEI CONTRATTI     | 7        |
| 2.11     | QUALITÀ DEI SERVIZI E DEI PRODOTTI                                         | 7        |
| 2.12     | CONCORRENZA LEALE                                                          | 8        |
| 2.13     | RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ                                       | 8        |
| 2.14     | TUTELA AMBIENTALE                                                          | 8        |
| 2.15     | TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LAVORO                           | 8        |
| <b>3</b> | <b>CRITERI DI CONDOTTA</b>                                                 | <b>9</b> |
| 3.1      | GENERALITA'                                                                | 9        |
| 3.1.1    | TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI                                             | 9        |
| 3.1.2    | REGALI, OMAGGI E BENEFICI                                                  | 9        |
| 3.1.3    | COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO                                                  | 10       |
| 3.2      | CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE E CON I COLLABORATORI | 10       |
| 3.2.1    | SELEZIONE DEL PERSONALE                                                    | 10       |
| 3.2.2    | COSTITUZIONE DEL RAPPORTO                                                  | 10       |
| 3.2.3    | GESTIONE DEL PERSONALE                                                     | 11       |
| 3.2.4    | INTERVENTI SULL'ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO                                  | 12       |
| 3.2.5    | SICUREZZA E SALUTE                                                         | 12       |
| 3.2.6    | TUTELA DELLA PRIVACY                                                       | 13       |
| 3.2.7    | INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA                                           | 13       |
| 3.2.8    | DOVERI DEI COLLABORATORI                                                   | 13       |
| 3.3      | CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI                          | 15       |
| 3.3.1    | IMPARZIALITÀ                                                               | 15       |
| 3.3.2    | I CONTRATTI E LE COMUNICAZIONI AI CLIENTI                                  | 15       |
| 3.3.3    | STILE DI COMPORTAMENTO DEI COLLABORATORI                                   | 15       |
| 3.3.4    | CONTROLLO DELLA QUALITÀ                                                    | 16       |
| 3.3.5    | COINVOLGIMENTO DELLA CLIENTELA                                             | 16       |
| 3.4      | CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI                        | 16       |
| 3.4.1    | SCELTA DEL FORNITORE                                                       | 16       |
| 3.5      | CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITÀ                    | 18       |
| 3.5.1    | RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI PUBBLICHE                                      | 18       |

|          |                                                                                                         |           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.5.2    | <i>RAPPORTI ECONOMICI CON PARTITI, ORGANIZZAZIONI SINDACALI ED ASSOCIAZIONI</i> .....                   | 18        |
| 3.5.3    | <i>CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI</i> .....                                                              | 18        |
| 3.5.4    | <i>POLITICA AMBIENTALE</i> .....                                                                        | 18        |
| <b>4</b> | <b>MODALITA' DI ATTUAZIONE</b> .....                                                                    | <b>19</b> |
| 4.1      | COMPITI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN MATERIA DI ATTUAZIONE E CONTROLLO<br>DEL CODICE ETICO ..... | 19        |
| 4.2      | COMPITI DELLA FUNZIONE INTERNAL AUDITING DI ENOMONDO .....                                              | 19        |
| 4.3      | COMUNICAZIONE E FORMAZIONE.....                                                                         | 20        |
| 4.4      | SEGNALAZIONI DEGLI STAKEHOLDER E WHISTLEBLOWING.....                                                    | 20        |
| 4.5      | POLICY DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA IN MATERIA TRATTAMENTO DATI PERSONALI .....                          | 21        |
| 4.6      | VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO .....                                                                       | 21        |
| 4.7      | LINEE GUIDA DEL SISTEMA SANZIONATORIO.....                                                              | 22        |

## 1 INTRODUZIONE

Il presente Codice Etico (di seguito il “**Codice Etico**” o, più semplicemente, il “**Codice**”) esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali assunti dai collaboratori di Enomondo s.r.l. (di seguito “**Enomondo**” o la “**Società**”), siano essi amministratori o dipendenti in ogni senso di tale impresa (di seguito i “**Collaboratori**”).

Enomondo conforma la conduzione delle proprie attività al rispetto dei principi e delle norme di comportamento espressi nel presente Codice Etico e nella normativa nazionale ed internazionale in vigore.

Enomondo riconosce l’importanza della responsabilità etico-sociale e della salvaguardia ambientale nella conduzione degli affari e delle attività della Società e, a tal fine, promuove una gestione della Società orientata al bilanciamento dei legittimi interessi dei propri portatori d’interesse e della collettività in cui opera. Il Codice è, pertanto, improntato ad un ideale di rispetto di tutti gli interessi delle parti coinvolte.

Enomondo aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i suoi Portatori di Interesse, intendendosi per tali quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di Enomondo o che hanno comunque un interesse in gioco nel suo perseguimento.

Sono Portatori di Interesse coloro che compiono investimenti connessi alle attività di Enomondo, in primo luogo i soci e, quindi, i Collaboratori, i clienti, i fornitori e i partners Enomondo.

Nell’ambito del sistema di controllo interno, il Codice Etico costituisce (ai sensi delle Linee Guida approvate da Confindustria il 31 marzo 2008), uno dei presupposti del Modello di organizzazione gestione e controllo di Enomondo (di seguito il “**Modello 231/01**”) e del sistema sanzionatorio ivi previsto.

È compito del Consiglio di Amministrazione approvare il Codice Etico.

Per quanto riguarda, in particolare, i reati previsti dal D.Lgs. 231/01, è stato istituito un Organismo di Vigilanza (di seguito “**OdV**”) che verifica il funzionamento e l’osservanza del Modello 231/01 per la prevenzione dei suddetti reati. Nello svolgimento dei propri compiti l’OdV affianca la funzione di Internal Auditing, delegata alle attività dettagliate nel corso del presente Codice.

La verifica dello stato di adeguatezza del Codice Etico rispetto alla sensibilità della Società, la sua attuazione e la sua applicazione è di competenza dell’OdV (Organismo di Vigilanza) in collaborazione con il CDA, l’Internal Auditing e del management aziendale, il quale potrà farsi anche promotore di proposte di integrazione o modifica dei contenuti.

L’Organismo di Vigilanza è libero di accedere a tutte le fonti di informazione della Società, ha facoltà, previa comunicazione al CDA di prendere visione dei documenti e consultare dati riservati, purché necessari per la corretta applicazione del Modello 231/01, e, suggerisce eventuali aggiornamenti del Codice Etico e del Modello 231/01, anche sulla base delle segnalazioni fornite dai

dipendenti. A tale proposito la Società – nel rispetto della privacy e dei diritti individuali – predispone canali di informazione tramite i quali tutti coloro che vengano a conoscenza di eventuali comportamenti illeciti posti in essere all'interno della Società possano riferire liberamente, in maniera riservata, direttamente all'Organismo di Vigilanza.

### **1.1 LA MISSIONE DI ENOMONDO**

Valorizzare i sotto-prodotti delle filiere agro-industriali italiane applicando le migliori competenze tecnologiche e di processo, nonché perseguire l'eccellenza nella salvaguardia dell'ambiente.

### **1.2 UN APPROCCIO COOPERATIVO VERSO GLI STAKEHOLDER**

Enomondo aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i suoi stakeholder, cioè con quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di Enomondo o che hanno comunque un interesse in gioco nel suo perseguimento attività.

Sono stakeholder coloro che compiono investimenti connessi alle attività di Enomondo, i collaboratori, i clienti, i fornitori e i partner Enomondo.

In senso allargato sono inoltre stakeholder tutti quei singoli o gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività di Enomondo, quali le comunità locali e nazionali in cui Enomondo opera (di seguito i "stakeholder" o "portatori d'interesse").

### **1.3 COMPORTAMENTI NON ETICI**

Nella conduzione delle attività aziendali i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra Enomondo e i suoi stakeholder.

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

### **1.4 IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI**

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale per Enomondo. All'esterno essa favorisce l'approvazione sociale, l'attrazione delle migliori risorse umane, la fedeltà dei clienti, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i terzi in genere.

All'interno, essa contribuisce a prendere e attuare le decisioni senza frizioni e di organizzare il lavoro senza controlli burocratici ed esercizi eccessivi dell'autorità. Il Codice Etico chiarisce i particolari doveri di Enomondo nei confronti degli stakeholder (doveri fiduciari).

### **1.5 IL VALORE DELLA RECIPROCITA'**

Il presente Codice Etico è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno.

Enomondo richiede perciò che ciascun stakeholder agisca nei suoi confronti secondo principi e regole ispirate ad un'analogia idea di condotta etica.

## **1.6 LA STRUTTURA DEL CODICE ETICO**

Il presente Codice Etico è costituito:

- dai principi generali sulle relazioni con gli stakeholder, che definiscono in modo astratto i valori di riferimento nelle attività di Enomondo;
- dai criteri di condotta verso ciascuna classe di stakeholder, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali i Collaboratori di Enomondo 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 finalizzato all'osservanza del Codice Etico ed al suo miglioramento.

## **1.7 DESTINATARI E AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO**

Il Codice Etico si applica a Enomondo ed è conseguentemente vincolante per i suoi collaboratori, i quali sono tenuti, senza distinzioni o eccezioni, ad osservare e far rispettare i principi di seguito individuati.

In nessun modo la convinzione di agire a vantaggio della Società può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con tali principi.

Il Codice Etico ha validità sia in Italia che all'estero, pur in considerazione della diversità culturale, sociale, economica e normativa dei vari Paesi in cui opera o dovesse operare Enomondo.

# **2 PRINCIPI GENERALI**

## **2.1 IMPARZIALITA'**

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi stakeholder (la selezione e la gestione del personale, l'organizzazione del lavoro, la gestione dei clienti da servire, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano), Enomondo evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori.

## **2.2 ONESTA'**

Nello svolgimento delle attività e nelle relazioni di qualunque tipo e natura, i Collaboratori di Enomondo sono tenuti a rispettare con diligenza la normativa vigente, il Codice Etico e i regolamenti interni.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse o del vantaggio di Enomondo può giustificare un operato non conforme ad una linea di condotta onesta.

### **2.3 CORRETTEZZA IN CASO DI POTENZIALI CONFLITTI DI INTERESSE**

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.

Con ciò si intende sia il caso in cui un collaboratore persegua un interesse diverso dalla missione di impresa e dal bilanciamento degli interessi degli stakeholder o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari dell'impresa, sia il caso in cui i rappresentanti dei clienti o dei fornitori, o delle istituzioni pubbliche, agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione, nei loro rapporti con Enomondo.

### **2.4 RISERVATEZZA**

Enomondo assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso, evitando un uso improprio delle informazioni medesime, e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e conformità alle norme giuridiche vigenti.

Inoltre, i Collaboratori di Enomondo sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

### **2.5 VALORIZZAZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DEI SOCI**

Enomondo orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei propri soci, adoperandosi affinché le performance economiche siano tali da salvaguardare ed incrementare il valore dell'impresa, al fine di accrescere l'utilità che ai soci deriva dalla partecipazione alla Società.

### **2.6 VALORE DELLE RISORSE UMANE**

I collaboratori di Enomondo sono un fattore indispensabile per il suo successo e per la realizzazione della propria missione.

Per questo motivo, Enomondo tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di massimizzarne il grado di soddisfazione e di migliorare ed accrescere il patrimonio delle competenze possedute da ciascun collaboratore.

## **2.7 EQUITÀ DELL'AUTORITÀ**

Nella gestione dei rapporti che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche - in special modo con i collaboratori - Enomondo si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitandone ogni abuso.

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

## **2.8 INTEGRITÀ DELLA PERSONA**

Enomondo garantisce l'integrità fisica e morale dei suoi collaboratori, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri.

Perciò non sono tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

## **2.9 TRASPARENZA E COMPLETEZZA DELL'INFORMAZIONE**

I collaboratori di Enomondo sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che, nell'impostare i rapporti con l'azienda, gli stakeholder siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze che ne possono derivare.

In particolare, nella formulazione di qualunque forma di accordo, Enomondo ha cura di specificare al contraente, in modo chiaro e comprensibile, i comportamenti da tenere nello svolgimento del rapporto instaurato.

## **2.10 DILIGENZA E ACCURATEZZA NELLA FORMULAZIONE ED ESECUZIONE DEI CONTRATTI**

Nella formulazione di eventuali contratti, Enomondo ha cura di specificare al contraente, in modo chiaro e comprensibile, i comportamenti da tenere nello svolgimento del rapporto instaurato.

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti.

Enomondo si impegna a non sfruttare condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

## **2.11 QUALITÀ DEI SERVIZI E DEI PRODOTTI**

Enomondo indirizza la propria azione alla piena soddisfazione dei propri clienti dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi.



Per questo motivo, Enomondo indirizza le proprie attività di ricerca, sviluppo e commercializzazione ad elevati standard di qualità dei propri servizi e prodotti.

### **2.12 CONCORRENZA LEALE**

Enomondo intende tutelare il valore della concorrenza leale astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante.

### **2.13 RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ**

Enomondo è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale delle comunità in cui opera.

Per questo motivo, Enomondo intende condurre le attività finalizzate al conseguimento dell'oggetto sociale in funzione dell'apprezzamento sociale, nel rispetto delle comunità locali e nazionali, e sostenere iniziative di valore culturale e sociale al fine di ottenere un miglioramento della propria reputazione e accettazione sociale.

### **2.14 TUTELA AMBIENTALE**

L'ambiente è un bene primario che Enomondo 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.

Enomondo si impegna dunque a migliorare l'impatto ambientale e paesaggistico delle proprie attività, nonché a prevenire i rischi per le popolazioni e per l'ambiente non solo nel rispetto della normativa vigente, ma tenendo conto dello sviluppo della ricerca scientifica e delle migliori esperienze in materia.

### **2.15 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LAVORO**

Enomondo riconosce alla tutela della salute e sicurezza sul lavoro un'importanza fondamentale e imprescindibile nell'ambito della organizzazione aziendale.

Conseguentemente, la Società adotta nell'esercizio dell'impresa le misure che, secondo la particolarità dell'attività svolta, l'esperienza e la tecnica sono necessarie a tutelare l'integrità fisica e la personalità morale dei lavoratori.

La ricerca di vantaggi per la Società, qualora comportino o possano comportare la violazione, dolosa o colposa, alle norme in tema di tutela della sicurezza e salute del lavoro, non è mai giustificata.

### 3 CRITERI DI CONDOTTA

#### 3.1 GENERALITA'

##### 3.1.1 TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI

Le informazioni degli stakeholder sono trattate da Enomondo 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 Enomondo:

- 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.

##### 3.1.2 REGALI, OMAGGI E BENEFICI

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 Enomondo.

Si precisa che per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio (partecipazione gratuita a convegni, promessa di un'offerta di lavoro, ecc.). Tale norma concerne sia i regali promessi o offerti sia quelli ricevuti, e non ammette deroghe nemmeno in quei Paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali è consuetudine.

In particolare, è vietata qualsiasi forma di regalo a rappresentanti di governo, pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, o a loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Gli omaggi di Enomondo si caratterizzano perché volti a promuovere la brand image della Società.

I regali offerti, salvo quelli di modico valore, devono essere documentati in modo adeguato per consentire verifiche e autorizzati dal responsabile di funzione, il quale provvede a darne preventiva comunicazione alla funzione Internal Auditing di Enomondo.

I collaboratori di Enomondo che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite, sono tenuti, secondo le procedure stabilite, a darne comunicazione alla funzione Internal Auditing di Enomondo che ne valuta l'appropriatezza e provvede a comunicare al mittente la politica di Enomondo in materia.

### **3.1.3 COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO**

La comunicazione di Enomondo verso i suoi stakeholder (anche attraverso i mass media) è improntata al rispetto del diritto all'informazione; in nessun caso è permesso 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, trasparenza e tempestività.

Per garantire completezza e coerenza delle informazioni, i rapporti di Enomondo con i mass media possono essere tenuti esclusivamente con il coordinamento della funzione preposta o della direzione generale.

## **3.2 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE E CON I COLLABORATORI**

### **3.2.1 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 in fase di selezione e assunzione sono strettamente collegate alla verifica di aspetti previsti dal profilo professionale e psicoattitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato.

Nelle fasi di selezione e assunzione la funzione aziendale preposta, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta comportamenti per evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo (per esempio, evitando che il selezionatore sia legato da vincoli di parentela con il candidato).

### **3.2.2 COSTITUZIONE DEL RAPPORTO**

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro; non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare.

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 vigente;
- norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- il presente Codice Etico.

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

### **3.2.3 GESTIONE DEL PERSONALE**

#### **3.2.3.1 VALUTAZIONE DEL PERSONALE**

Enomondo evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei propri collaboratori.

Nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai collaboratori (ad esempio in caso di promozione o trasferimento) e/o sulla base di considerazioni di merito (ad 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 favoritismi, forme di clientelismo o forme di nepotismo (ad esempio, escludendo rapporti di dipendenza gerarchica tra collaboratori legati da vincoli di parentela).

#### **3.2.3.2 DIFFUSIONE DELLE POLITICHE DEL PERSONALE**

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

#### **3.2.3.3 VALORIZZAZIONE E FORMAZIONE DELLE RISORSE**

I responsabili utilizzano e valorizzano pienamente tutte le professionalità presenti all'interno di Enomondo, attivandosi al fine di favorire lo sviluppo e la crescita dei propri collaboratori (ad esempio, attraverso programmi di scambio fra personale qualificato di diverse divisioni, affiancamenti a personale esperto, esperienze finalizzate alla copertura di incarichi di maggiore responsabilità).

In quest'ambito, riveste particolare importanza la comunicazione da parte dei responsabili dei punti di forza e di debolezza del collaboratore, in modo che quest'ultimo possa tendere al miglioramento delle proprie competenze anche attraverso una formazione mirata.

Enomondo, allo scopo di valorizzare le specifiche competenze e conservare il valore professionale del personale mette a disposizione di tutti i collaboratori strumenti informativi e formativi a tal fine necessari.

È prevista una formazione istituzionale erogata in determinati momenti della vita aziendale del collaboratore (ad esempio, per i neoassunti è prevista una formazione ai fini del D. Lgs. 231/2001, un'introduzione all'azienda e al suo business) e una formazione ricorrente rivolta al personale operativo.

#### **3.2.3.4 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.

#### **3.2.3.5 COINVOLGIMENTO DEI COLLABORATORI**

E' 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 ed indipendenza di giudizio.

L'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali; il collaboratore deve, comunque, sempre concorrere all'attuazione delle attività stabilite.

#### **3.2.4 INTERVENTI 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.

Inoltre, 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.

#### **3.2.5 SICUREZZA E SALUTE**

Enomondo 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 degli altri soggetti presenti sui luoghi di lavoro.

A tal fine, realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa, attraverso:

- l'introduzione di un sistema integrato di gestione dei rischi e della sicurezza volti ad identificare le principali criticità dei processi e delle risorse da proteggere;
- l'adozione delle migliori tecnologie;
- il controllo e l'aggiornamento delle metodologie di lavoro;
- l'apporto di interventi formativi e di comunicazione.

### **3.2.6 TUTELA DELLA PRIVACY**

La privacy del collaboratore è tutelata adottando standard che specificano le informazioni che l'impresa richiede al collaboratore e le relative modalità di trattamento e conservazione.

È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e, in generale, la vita privata dei collaboratori.

Tali standard prevedono inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun collaboratore, delle norme a protezione della privacy.

### **3.2.7 INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA**

Enomondo si impegna a tutelare l'integrità morale dei collaboratori garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Per questo motivo salvaguarda i lavoratori da atti di violenza psicologica e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento Discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze (per esempio, nel caso di ingiurie, minacce, isolamento o eccessiva invadenza, limitazioni professionali).

Il Consiglio di Amministrazione, ricevuta la comunicazione - mediante i meccanismi predisposti dall'Internal Auditing - dal collaboratore, che ritiene di essere stato oggetto di molestie o di essere stato discriminato per motivi legati all'età, al sesso, alla sessualità, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose, ecc., valuterà l'effettiva violazione del Codice Etico.

### **3.2.8 DOVERI DEI COLLABORATORI**

#### **3.2.8.1 OBBLIGHI DI CONDOTTA**

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.

#### **3.2.8.2 GESTIONE DELLE INFORMAZIONI**

Il collaboratore deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità.

È tenuto ad elaborare i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta.

#### **3.2.8.3 CONFLITTO DI INTERESSI**

Tutti i collaboratori di Enomondo sono tenuti ad evitare le situazioni ed attività in cui si possono manifestare conflitti di interessi e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare conflitto di interessi le seguenti situazioni:

- svolgere una funzione di vertice (amministratore delegato, consigliere, responsabile di funzione) e avere interessi economici con fornitori, clienti, o concorrenti (possesso di azioni, incarichi professionali, ecc.) anche attraverso i familiari;
- curare i rapporti con i fornitori e svolgere attività lavorativa, anche da parte di un familiare, presso fornitori;
- accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con Enomondo.

Qualora un collaboratore si trovi in una situazione che, anche potenzialmente, può costituire o determinare un conflitto di interessi è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa la funzione Internal Auditing di Enomondo, che ne valuta caso per caso l'effettiva presenza.

Il collaboratore è tenuto, inoltre – coerentemente con quanto previsto anche dal vigente contratto di lavoro - a dare informazioni al proprio Responsabile e all'Internal Auditing circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano apparire in conflitto di interessi con Enomondo.

#### 3.2.8.4 UTILIZZO DEI BENI AZIENDALI

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

In particolare, ogni collaboratore 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.

Ogni collaboratore è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente le unità aziendali preposte di eventuali minacce o eventi dannosi per Enomondo.

Enomondo si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture utilizzando ogni forma di sistema di rilevazione dati e controllo operativo, nonché di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti in materia di riservatezza delle informazioni (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 ed 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 ed offensivi.

### **3.3 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI**

#### **3.3.1 IMPARZIALITÀ**

Enomondo si impegna a non discriminare arbitrariamente, nello svolgimento delle proprie attività, i propri clienti.

#### **3.3.2 I CONTRATTI E LE COMUNICAZIONI AI CLIENTI**

I contratti e le comunicazioni ai clienti di Enomondo (compresi i messaggi pubblicitari) sono:

- 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;
- 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 più idonei alla trasmissione dei contenuti senza avvalersi di eccessive pressioni e sollecitazioni, e impegnandosi a non utilizzare strumenti pubblicitari ingannevoli o non veritieri.

#### **3.3.3 STILE DI COMPORTAMENTO DEI COLLABORATORI**

Lo stile di comportamento di Enomondo nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

Ciascun collaboratore, pertanto, dovrà:

- osservare le procedure interne per la gestione dei rapporti con i clienti;
- fornire, con efficienza e cortesia, nei limiti delle previsioni contrattuali, prodotti e servizi di livello tale che possano soddisfare le aspettative e necessità del cliente;
- fornire accurate ed esaurienti informazioni circa prodotti e servizi in modo che il cliente possa assumere decisioni consapevoli.



### **3.3.4 CONTROLLO DELLA QUALITÀ**

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

### **3.3.5 COINVOLGIMENTO DELLA CLIENTELA**

Enomondo si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti e delle associazioni a loro tutela avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi (ad esempio, servizi di call center, indirizzi di posta elettronica).

È cura di Enomondo informare i clienti del ricevimento delle loro comunicazioni e dei tempi necessari per le risposte che, comunque, dovranno essere brevi.

## **3.4 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI**

### **3.4.1 SCELTA DEL FORNITORE**

I processi di approvvigionamento di beni e servizi sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per Enomondo e alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore; sono inoltre fondati su comportamenti precontrattuali e contrattuali tenuti nell'ottica di un'indispensabile e reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

In particolare, i collaboratori Enomondo addetti a tali processi sono tenuti a:

- non precludere ad alcuno, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili;
- assicurare in fase di selezione del fornitore una concorrenza sufficiente considerando una rosa adeguata di candidati (ad esempio considerando almeno tre imprese); eventuali deroghe devono essere autorizzate e documentate.

L'accettazione sottoscritta del presente Codice da parte del fornitore rappresenta uno dei criteri di selezione e diviene parte integrante del rapporto contrattuale.

Nell'ipotesi che il fornitore, nello svolgimento della propria attività per Enomondo, adotti comportamenti non in linea con i principi generali del presente codice, Enomondo è legittimata a prendere opportuni provvedimenti fino a precludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

### **3.4.2. INTEGRITÀ E INDIPENDENZA NEI RAPPORTI**

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando ove possibile forme di dipendenza.

Così, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- qualsiasi contratto la cui esecuzione è ripetuta e/o frazionata (es.: contratti di durata) il cui importo significativo deve essere costantemente monitorato;
- di norma, sono evitati i progetti vincolanti di lungo periodo utilizzando contratti a breve termine che comportino rinnovi con revisione dei prezzi, oppure contratti di consulenza senza un adeguato trasferimento di know-how, ecc.;
- non è ritenuto corretto indurre un fornitore a stipulare un contratto a lui sfavorevole lasciandogli intendere un successivo contratto più vantaggioso.

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto, Enomondo predispone:

- la separazione dei ruoli tra l'unità richiedente la fornitura e l'unità stipulante il contratto;
- un'adeguata ricostruibilità delle scelte adottate;
- la conservazione delle informazioni nonché dei documenti contrattuali per i periodi stabiliti dalle normative vigenti e richiamati nelle procedure interne di acquisto.

### **3.4.3. TUTELA DEGLI ASPETTI ETICI NELLE FORNITURE**

Le violazioni dei principi generali del Codice Etico comportano meccanismi sanzionatori, tesi anche ad evitare reati contro la pubblica amministrazione riconducibili alle attività di Enomondo.

A tal fine, nei singoli contratti sono predisposte apposite clausole.

In particolare, nei contratti con i fornitori di Paesi a "rischio", definiti tali da organizzazioni riconosciute, sono introdotte clausole contrattuali che prevedono:

- un'autocertificazione da parte del fornitore dell'adesione a specifici obblighi sociali (ad esempio, misure che garantiscono ai lavoratori il rispetto dei diritti fondamentali, i principi di parità di trattamento e di non discriminazione, la tutela del lavoro minorile);
- la possibilità di avvalersi di azioni di controllo presso le unità produttive o le sedi operative dell'impresa fornitrice, al fine di verificare il soddisfacimento di tali requisiti.

### **3.4.4 TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE DEI FORNITORI**

Enomondo accerta che i requisiti dei propri appaltatori e subappaltatori corrispondano nel tempo a quelli richiesti dalle procedure e dai sistemi di qualificazione aziendali.

### **3.5 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITA'**

#### **3.5.1 RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI PUBBLICHE**

I rapporti con le istituzioni pubbliche, locali, nazionali ed internazionali, volti al presidio degli interessi complessivi di Enomondo e collegati all'attuazione dei suoi programmi, sono riservati esclusivamente alle funzioni ed alle responsabilità a ciò delegate.

Tali rapporti dovranno essere orientati a criteri di massima trasparenza e correttezza, rigore e coerenza, evitando atteggiamenti di natura collusiva.

Enomondo adotta specifici modelli organizzativi per la prevenzione dei reati nei confronti della pubblica amministrazione.

#### **3.5.2 RAPPORTI ECONOMICI CON PARTITI, ORGANIZZAZIONI SINDACALI ED ASSOCIAZIONI**

Enomondo non finanzia partiti nè in Italia nè all'estero, loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica. Si astiene inoltre da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici e rappresentanti pubblici.

#### **3.5.3 CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI**

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

Le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, sono destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità.

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

#### **3.5.4 POLITICA AMBIENTALE**

In materia di tutela ambientale, Enomondo definisce le politiche ambientali e di sviluppo industriale sostenibile, elaborando le linee guida di attuazione all'interno della Società promuovendo i seguenti strumenti di politica ambientale:

- accordi volontari con le istituzioni e le associazioni ambientaliste e di categoria;
- sistemi di gestione ambientale diretti al miglioramento continuo delle prestazioni e dell'organizzazione ambientale;
- un sistema periodico di acquisizione dei dati ambientali;

- attività di sensibilizzazione e di formazione ambientale per i collaboratori, che mirano alla divulgazione interna delle iniziative e ad accrescere le competenze e le professionalità dei dipendenti;
- controllo dell'andamento delle azioni aziendali in termini di impatto ambientale.

Enomondo, si impegna ad adottare tutte le prescrizioni inserite nei protocolli di attuazione per il mantenimento delle certificazioni in tema ambientale. A tal proposito si impegna nei tempi tecnicamente necessari a far sì che ogni sito operativo rispetti i requisiti dettati dalle certificazioni in tema ambientale.

## **4 MODALITA' DI ATTUAZIONE**

### **4.1 COMPITI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN MATERIA DI ATTUAZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO**

In materia di Codice Etico competono al Consiglio di Amministrazione i seguenti compiti:

- prendere decisioni in materia di violazioni del Codice di significativa rilevanza segnalate dal responsabile della funzione Internal Auditing della Società;
- esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice Etico;
- provvedere alla revisione periodica del Codice Etico. A tal fine, il Consiglio valuta:
- i piani di comunicazione e formazione etica;
- il piano di lavoro predisposto dal responsabile della funzione Internal Auditing della Società e le relazioni periodiche dello stesso.

### **4.2 COMPITI DELLA FUNZIONE INTERNAL AUDITING DI ENOMONDO**

Al responsabile della funzione Internal Auditing di Enomondo sono attribuiti i seguenti compiti:

- verificare l'applicazione e il rispetto del Codice Etico attraverso l'attività di ethical Internal Auditing che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito Enomondo 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; in particolare: 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 del Comitato per il Controllo Interno;

- ricevere e analizzare le segnalazioni di violazione del Codice Etico;
- proporre al Consiglio di Amministrazione le modifiche e le integrazioni da apportare al Codice Etico.

Tali attività sono effettuate con il supporto delle funzioni aziendali interessate e, inoltre, disponendo del libero accesso a tutta la documentazione ritenuta utile.

#### **4.3 COMUNICAZIONE E FORMAZIONE**

Il Codice Etico è portato a conoscenza degli stakeholder interni ed esterni mediante apposite attività di comunicazione.

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del Codice Etico a tutti i collaboratori di Enomondo, l'ufficio personale predispone e realizza, anche in base alle indicazioni del responsabile della funzione Internal Auditing della Società, un piano di formazione volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche. Le iniziative di formazione sono differenziate secondo il ruolo e la responsabilità dei Collaboratori; per i neoassunti è previsto un apposito programma formativo che illustra i contenuti del codice di cui è richiesta l'osservanza.

#### **4.4 SEGNALAZIONI DEGLI STAKEHOLDER E WHISTLEBLOWING**

Enomondo provvede a stabilire per ogni stakeholder dei canali di comunicazione a cui poter rivolgere le proprie segnalazioni.

In alternativa, tutti gli stakeholder di Enomondo possono segnalare, per iscritto e in forma anche anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico o del Modello 231 adottato da Enomondo alla funzione Internal Auditing<sup>1</sup> o all'OdV designato<sup>2</sup> dalla Società che provvedono ad un'analisi della segnalazione, ascoltandone eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione.

---

<sup>1</sup> Le segnalazioni possono essere inviate con le seguenti modalità:

- lettera all'indirizzo ENOMONDO s.r.l. - Funzione Internal Auditing - Codice Etico - Via Convertite n. 6 48018 Faenza (RA);
- comunicazione all'indirizzo <https://www.gruppohera.it/gruppo/governance/scrivi-al-gruppo-hera-direzione-internal-auditing>

<sup>2</sup> Le segnalazioni possono essere inviate con le seguenti modalità:

- e-mail all'indirizzo [odv@enomondo.it](mailto:odv@enomondo.it)

La funzione Internal Auditing e/o l'OdV di Enomondo agiscono in modo 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 (ad esempio, per i fornitori: interruzione dei rapporti di affari, per i dipendenti: mancata promozione, ecc.). È inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

#### **4.5 POLICY DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA IN MATERIA TRATTAMENTO DATI PERSONALI**

Il ruolo dell'Organismo di Vigilanza richiede che le attività ed i servizi erogati vengano svolti in maniera terza ed indipendente, in modo da garantire a tutte le parti interessate che non vi siano minacce all'imparzialità o conflitti di interesse. È infatti l'OdV a valutare, di volta in volta, della profondità delle verifiche e dei controlli, nonché la frequenza dei flussi informativi necessari per garantire l'efficacia del modello, la qualità e la numerosità di dati ed evidenze da acquisire, compresi quelli personali, in funzione del contesto e dei requisiti legali applicabili.

Per lo svolgimento delle attività di controllo e verifica, aggiornamento del Modello 231 e dei relativi allegati, riunioni, redazione di verbali, etc., l'OdV può trattare dati personali (compresi quelli particolari, o relativi a condanne penali o reati), anche fornitigli dalla stessa Società, allo scopo di raccogliere le evidenze necessarie per dare seguito ai compiti oggetto dell'incarico, ovvero in adempimento agli obblighi previsti dal D.lgs. 231/01. L'OdV, pertanto, rispetta le prescrizioni previste dalla normativa vigente e richiede a tutti i suoi componenti di rispettare le stesse regole, vincolandoli alla riservatezza.

Ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679, e in base a quanto riportato nel "Parere sulla qualificazione soggettiva ai fini privacy degli Organismi di Vigilanza previsti dall'art. 6, D.lgs. dell' 8 giugno 2001, n. 231", pubblicato dal Garante della privacy in data 12.05.2020, i componenti dell'OdV sono autorizzati dal Titolare al trattamento di tutti i dati finalizzato all'assolvimento delle funzioni che sono chiamati a svolgere.

Durante il periodo in cui l'OdV è in carica, i dati personali non sono comunicati a soggetti terzi se non previo consenso esplicito dell'interessato o in adempimento ad obbligo di legge, e decorso il termine dell'incarico l'OdV si limita alla mera conservazione degli atti, in conformità al Regolamento UE 2016/679. In ogni caso, non è prevista la diffusione dei dati personali.

Per l'esercizio dei diritti definiti nel suddetto regolamento, l'interessato può inoltrare una richiesta al seguente indirizzo: [odv@enomondo.it](mailto:odv@enomondo.it)

Inoltre, l'interessato può, in qualsiasi momento, proporre reclamo all'autorità Garante.

#### **4.6 VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO**

La funzione Internal Auditing di Enomondo riporta le violazioni del Codice Etico, emerse in conseguenza delle segnalazioni degli stakeholder e i suggerimenti ritenuti necessari, al Consiglio di Amministrazione per l'esame delle stesse e per l'adozione dei provvedimenti conseguenti, secondo la normativa in vigore e il sistema disciplinare adottato dalla Società.

Le competenti funzioni aziendali, attivate dal Consiglio di Amministrazione, applicano i provvedimenti, ne curano l'attuazione e riferiscono l'esito.

#### **4.7 LINEE GUIDA DEL SISTEMA SANZIONATORIO**

La violazione dei principi fissati nel Codice Etico e nelle procedure previste dai protocolli interni di cui al Modello 231/01, compromette il rapporto fiduciario tra la Società ed i propri amministratori, soci, dipendenti, consulenti, collaboratori a vario titolo, fornitori, partners commerciali e finanziari.

Tali violazioni saranno dunque perseguite dalla Società incisivamente, con tempestività ed immediatezza, attraverso i provvedimenti disciplinari previsti nel Modello 231/01, in modo adeguato e proporzionale, indipendentemente dall'eventuale rilevanza penale di tali comportamenti e dall'instaurazione di un procedimento penale nei casi in cui costituiscano reato.

Enomondo riserva all'OdV il più ampio potere in merito ad attività di verifica della fondatezza delle segnalazioni di vigilanza ricevute e prevede l'applicazione del sistema sanzionatorio solamente quando tale attività di verifica abbia esito positivo. Costituisce una violazione del Codice Etico una segnalazione di vigilanza "whistleblowing" mendace o posta in essere a soli scopi di tipo diffamatorio e denigratorio.

Gli effetti della violazione del Codice Etico e dei protocolli interni di cui al Modello 231/01 devono essere tenuti in seria considerazione da tutti coloro che a qualsiasi titolo intrattengono rapporti con Enomondo: a tal fine la Società provvede a diffondere il Codice Etico, i protocolli interni e ad informare sulle sanzioni previste in caso di violazione e sulle modalità e procedure di irrogazione.