

GENERAL MARKING

**Codice Etico
Allegato 1**

1 | IL CODICE ETICO DI GENERAL MARKING

Natura e obiettivi del Codice Etico

Il Codice Etico è rivolto a tutti coloro che operano per il Gruppo Cembre (di seguito identificato anche come “Cembre” o il “Gruppo” salvo diversa indicazione) o che, comunque, sono legati al Gruppo, al fine di rendere chiari, inequivocabili e comprensibili i principi etici cui General Marking si ispira.

Il Codice, infatti, è il documento ufficiale in cui sono fissati i principi etici in cui General Marking si rispecchia e ai quali, coerentemente, si devono ispirare tutti i soggetti con i quali esso opera.

Motivi e scopi dell'adozione del Codice Etico:

- stabilire uno standard comportamentale volto a prevenire la commissione di reati connessi all'attività di General Marking o comunque nell'interesse o a vantaggio della società;
- individuare misure e strumenti di controllo interno idonei a monitorare il rispetto del Codice stesso;
- creare valore.

Le esigenze analizzate dal presente Codice non sono solo di ordine legale ed economico ma sono dettate da un preciso impegno sociale e morale che il Gruppo Cembre assume.

Destinatari del codice etico

Sono destinatari del Codice Etico, obbligati a osservare i principi in esso contenuti e sottoposti a sanzioni per violazione delle sue disposizioni, gli azionisti, gli Amministratori, i Sindaci nonché qualsiasi soggetto eserciti la gestione ed il controllo di General Marking a prescindere dalla qualifica giuridico - formale.

Sono, altresì, destinatari obbligati del Codice e sottoposti a sanzioni per violazione delle sue disposizioni, tutti i dipendenti ed i collaboratori, anche occasionali, del Gruppo.

Sono altresì destinatari obbligati del Codice i consulenti, i fornitori, i partner delle iniziative commerciali di General Marking e chiunque svolga attività in nome e per conto di General Marking sotto il controllo della stessa.

Il presente Codice Etico è disponibile sul sito internet del Gruppo al seguente indirizzo: ***www.cembre.com***

2 | LE REGOLE DI COMPORTAMENTO IN GENERALE

Conformità a leggi e regolamenti

Le leggi vigenti, le norme e le direttive dell'attuale sistema giuridico sono alla base di tutte le attività commerciali intraprese dall'azienda. Queste norme devono essere assolutamente rispettate. Rapide evoluzioni o cambiamenti normativi possono richiedere notevoli sforzi di adattamento all'organizzazione aziendale: in ogni caso, a tutti i collaboratori è richiesto di accettare i cambiamenti con responsabilità, professionalità e integrità. Sono tassativamente da evitare le azioni e i comportamenti personali che possano influire negativamente sull'immagine di General Marking agli occhi dell'opinione pubblica.

Correttezza e trasparenza della gestione

General Marking deve essere amministrata e gestita secondo i principi di trasparenza, correttezza e assolvendo a tutti gli obblighi di comunicazione che la legge prescrive.

Inoltre General Marking deve essere gestita in modo che si realizzi la massima salvaguardia del suo patrimonio sociale, a tutela degli azionisti, dei creditori, degli investitori, dei finanziatori e di tutti i portatori di interessi.

General Marking proibisce la gestione e l'amministrazione di fatto (anche con riferimento alle società dalla stessa partecipate e/o controllate) da parte di qualsiasi soggetto, compresi gli Azionisti, nonché l'esercizio di qualsiasi potere di rappresentanza, direzione o spesa non formalmente autorizzato dagli organi dalla stessa preposti.

Prevenire il conflitto di interessi

Un conflitto di interessi si verifica quando un dipendente o un collaboratore impegnato a svolgere un incarico per conto della Società, ha un interesse privato, effettivo o potenziale, che è:

- contrario al miglior interesse della società;
- così rilevante da influenzare il giudizio o il comportamento imparziale che deve essere sempre garantito.

Solo a titolo di esempio, sono da ritenersi casi da "conflitto di interesse":

- il coinvolgimento del dipendente o del collaboratore o di loro familiari in attività di fornitori, clienti, concorrenti;
- l'utilizzo di informazioni acquisite nello svolgimento di attività lavorative a vantaggio proprio, della Società o di terzi e comunque in contrasto con gli interessi della società;
- l'accettazione di denaro, favori o altri benefici da parte di soggetti che hanno, o vorrebbero avere, rapporti d'affari con la società.

I dipendenti e i collaboratori devono agire esclusivamente nell'interesse della Società ed evitare situazioni o relazioni che creino contrasto tra il loro interesse e quello della Società.

Prevenire il riciclaggio e l'impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita

Per riciclaggio si intende la realizzazione, attraverso transazioni finanziarie e contabili, di proventi illeciti. General Marking si impegna a prestare particolare attenzione al riciclaggio di denaro sporco così come a sostenere gli sforzi per l'impedimento di tale traffico a livello nazionale e internazionale. Questo punto è particolarmente importante in relazione all'operatività di General Marking nei mercati emergenti.

Prevenire la corruzione

Un atto di corruzione è definito come l'offerta, la promessa o la consegna intenzionali di qualunque somma di denaro, prodotti o servizi indebiti o di qualsiasi altra utilità o vantaggio a un soggetto pubblico, per sé o per un terzo, al fine di fare sì che lo stesso agisca o si astenga dall'agire in relazione all'assolvimento di doveri d'ufficio o ritardi un atto del suo ufficio o compia un atto contrario ai suoi doveri d'ufficio.

General Marking condanna ogni comportamento che possa costituire atto di corruzione. I dipendenti e i collaboratori devono segnalare al proprio responsabile, nonché all'Organismo di Vigilanza, qualunque tentativo di estorsione o concussione da parte di un pubblico ufficiale o di un incaricato di pubblico servizio di cui dovessero essere destinatari o a conoscenza.

Regali, benefici e promesse di favori

Ai dipendenti e collaboratori è vietato:

- concedere benefici e regali a clienti, fornitori o altri, sia direttamente che indirettamente, atti di cortesia e ospitalità, salvo nel caso in cui il valore, la natura e lo scopo del regalo siano considerati legali ed eticamente corretti, tali da non compromettere l'immagine di General Marking e che il valore e la natura del regalo siano tali da non poter essere interpretati come un mezzo per ottenere trattamenti di favore per la società;
- accettare, da fornitori o altri, regali che possano essere percepiti come un modo per influenzare l'imparzialità e l'integrità delle proprie decisioni.

Il dipendente o il collaboratore che riceva un omaggio che esuli da quanto considerato normale prassi commerciale deve comunicarlo al proprio responsabile, nonché all'Organismo di Vigilanza.

3 | **I RAPPORTI CON DIPENDENTI, COLLABORATORI, FORNITORI E LE ALTRE COMUNITÀ DI RIFERIMENTO**

I dipendenti

General Marking ritiene che i dipendenti siano un patrimonio importante da mantenere e sviluppare attraverso politiche fondate sul rispetto, la fiducia e la valorizzazione, tramite:

- attività di formazione a supporto delle competenze e conoscenze di ogni dipendente;
- rispetto dei meriti e delle capacità, anche in relazione alle esigenze aziendali, evitando favoritismi ed agevolazioni;

Da parte sua il dipendente dovrà operare nel pieno rispetto dei ruoli e delle responsabilità che gli vengono assegnati.

Politiche di selezione e assunzione

Al fine di contribuire allo sviluppo degli obiettivi di impresa, e assicurare che questi siano da tutti perseguiti nel rispetto dei principi etici e dei valori cui General Marking si ispira, la politica aziendale è volta a selezionare ciascun dipendente, consulente e collaboratore a vario titolo secondo i valori espressi nel presente Codice.

General Marking opera affinché le risorse acquisite corrispondano ai profili effettivamente necessari alle risorse aziendali, evitando favoritismi, nepotismi, forme di clientelismo di qualsivoglia natura e agevolazioni di ogni sorta: ogni discriminazione razziale, di sesso, di religione, di nazionalità, di lingua, sindacale e politica, così come ogni forma di favoritismo, sono vietati nell'assunzione, nella retribuzione, nelle retribuzioni e nel licenziamento.

L'assunzione del personale avviene sulla base di regolari contratti di lavoro, non essendo ammessa alcuna forma di rapporto lavorativo non conforme o comunque elusiva delle disposizioni vigenti.

Ambiente di lavoro e tutela della privacy

General Marking si impegna a creare un ambiente di lavoro che garantisca, a tutti coloro che a qualunque titolo interagiscono con la Società, condizioni rispettose della dignità personale e nel quale le caratteristiche dei singoli non possano dare luogo a discriminazioni o condizionamenti.

Anche a questo proposito, nel rispetto della legislazione vigente, la Società si impegna alla tutela della privacy in merito alle informazioni attinenti la sfera privata e le opinioni di ciascuno dei propri dipendenti e, più in generale, di quanti interagiscono con l'azienda.

In particolare, il rispetto della dignità del lavoratore dovrà essere assicurato anche attraverso il rispetto della privacy nella corrispondenza e nelle relazioni interpersonali tra dipendenti, attraverso il divieto di interferenze in conferenze o dialoghi e

attraverso il divieto di intromissioni o forme di controllo che possano ledere la personalità.

Le Istituzioni Pubbliche e gli altri rappresentanti delle collettività

Coloro che intrattengono rapporti con Autorità e Istituzioni Pubbliche italiane o di altri paesi, anche con riferimento alla conduzione degli affari, istituzioni pubbliche comunitarie o internazionali e con altre realtà rappresentative di gruppi e collettività, devono non solo operare nel più rigoroso rispetto delle normative di legge, ma anche improntare la propria attività a principi di correttezza e trasparenza.

In ogni caso è vietato:

- promettere o effettuare liberalizzazioni, sponsorizzazioni ed erogazioni in denaro finalizzati ad ottenere trattamenti di favore;
- promettere o concedere omaggi o regalie, di valore non modico, ossia eccedente le normali pratiche di cortesia o commerciali o comunque finalizzati ad ottenere trattamenti di favore;
- promettere o concedere vantaggi di qualsiasi altra natura, al fine di influenzare l'indipendenza di giudizio o di ottenere un qualsiasi vantaggio;
- omettere o modificare informazioni al fine di indurre la Pubblica Amministrazione a riconoscere agevolazioni o vantaggi di qualsiasi genere a General Marking o altre società del Gruppo;
- destinare contributi, sovvenzioni, finanziamenti pubblici a finalità diverse da quelle per i quali sono stati ottenuti.

Rapporti con i fornitori

Le modalità di selezione dei fornitori devono essere conformi alle norme vigenti e alle procedure interne previste in General Marking.

La scelta del fornitore e l'acquisto dei beni e servizi di qualsiasi tipo devono avvenire nel rispetto dei principi di concorrenza e pariteticità delle condizioni dei presentatori delle offerte e sulla base di valutazioni obiettive relative alla competitività, qualità, all'utilità e al prezzo della fornitura.

In fase di selezione General Marking adotta criteri oggettivi e trasparenti senza precludere a nessuna azienda fornitrice, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità dei competere per aggiudicarsi un contratto.

Rapporti con collaboratori esterni e consulenti

General Marking e le società collegate/controllate selezionano i collaboratori esterni e i consulenti con assoluta imparzialità, autonomia e indipendenza, considerando la competenza e la professionalità come unici elementi di giudizio.

General Marking si attende dai collaboratori esterni e dai consulenti comportamenti conformi ai principi contenuti nel presente Codice, su cui siano stati informati dalla stessa Società. Comportamenti diversi possono essere considerati grave inadempimento ai doveri di correttezza e buona fede nell'esecuzione del contratto,

motivo di lesione del rapporto fiduciario e giusta causa di risoluzione dei rapporti contrattuali.

Partecipazione a gare e rapporti con i committenti

Partecipando a procedure di “confronto concorrenziale”, General Marking valuta attentamente la congruità e l'eseguibilità delle prestazioni richieste, con particolare riguardo alle condizioni normative, tecniche ed economiche, facendo tempestivamente rilevare, ove possibile, le eventuali anomalie.

Nei rapporti con la committenza General Marking assicura correttezza e chiarezza nelle trattative commerciali e nell'assunzione dei vincoli contrattuali, nonché il fedele e diligente adempimento degli stessi.

I mezzi di informazione: responsabilità e correttezza

La comunicazione verso l'esterno deve seguire i principi guida della verità, correttezza, trasparenza e favorire la conoscenza dei valori, delle politiche aziendali e dei programmi e progetti delle singole società nel rispetto, in ogni caso, dei principi di riservatezza e segreto professionale. In particolare:

- i rapporti con la stampa e i mezzi di comunicazione devono essere tenuti solo da coloro che sono espressamente delegati;
- notizie, informazioni che riguardano attività interne a General Marking e ad altre Società con cui essa ha rapporti, devono essere gestite con grande attenzione e prudenza;
- i rapporti con i media devono essere improntate al rispetto delle regole già illustrate nei rapporti con le istituzioni pubbliche.

La Società assicura un livello di comunicazione professionale, veritiero, puntuale e completo. L'azienda si impegna ad informare l'organizzazione e il mercato in modo trasparente ed attivo. Tutti i collaboratori vengono messi a conoscenza delle novità contemporaneamente o successivamente alla loro divulgazione al pubblico, fatti salvi gli obblighi normativi in materia di divulgazione di informazioni riservate, privilegiate e/o *price sensitive*. Non vengono date informazioni relative a rapporti con i clienti, concorrenti, consulenti o questioni in corso che riguardino solo i singoli collaboratori. I *rumours* non sono ascoltati né commentati. Le prese di posizione ufficiali nei confronti dei *media* avvengono esclusivamente tramite le funzioni aziendali espressamente autorizzate. Nel caso della manifestazione pubblica di un'opinione personale, i collaboratori non devono riferirsi alla loro funzione svolta in azienda.

4 | LE INFORMAZIONI SOCIETARIE

La completezza e la chiarezza dei dati contabili, delle relazioni e dei bilanci rappresentano un valore fondamentale:

- nei rapporti con i soci che devono poter agevolmente accedere ad un'informazione societaria trasparente e attendibile;
- nei rapporti con le Autorità di Vigilanza;
- nei rapporti con il mercato in generale.

Affinché tale valore sia rispettato è necessario che le informazioni di base siano complete, veritiere e accurate.

Relativamente alle informazioni non pubbliche apprese nello svolgimento di attività lavorative e non di pubblico dominio, il dovere di riservatezza deve essere rigorosamente osservato sia nei rapporti con gli estranei alla trattativa, sia nei rapporti con organi di stampa.

General Marking vieta ogni forma di strumentalizzazione e utilizzazione diretta e indiretta delle suddette notizie.

Altri obblighi in relazione all'amministrazione

Il patrimonio sociale di General Marking è gestito in modo corretto ed onesto e, pertanto, tutti i soggetti obbligati al rispetto di questo Codice concorrono a tutelarne l'integrità in modo che si realizzi la massima salvaguardia dello stesso a tutela degli azionisti, dei creditori, degli investitori etc.

Gli Amministratori (ovvero chiunque ne svolga le funzioni) non devono impedire od ostacolare in qualunque modo attività di controllo da parte dei sindaci, degli azionisti e della società di revisione.

Alla luce di quanto sopra:

- il patrimonio sociale, i beni, i crediti e le azioni devono essere valutati correttamente, non attribuendo ad essi valori superiori o inferiori a quelli dovuti;
- non possono essere effettuate operazioni sul capitale sociale, né altro tipo di operazioni, tramite l'impiego di utili non distribuibili o riserve obbligatorie per legge;
- non si può ridurre il capitale sociale, se non in presenza di perdite o svalutazioni;
- gli Amministratori non possono acquistare o sottoscrivere azioni o quote sociali, se non attraverso proprie risorse;
- si devono perseguire gli scopi statutari;
- la gestione del patrimonio sociale deve essere coerente con la natura del Gruppo, che opera secondo principi di trasparenza e moralità;
- gli azionisti non possono essere liberati dall'obbligo di eseguire i conferimenti.

Gli stessi principi devono essere adoperati nelle valutazioni e nelle altre eventuali operazioni straordinarie (fusioni, scissioni etc...).

È fatto divieto a chiunque di influenzare il regolare svolgimento e le decisioni delle assemblee societarie, traendo in inganno o in errore gli azionisti.

5 | **APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO**

Gli Amministratori e i Dirigenti di General Marking e delle società controllate/collegate hanno una responsabilità prioritaria in relazione al Codice. A questo scopo devono:

- seguire un comportamento in linea con i valori e i principi del Codice, tale da costituire un esempio per i propri collaboratori;
- aiutare i collaboratori in modo che percepiscano l'osservanza del Codice come parte essenziale della qualità del proprio lavoro;
- incoraggiare i collaboratori all'applicazione e interpretazione del Codice.

Qualora un dipendente o collaboratore non sia certo di agire in conformità alle disposizioni del presente Codice, deve tempestivamente consultarsi con i propri superiori.

Al fine di garantirne la diffusione e applicazione, General Marking prevede modalità tramite le quali coloro che vengano a conoscenza di violazioni del Codice possano darne comunicazione al vertice aziendale e all'Organismo di Vigilanza.

Il mancato rispetto delle regole qui illustrate costituisce inadempimento degli obblighi derivanti dal rapporto di lavoro e dà luogo all'applicazione delle sanzioni disciplinari.

L'accertamento delle infrazioni e la gestione dei processi disciplinari sono di competenza delle funzioni aziendali preposte.