

LATTONEDIL



Lattonedil S.p.A.

Codice Etico

Versione DICEMBRE 2023

P a g . 1 | 8

INDICE

1. Premessa

2. Valori

- 2.1. Lealtà
- 2.2. Correttezza
- 2.3. Fiducia
- 2.4. Integrità
- 2.5. Trasparenza
- 2.6. Efficienza

3. Rapporti con l'esterno

- 3.1. Competizione
- 3.2. Relazioni
 - 3.2.1. Con i Clienti
 - 3.2.2. Con i Fornitori
 - 3.2.3. Con la Pubblica Amministrazione
 - 3.2.4. Con l'Ambiente

4. Modalità di attuazione e Controllo

1. Premessa

Il presente documento illustra tutte quelle regole che Lattonedil S.p.A. (di seguito “la Società” o “l’Azienda” o “l’Impresa”) rispetta fin dalla propria fondazione. A partire dalla sua costituzione la Società si è fin da subito cimentata in ogni processo del lavoro quotidiano ad indirizzare la propria attività verso valori umani e principi sociali da trasmettere a tutti i propri *stakeholder*. In aggiunta, la Società ha sempre voluto contribuire, tramite il proprio operato, in modo responsabile, al progresso dell’economia a cui fa riferimento ed alla crescita civile dei vari territori in cui produce.

Il valore del lavoro viene posto in primo piano e perseguito attraverso principi di lealtà, correttezza, fiducia, integrità, trasparenza ed efficienza. Questo insieme di principi risulta essere per la Società di fondamentale importanza sia per il regolare funzionamento e sia per il raggiungimento dei propri obiettivi.

L’ambiente di lavoro della Società tende a coinvolgere e responsabilizzare i propri collaboratori, dirigendoli verso specifici risultati da ottenere grazie ad apposite procedure. La Società cerca da sempre di assumere, attraverso un’accurata selezione, persone qualificate e con una buona reputazione e osserva in maniera scrupolosa le procedure interne relative alla selezione ed alla gestione dei rapporti con i collaboratori non subordinati.

È compito dell’impresa diffondere, sia internamente che esternamente, il Codice Etico per garantire che qualunque interlocutore che opera nella stessa sia tenuto alla conoscenza del Codice ed alla presa visione delle disposizioni in esso contenute. È responsabilità dell’impresa, inoltre, vigilare sull’osservanza del Codice, predisponendo, a tal fine, tutti i necessari strumenti di prevenzione e controllo.

2. Valori

I principi etici ai quali fa riferimento la Società descrivono i capisaldi fondamentali sui quali poggia la cultura dell'Azienda. A questi valori devono sempre far riferimento il personale aziendale, le aziende o gli enti che già operano o che sono intenzionati ad operare con o per conto della Società.

2.1. Lealtà

La Società persegue principi di onestà e lealtà che si traducono in un impegno rispettoso verso l'altro. Ciò significa dare all'altro le proprie attenzioni, il rispetto ed un sostegno costante. Innanzitutto, l'Impresa è rispettosa verso i propri principi, la propria politica aziendale ed è da qui che riesce ad agire sempre guidata da valori imprescindibili, rimanendo fedele verso i propri *stakeholder*.

Il principio di lealtà non è un concetto esterno ma ha origine dall'interno dell'Azienda ed è in armonia con un codice di valore basato sul rispetto e sull'integrità morale che la Società ha costruito durante il proprio percorso.

2.2. Correttezza

Il principio di correttezza sottintende il rispetto dei diritti di tutti i soggetti coinvolti nelle attività della Società. Per questo motivo, a differenza del principio di lealtà, questo tipo di principio incentra l'impegno, non soltanto con l'interessato, ma con l'intera Società.

In particolare, i destinatari del presente documento hanno il dovere di agire in maniera corretta, in modo da evitare situazioni di conflitto d'interessi, quindi tutte le situazioni in cui il perseguimento del proprio interesse sia in contrasto con gli interessi e gli obiettivi aziendali. Inoltre, bisogna evitare situazioni in cui un collaboratore o un amministratore o qualsiasi altro destinatario possa trarre vantaggio e/o profitti indebiti da opportunità conosciute durante lo svolgimento della propria attività. Ogni operazione e/o transazione, come prevede il principio, deve essere trasparente e chiara nei confronti degli interessati.

2.3. Fiducia

La Società pone al centro del proprio operato il cliente, con cui mira ad instaurare un rapporto di fiducia reciproca, il quale è uno degli elementi chiave del successo dell'Azienda. La fiducia che i clienti riconoscono ogni giorno all'impresa con i propri acquisti sono il nucleo forte della relazione duratura che li unisce.

I comportamenti in Azienda, non a caso, si basano sulla reciproca fiducia tra colleghi, sulla piena disponibilità e trasparenza verso tutte le parti interessate. La fiducia si stabilisce e si propaga dall'interno verso l'esterno ed è per questo motivo che la Società agisce sempre con la consapevolezza di avere fiducia in sé stessa a vantaggio della propria credibilità. La fiducia aziendale crea quindi un allineamento tra i settori che compongono l'Azienda stessa e si propaga all'esterno grazie alla fiducia nel mercato, la quale porta ad una migliore reputazione.

2.4. Integrità

Le norme etiche che si instaurano nelle politiche aziendali della Società restano uno degli elementi fondamentali nello svolgimento delle proprie attività. L'Azienda infatti si rifà al principio di integrità e agire con integrità significa essere sempre onesti, prima definendo i propri valori personali e poi rispettandoli.

Innanzitutto, attraverso la propria integrità, la Società è riuscita ad ottenere una reputazione sempre più solida nel tempo con i propri *stakeholder*; in seguito la Società ha potuto constatare che agire con integrità spesso significa generare un prodotto o un servizio migliore per il cliente, quindi relazioni più solide; così come, nel corso dell'esperienza aziendale, l'impresa ha potuto verificare che l'integrità si schiera spesso con la prospettiva del successo a lungo termine.

2.5. Trasparenza

Il principio di trasparenza si fonda sulla veridicità, accuratezza e completezza dell'informazione e sulla chiarezza della comunicazione sia all'esterno che all'interno dell'Azienda. Gli amministratori, i collaboratori ed i consulenti esterni della Società si impegnano a fornire informazioni complete, corrette, adeguate e tempestive sia all'esterno (Istituti finanziari, autorità pubbliche, mercato, clienti, etc.) che all'interno dell'Azienda. Le informazioni sono rese in modo chiaro e semplice, di norma fornite tramite comunicazione scritta.

2.6. Efficienza

La Società sa che l'efficacia e l'efficienza aziendale sono due fattori che incidono in maniera determinante nel perseguire un obiettivo ed aumentare la propria produttività. Infatti, il principio dell'efficienza è proprio la capacità dell'Impresa di raggiungere l'obiettivo prefissatosi con l'impiego di risorse minime indispensabili.

La Società può rifarsi a questo principio in quanto risulta essere un'Azienda efficiente: ha obiettivi chiari da raggiungere e li ottiene nel minor tempo possibile e con l'impiego delle risorse più adatte. Infine, attraverso questa caratteristica, l'Impresa ha migliorato con il tempo il coordinamento tra i singoli settori e la cultura aziendale stessa.

3. Rapporti con l'esterno

3.1. Competizione

Dal punto di vista della Società la concorrenza dev'essere libera e leale, sfruttando le proprie azioni per ottenere risultati competitivi che possano premiare la propria capacità, esperienza ed efficacia. La Società riesce ad avere questo tipo di rapporto con i propri concorrenti grazie al fatto che ha la capacità di guidare l'innovazione ed il servizio nella propria categoria di prodotti al fine di renderli più attraenti di altri e fornire ai clienti qualcosa di nuovo.

Dunque, qualsiasi azione diretta ad alterare le condizioni di corretta competizione è contraria alla politica aziendale dell'Impresa. Ogni comportamento dei vertici e dei collaboratori della Società deve essere conforme alle regole del Codice.

Infine, l'Impresa ritiene di fondamentale importanza che tutte le comunicazioni con l'esterno riguardanti sé stessa e le proprie attività debbano essere veritiere, chiare e verificabili.

3.2. Relazioni

3.2.1. Con i Clienti

La Società ha improntato la propria attività al criterio della qualità al fine di soddisfare a pieno il cliente. Essa nei rapporti con i clienti garantisce correttezza e chiarezza nelle trattative commerciali e nell'assunzione dei vincoli contrattuali; inoltre, assicura fedeltà e diligenza nell'adempimento contrattuale.

Le offerte che formula la Società rispettano gli adeguati standard qualitativi e le vigenti misure di sicurezza e tutela dell'ambiente. Nella conduzione di tutte le trattative l'Impresa s'impegna ad evitare situazioni in cui i soggetti coinvolti nelle transazioni siano o possano apparire in conflitto d'interesse.

Infine, tutte le comunicazioni pubblicitarie, commerciali o di qualsiasi altro genere della Società risultano essere coerenti con il prodotto ed il servizio offerto al cliente.

3.2.2. Con i Fornitori

Le norme di questo Codice regolano anche le relazioni con i fornitori della Società, comprensive dei contratti finanziari e di consulenza; inoltre, esse sono oggetto di costante e preciso monitoraggio da parte dell'Impresa.

La società dispone di fornitori, appaltatori o subappaltatori che operano in conformità delle normative vigenti e delle regole previste dal Codice. In quanto, secondo a quanto si attiene l'Impresa, ogni tipo di relazione commerciale deve essere disciplinata tramite contratto scritto; nell'ipotesi in cui il fornitore non rispetti tali principi la Società si riserva la facoltà di prendere opportuni provvedimenti che possono comprendere anche quello di evitare ulteriori rapporti di collaborazione.

L'Azienda effettua la selezione dei fornitori nell'osservanza dei requisiti di qualità, prezzo, convenienza, capacità ed efficienza.

3.2.3. Con la Pubblica Amministrazione

Le relazioni della Società con la Pubblica Amministrazione, o in ogni caso relative a rapporti di carattere pubblicistico, s'ispirano alla più rigorosa osservanza delle disposizioni normative e regolamentari applicabili e non possono in alcun modo compromettere l'integrità e la reputazione dell'Azienda.

I rapporti la Pubblica Amministrazione, inoltre, vengono monitorati dalla Società e documentati da un agire trasparente, corretto e professionale. L'assunzione di impegni e la gestione dei rapporti con la stessa sono riservati alle funzioni aziendali a ciò preposte e autorizzate.

3.2.4. Con l'Ambiente

Le attività produttive della Società sono gestite nel rispetto dell'ambiente; infatti, quando l'Impresa promuove processi produttivi cura lo svolgimento di tutte le indagini occorrenti al fine di verificare i possibili rischi ambientali e prevenirne i danni.

La Società s'impegna a diffondere e consolidare tra tutti i propri collaboratori, fornitori e subfornitori una cultura della tutela ambientale e della prevenzione dell'inquinamento, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti.

4. Modalità di attuazione e controllo

La Società si assume la responsabilità di diffondere, a tutti i livelli, una cultura interna caratterizzata dalla consapevolezza dell'esistenza dei controlli ed orientata all'esercizio del controllo stesso. L'Azienda adotta misure organizzative e di gestione idonee a prevenire comportamenti illeciti o in qualche modo contrari alle regole del Codice da parte di qualunque soggetto che agisca per l'Impresa. Queste misure sono in linea con la normativa vigente e nell'ottica della pianificazione e della gestione delle attività aziendali indirizzate all'efficienza, alla correttezza, alla trasparenza e alla qualità.

Per quanto concerne l'articolazione delle attività e la complessità organizzativa, l'Azienda adotta un sistema di deleghe di poteri e funzioni in modo tale da prevedere esplicitamente e specificatamente l'attribuzione degli incarichi a persone dotate di idonea capacità e competenza. In relazione a ciò, la Società attua modelli di organizzazione e gestione che prevedono misure idonee a garantire lo svolgimento delle attività nel rispetto della legge e delle regole di comportamento di questo Codice, ed a scoprire ed eliminare tempestivamente le situazioni di rischio.

La Società dispone di specifiche modalità di controllo della conformità dei comportamenti di chiunque agisce per l'Impresa o nel suo ambito alle previsioni della normativa vigente e alle regole di comportamento del Codice. Infatti, ogni funzione aziendale presidia e garantisce l'aderenza delle proprie azioni e attività ai suoi principi e regole e ciascuna funzione è responsabile dell'esecuzione dei controlli nel proprio ambito di competenza, della rilevazione delle inosservanze che si sono verificate al proprio interno e della segnalazione delle stesse.

La violazione delle norme da parte dei collaboratori potrà costituire inadempimento alle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, con ogni conseguenza di legge. Comunque, nessun collaboratore potrà essere sottoposto a procedimento disciplinare in caso di segnalazioni errate effettuate in buona fede.

La violazione delle norme del Codice da parte dei componenti dell'Organismo di Vigilanza e Controllo, del Collegio Sindacale, del Revisore contabile o da parte dei componenti del Consiglio di amministrazione verrà valutata e sanzionata dal Consiglio di amministrazione o dall'Assemblea dei soci con una nota scritta di segnalazione oppure con la revoca del mandato.

La Società, nell'ambito degli adempimenti normativi previsti dal D.Lgs. 24/2023 (c.d. Sistema Whistleblowing), ha attivato appositi canali di segnalazione, utilizzabili anche al fine di segnalare eventuali violazioni del presente Codice etico. Al riguardo si rinvia al paragrafo 6 del Modello Organizzativo di Gestione e Controllo della Società.