



Codice Etico

Approvato da Consiglio di Amministrazione in Rev. 01 del 29/03/2019

GHIGI 1870 s.p.a.

Codice Etico

Natura del documento: Edizione definitiva

Approvazione: Consiglio d'Amministrazione

Data Revisione: 29/03/2019

Tabella Edizioni e revisioni

Edizione	Revisione	Motivazione	Data approvazione Consiglio d'Amministrazione
1	0	Prima emissione	29/03/2019

LETTERA DEL PRESIDENTE

Il Codice Etico indica i principi che ispirano il lavoro in Ghigi e i criteri – che ne discendono - per regolare i comportamenti degli amministratori, dei dipendenti e di tutti coloro che collaborano con la nostra realtà aziendale.

Questo Codice Etico si fonda sul patrimonio comune di valori condivisi in riferimento ai quali Ghigi ha realizzato e intende proseguire a realizzare il proprio sviluppo.

E' una guida alle decisioni di tutti i giorni. Rispettare e far rispettare il Codice Etico in ogni attività aziendale genera fiducia in tutti i portatori d'interesse e contribuisce ad affermare la reputazione dell'impresa.

Il comportamento affidabile di ognuno di noi e la buona reputazione dell'impresa creano valore e costituiscono elementi fondamentali per la crescita e lo sviluppo. Infatti, i Clienti scelgono Ghigi per la capacità di mantenere gli impegni assunti in risposta alle loro richieste, di assicurare elevati livelli di qualità dei prodotti e dei servizi, per l'affidabilità dei risultati.

Il Codice Etico non è e - ancor più – non deve diventare uno strumento formale, ma il riferimento concreto grazie al quale conquistarci ogni giorno la fiducia dei nostri interlocutori e, quindi, la loro preferenza.

Il Codice Etico richiede un grande impegno da parte di Ghigi e esige senso di condivisione e di responsabilità, in particolare da parte mia, degli amministratori, dei dirigenti, dei dipendenti, dei collaboratori, dei *business partner* rilevanti. E', di fatto, parte del rapporto professionale che lega tutti all'azienda. Sarà quindi diffuso a tutti i portatori d'interesse e spiegato a chi vuole lavorare in Ghigi o con Ghigi. Sarà applicato nella pratica quotidiana e aperto a ogni possibile miglioramento per valorizzare lo spirito di innovazione di Ghigi e la sua voglia di crescere.

Il Presidente

INDICE

1	INTRODUZIONE	6
1.1	FINALITA' DEL CODICE ETICO	6
1.2	AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI DEL CODICE ETICO	6
1.3	MISSION	6
1.4	VISIONE ETICA	7
1.5	COMPORAMENTI ETICI	7
1.6	IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI	7
1.7	IL VALORE DELLA RECIPROCITA'	7
1.8	CODICE ETICO E D.LGS. 231/01	8
1.9	LA STRUTTURA DEL CODICE ETICO	8
1.10	IL VALORE CONTRATTUALE DEL CODICE	9
1.11	AGGIORNAMENTI DEL CODICE	9
2	PRINCIPI GENERALI	10
2.1	LEGALITÀ	10
2.2	RESPONSABILITÀ	10
2.3	ONESTA'	10
2.4	IMPARZIALITA'	11
2.5	CORRETTEZZA	11
2.6	COERENZA	11
2.7	TRASPARENZA	11
2.8	RISERVATEZZA	12
2.9	EFFICIENZA	12
2.10	COINVOLGIMENTO E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	12
2.11	INTEGRITÀ FISICA E MORALE DELLA PERSONA	12
2.12	EQUITÀ DELL'AUTORITÀ	12
2.13	QUALITÀ DEI PRODOTTI E DEI SERVIZI	13
2.14	CONCORRENZA LEALE	13
2.15	RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ	13
2.16	TUTELA AMBIENTALE E SVILUPPO SOSTENIBILE	13
3	CRITERI DI CONDOTTA	14

3.1	GENERALITA'	14
3.1.1	TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI	14
3.1.2	REGALI, OMAGGI E BENEFICI.....	14
3.1.3	COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO.....	15
3.1.4	REGISTRAZIONI CONTABILI E CONTROLLI INTERNI	15
3.1.4.1	TRASPARENZA E ACCURATEZZA DELLE REGISTRAZIONI CONTABILI	15
3.1.4.2	CONTROLLI INTERNI	15
3.1.5	RIPUDIO DI OGNI FORMA DI TERRORISMO.....	16
3.1.6	TUTELA DELLA PERSONALITÀ INDIVIDUALE	16
3.1.7	TUTELA DELLA TRASPARENZA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (ANTI-RICICLAGGIO).....	16
3.1.8	RAPPORTI CON OPERATORI INTERNAZIONALI	16
3.2	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I SOCI.....	17
3.2.1	SOCI	17
3.2.2	CORPORATE GOVERNANCE	17
3.2.3	ATTIVITA' DEI COMPONENTI DEGLI ORGANI SOCIALI	17
3.2.4	RELAZIONE CON I SOCI	18
3.2.5	VALORIZZAZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DEI SOCI	18
3.3	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON DIPENDENTI E COLLABORATORI	19
3.3.1	DIPENDENTI E COLLABORATORI.....	19
3.3.2	SELEZIONE DEL PERSONALE	19
3.3.3	COSTITUZIONE DEL RAPPORTO	19
3.3.4	GESTIONE DEL PERSONALE	19
3.3.4.1	VALUTAZIONE DEL PERSONALE	19
3.3.4.2	DIFFUSIONE DELLE POLITICHE DEL PERSONALE.....	20
3.3.4.3	VALORIZZAZIONE E FORMAZIONE DELLE RISORSE.....	20
3.3.4.4	GESTIONE DEL TEMPO DI LAVORO DEI COLLABORATORI	20
3.3.4.5	COINVOLGIMENTO DEI COLLABORATORI	20
3.3.5	INTERVENTI SULL'ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO	21
3.3.6	SICUREZZA E SALUTE	21
3.3.7	INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA	21
3.3.8	TUTELA DELLA PRIVACY	21

3.3.9	DOVERI DEI COLLABORATORI.....	22
3.3.9.1	OBBLIGHI DI CONDOTTA	22
3.3.9.2	GESTIONE DELLE INFORMAZIONI	22
3.3.9.3	CONFLITTO DI INTERESSI	22
3.3.9.4	UTILIZZO DEI BENI AZIENDALI	22
3.4	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI	24
3.4.1	CLIENTI.....	24
3.4.2	IMPARZIALITÀ.....	24
3.4.3	I CONTRATTI E LE COMUNICAZIONI AI CLIENTI.....	24
3.4.4	STILE DI COMPORTAMENTO DEI COLLABORATORI.....	24
3.4.5	GESTIONE DELLA QUALITÀ	24
3.4.6	COINVOLGIMENTO DELLA CLIENTELA.....	25
3.5	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI	26
3.5.1	FORNITORI.....	26
3.5.2	SCELTA DEL FORNITORE	26
3.5.3	INTEGRITÀ E INDIPENDENZA NEI RAPPORTI	26
3.5.4	CORRETTEZZA NELLA GESTIONE DEI CONTRATTI.....	27
3.5.5	TUTELA DEGLI ASPETTI ETICI NELLE FORNITURE.....	27
3.6	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITA'	28
3.6.1	COLLETTIVITA'	28
3.6.2	POLITICA AMBIENTALE	28
3.6.3	RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI PUBBLICHE	28
3.6.4	RAPPORTI ECONOMICI CON PARTITI, ORGANIZZAZIONI SINDACALI ED ASSOCIAZIONI.....	29
3.6.5	CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI	29
4	MODALITA' DI ATTUAZIONE.....	30
4.1	RESPONSABILITA' PER L'ATTUAZIONE	30
4.2	COMPITI DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA IN MATERIA DI ATTUAZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO.....	30
4.3	COMUNICAZIONE E FORMAZIONE.....	31
4.4	SEGNALAZIONI DEGLI STAKEHOLDER	31
4.5	VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO.....	31

INTRODUZIONE

1.1 FINALITA' DEL CODICE ETICO

Il presente Codice Etico (di seguito il “Codice Etico” o, più semplicemente, il “Codice”) esprime gli impegni e le responsabilità nella conduzione degli affari e delle attività aziendali assunti dai collaboratori di GHIGI 1870 S.p.A. (di seguito “GHIGI” o la “Società”), siano essi amministratori o dipendenti in ogni senso di tale impresa (di seguito i “Collaboratori”).

GHIGI ha predisposto il presente Codice Etico, al fine di definire con chiarezza e trasparenza l’insieme dei valori ai quali si ispira e dei principi volti a orientare i comportamenti da adottare per raggiungere gli obiettivi aziendali.

Il Codice Etico è uno strumento fondamentale per lo svolgimento delle attività aziendali, la cui osservanza è imprescindibile per il corretto funzionamento, l’affidabilità, la reputazione e l’immagine della Società ed i cui principi costituiscono i fondamenti per il successo e lo sviluppo attuale e futuro dell’impresa.

Per un’efficace applicazione, il Codice Etico va inteso come uno strumento rivolto a indurre e indirizzare, piuttosto che a imporre e sanzionare. La corretta interpretazione delle prescrizioni del Codice fa sì che possa aiutare ogni destinatario ad affrontare i problemi che si presentano nell’attività di tutti i giorni, in cui temi etici, problemi organizzativi e scelte gestionali sono strettamente connessi tra loro.

1.2 AMBITO DI APPLICAZIONE E DESTINATARI DEL CODICE ETICO

Il presente Codice si applica a GHIGI. I principi e le disposizioni del Codice Etico sono vincolanti, senza alcuna eccezione, per gli amministratori, i sindaci, i dirigenti, i dipendenti e tutti coloro che, anche se esterni alla Società, instaurino – direttamente o indirettamente - un rapporto, stabile o temporaneo, con GHIGI.

Tutti i predetti soggetti, nel seguito sono collettivamente definiti “Destinatari”. I Destinatari sono, pertanto, tenuti ad osservare e, per quanto di propria competenza, a fare rispettare i principi e le disposizioni del presente Codice Etico.

In nessuna circostanza la pretesa di agire nell’interesse di GHIGI giustifica l’adozione di comportamenti in contrasto con quanto disposto nel presente documento.

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 GHIGI.

1.3 MISSION

GHIGI 1870 S.p.A. ha sposato la filosofia di filiera corta perseguendo una forte integrazione verticale lungo tutta la filiera.

Questa filosofia, accoppiata al nostro progetto, permette di raggiungere innumerevoli obiettivi qualificanti che si possono brevemente elencare in:

- garanzia di un prodotto fatto al 100% con grano italiano;
- garanzia di un prodotto tracciato dal campo;

- garanzia di alta qualità;
- ridotto impatto ambientale;
- un ritorno economico per gli agricoltori italiani e valorizzazione delle produzioni locali;
- sicurezza alimentare certificata presso Enti accreditati e riconosciuti a livello internazionale.

1.4 VISIONE ETICA

GHIGI aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i propri stakeholder, cioè con quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di GHIGI o che hanno comunque un interesse nelle attività della società.

Sono stakeholder coloro che compiono investimenti connessi alle attività di GHIGI, in primo luogo i soci e, quindi, i collaboratori, i clienti, i fornitori e i partner GHIGI.

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 GHIGI, quali le comunità locali e nazionali in cui GHIGI opera (di seguito “stakeholder” o “portatori d’interesse”).

La ricerca di un rapporto corretto e trasparente con gli stakeholders eleva, garantisce e protegge la reputazione della Società nel contesto sociale in cui essa opera.

1.5 COMPORAMENTI ETICI

Con comportamento etico si intende il modo di agire che realizza il sistema di valori dell’azienda definito nel presente Codice.

All’opposto, 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.

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

1.6 IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale per GHIGI.

All’esterno essa favorisce l’approvazione sociale, gli investimenti dei soci, i rapporti con le istituzioni, 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 GHIGI nei confronti degli stakeholder (doveri fiduciari).

1.7 IL VALORE DELLA RECIPROCIITA’

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.

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

1.8 CODICE ETICO E D.LGS. 231/01

Il D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, dal titolo "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell'art. 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300", ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano un regime di responsabilità amministrativa a carico degli enti, per una serie di reati tassativamente elencati, commessi nel loro interesse o vantaggio da persone fisiche le quali rivestano, anche di fatto, funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione, ovvero sottoposte alla direzione o alla vigilanza di uno di tali soggetti.

L'art. 6 del menzionato decreto stabilisce tuttavia che l'ente non è responsabile in ordine a tali reati, qualora dimostri di aver adottato ed efficacemente attuato, prima della commissione del fatto, "modelli di organizzazione e di gestione idonei a prevenire reati della specie di quello verificatosi", nell'ambito dei quali sia prevista l'istituzione di un organo di controllo, interno all'ente medesimo, con il compito di vigilare sul funzionamento, l'efficacia e l'osservanza dei predetti modelli, nonché di curarne l'aggiornamento.

Le linee guida promulgate ed aggiornate successivamente da diverse associazioni evidenziano come un elemento essenziale del modello organizzativo adottato dagli enti ai sensi del D.Lgs. n. 231 del 2001 sia costituito dal Codice Etico, inteso come documento ufficiale dell'ente, approvato dal massimo vertice di quest'ultimo, contenente l'insieme dei diritti, dei doveri, delle responsabilità e delle regole comportamentali dell'ente nei confronti dei c.d. "portatori d'interesse", anche indipendentemente e al di là di quanto previsto a livello normativo.

Inoltre tali linee guida individuano alcuni principi fondamentali che devono essere contenuti in un Codice Etico, in riferimento a comportamenti rilevanti ai fini del D.Lgs. n. 231/2001:

- a) l'ente deve avere come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e regolamenti vigenti in tutti i paesi in cui esso opera;
- b) ogni operazione e transazione deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua;
- c) l'ente deve attenersi ad una serie di principi base relativamente ai rapporti con gli interlocutori dell'ente stesso.

L'adozione del Codice Etico è di importanza centrale ai fini del corretto svolgimento delle attività aziendali e costituisce - nel contempo - un elemento indispensabile nell'ambito della funzione di controllo e prevenzione degli illeciti che gli enti sono chiamati ad effettuare ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001.

1.9 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 GHIGI;

- dai *criteri di condotta verso ciascuna classe di stakeholder*, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali i Collaboratori di GHIGI sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- dalle *modalità di attuazione*, che descrivono il sistema di controllo finalizzato all'osservanza del Codice Etico ed al suo miglioramento.

1.10 IL VALORE CONTRATTUALE DEL CODICE

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti di GHIGI ai sensi e per gli effetti degli articoli 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile (Diligenza del prestatore di lavoro, Obbligo di fedeltà e Sanzioni disciplinari). La violazione delle norme del presente Codice lede il rapporto di fiducia instaurato con la Società e può portare ad azioni disciplinari e di risarcimento del danno, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure previste dall'art. 7 della l. 300/1970 (Statuto dei Lavoratori), dai contratti collettivi di lavoro e dal sistema disciplinare adottati dall'impresa.

1.11 AGGIORNAMENTI DEL CODICE

Con delibera del Consiglio di Amministrazione di GHIGI, il Codice può essere modificato ed integrato, anche sulla scorta dei suggerimenti e delle indicazioni provenienti dal dall'Organismo di Vigilanza.

2 PRINCIPI GENERALI

Di seguito sono illustrati i principi di riferimento che rappresentano i valori fondamentali cui i destinatari del Codice devono attenersi nel perseguimento della mission aziendale. Le disposizioni ivi contenute hanno valore primario ed assoluto ed in nessun caso la convinzione di agire a vantaggio dell'azienda giustifica comportamenti in contrasto con i principi del Codice stesso.

2.1 LEGALITÀ

L'azienda ha come principio imprescindibile il rispetto di leggi e regolamenti vigenti in Italia e in tutti i Paesi in cui si trova ad operare. I destinatari del Codice sono tenuti al rispetto della normativa vigente.

In nessun caso è ammesso perseguire o realizzare l'interesse dell'impresa in violazione delle leggi.

Tale principio deve ritenersi operante sia con riguardo alle attività svolte nell'ambito del territorio italiano, sia a quelle connesse ai rapporti intercorrenti con operatori internazionali.

Rifiuta inoltre il coinvolgimento con soggetti che esercitano attività illecite o finanziate con capitali di fonte illecita.

L'azienda si impegna ad assicurare ai soggetti interessati un adeguato programma di informazione e formazione sul Codice etico.

2.2 RESPONSABILITÀ

Nella realizzazione della missione aziendale i comportamenti di tutti i destinatari del presente Codice devono essere ispirati dall'etica della responsabilità.

I Destinatari devono svolgere con lealtà ed efficacia le proprie attività, con la piena consapevolezza degli effetti diretti ed indiretti che il proprio lavoro produce.

La Società si impegna a promuovere la conoscenza e a valorizzare gli effetti dei processi produttivi di cui le risorse umane impiegate sono responsabili.

La responsabilità di ciascuno è tanto maggiore quanto più sono alte l'autorità di cui si dispone e la discrezionalità nelle scelte. Conseguentemente la diffusione e l'attuazione di questo Codice dipendono dall'impegno di tutti e, in particolare, di coloro che detengono il maggior potere decisionale e al cui comportamento è riconosciuto valore di esempio.

2.3 ONESTA'

Tutte le attività devono essere svolte nel rispetto del principio di onestà, rinunciando al perseguimento di interessi personali o societari e al compimento di atti che comportino violazione della normativa vigente, del presente Codice Etico e di regolamenti interni.

Sono da evitare situazioni attraverso le quali un dipendente, un amministratore o altro Destinatario possa trarre un vantaggio e/o un profitto indebiti da opportunità conosciute durante e in ragione dello svolgimento della propria attività.

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

2.4 IMPARZIALITA'

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri stakeholder (i rapporti con i soci, 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), GHIGI 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.

2.5 CORRETTEZZA

Nella conduzione di qualsiasi attività si deve agire sempre nel rispetto dei diritti degli interlocutori, degli impegni assunti e evitando 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 GHIGI.

2.6 COERENZA

Ogni destinatario si impegna ad attuare quotidianamente e costantemente, in qualsiasi azione, i valori e i principi di funzionamento della Società.

2.7 TRASPARENZA

GHIGI si impegna ad assicurare la trasparenza della gestione aziendale, della comunicazione e dell'informazione.

Tutte le azioni ed operazioni devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e svolgimento.

Per ogni operazione vi deve essere un adeguato supporto documentale al fine di poter procedere, in ogni momento, all'effettuazione di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuino chi ha autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione stessa.

La comunicazione oltre a dover seguire sempre le procedure stabilite, deve essere semplice, comprensibile tempestiva e veritiera e - se resa pubblica - facilmente accessibile a tutti.

La Società si impegna a fornire informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che i portatori d'interesse siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze che ne possono derivare, in merito alle relazioni con la Società stessa.

2.8 RISERVATEZZA

GHIGI 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 GHIGI sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

2.9 EFFICIENZA

GHIGI si impegna a realizzare ogni attività lavorativa con l'ottimizzazione delle risorse impiegate, valorizzandole e non sprestandole, siano esse umane, materiali, tecnologiche, energetiche o finanziarie.

2.10 COINVOLGIMENTO E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

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

Per questo motivo, GHIGI promuove il coinvolgimento del personale nel raggiungimento degli obiettivi aziendali, riconosce il contributo professionale delle persone in un contesto di lealtà e fiducia reciproca, valorizza le risorse umane allo scopo di massimizzarne il grado di soddisfazione, di migliorare ed accrescere il patrimonio delle competenze possedute da ciascun collaboratore.

2.11 INTEGRITÀ FISICA E MORALE DELLA PERSONA

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

GHIGI 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.

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.

2.12 EQUITÀ DELL'AUTORITÀ

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

In particolare, GHIGI 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.

2.13 QUALITÀ DEI PRODOTTI E DEI SERVIZI

GHIGI 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.

Si impegna ad assicurare la qualità dei prodotti, in relazione alla filosofia di filiera corta su cui si fondano le attività aziendali e perseguendo una forte integrazione verticale lungo tutta la filiera

2.14 CONCORRENZA LEALE

Il fenomeno della concorrenza, quando corretta e leale, porta alla massimizzazione dell'utilità sociale attraverso l'ottimizzazione economica.

GHIGI intende sviluppare il valore della concorrenza leale, adottando principi di correttezza, leale competizione e trasparenza nei confronti sia di tutti gli operatori presenti sul mercato, sia di tutte le risorse all'interno dell'azienda.

2.15 RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ

GHIGI 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, GHIGI 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.

2.16 TUTELA AMBIENTALE E SVILUPPO SOSTENIBILE

L'ambiente è un bene primario che GHIGI intende salvaguardare, nello svolgimento delle proprie attività. A tal fine si impegna a gestire con criteri di tutela ambientale ed efficienza i propri processi attraverso l'individuazione, la gestione ed il controllo degli aspetti ambientali, nonché attraverso l'uso razionale delle risorse energetiche e la minimizzazione delle emissioni, secondo un modello di sviluppo compatibile con il territorio e l'ambiente.

3 CRITERI DI CONDOTTA

3.1 GENERALITA'

3.1.1 TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI

Le informazioni degli stakeholder sono trattate da GHIGI 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 GHIGI:

- 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 GHIGI.

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 GHIGI si caratterizzano perché volti a promuovere la *brand image* (immagine di marca) 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 all'Organismo di Vigilanza di GHIGI

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

3.1.3 COMUNICAZIONE ALL'ESTERNO

La comunicazione di GHIGI 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 GHIGI con i mass media possono essere tenuti esclusivamente con il coordinamento della funzione preposta.

3.1.4 REGISTRAZIONI CONTABILI E CONTROLLI INTERNI

3.1.4.1 TRASPARENZA E ACCURATEZZA DELLE REGISTRAZIONI CONTABILI

Le registrazioni contabili devono essere trasparenti e basarsi su verità, accuratezza e completezza delle informazioni per garantire l'affidabilità del sistema amministrativo-contabile e la corretta rappresentazione della situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società nei documenti interni, nei bilanci e nelle altre comunicazioni sociali, nonché nelle informazioni rivolte agli stakeholder. Tutti i Destinatari sono tenuti a collaborare affinché i dati di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità.

Le evidenze contabili devono basarsi su informazioni precise e verificabili e devono rispettare pienamente le procedure interne in materia di contabilità.

Ogni registrazione contabile deve riflettere esattamente ciò che risulta dalla documentazione di supporto, da conservare con cura per l'eventuale assoggettabilità a verifica.

Nessuna scrittura contabile falsa o artificiosa può essere inserita nei registri contabili della Società per alcuna ragione. Nessun dipendente può impegnarsi in attività che determinino un tale illecito, anche se su richiesta di un superiore.

I Destinatari che venissero a conoscenza di omissioni, falsificazioni o trascuratezze delle registrazioni contabili o della documentazione di supporto, devono darne immediata comunicazione all'Organismo di Vigilanza.

Il personale che deve elaborare stime necessarie a fini di bilancio, dovrà operare con criteri prudenziali, supportati dalla conoscenza delle tecniche contabili o più specifiche del settore interessato ed in ogni caso con la diligenza richiesta agli esperti del settore.

3.1.4.2 CONTROLLI INTERNI

L'esistenza di un adeguato sistema di controlli interni è un valore riconosciuto da GHIGI per il contributo che i controlli danno al miglioramento dell'efficienza aziendale.

Per controlli interni si intendono tutti gli strumenti volti a indirizzare, gestire e verificare le attività aziendali, per assicurare il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, il raggiungimento degli interessi aziendali e per fornire dati contabili e finanziari accurati e completi.

Ogni livello della struttura organizzativa ha il compito di concorrere alla realizzazione di un sistema di controllo interno efficace ed efficiente. Tutti i dipendenti di GHIGI, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema aziendale di controllo. Sono tenuti a comunicare al proprio superiore e alla funzione Internal

Auditing, se presente, le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità delle quali fossero venuti a conoscenza.

3.1.5 RIPUDIO DI OGNI FORMA DI TERRORISMO

GHIGI ripudia ogni forma di terrorismo e non instaura alcun rapporto di natura lavorativa o commerciale con soggetti, siano essi persone fisiche o giuridiche, coinvolti in fatti di terrorismo, così come non finanzia o comunque non agevola alcuna attività di questi.

3.1.6 TUTELA DELLA PERSONALITÀ INDIVIDUALE

GHIGI riconosce l'esigenza di tutelare la libertà individuale e personale e ripudia qualunque atto che favorisca fenomeni quali la prostituzione e/o la pornografia minorile.

3.1.7 TUTELA DELLA TRASPARENZA NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (ANTI-RICICLAGGIO)

In riferimento al principio della massima trasparenza nelle transazioni commerciali, GHIGI predispone gli strumenti più opportuni al fine di contrastare i fenomeni del riciclaggio e della ricettazione.

Deve essere garantito il rispetto dei principi di correttezza, trasparenza e buona fede nei rapporti con tutte le controparti contrattuali, anche se facenti parte dello stesso Gruppo.

3.1.8 RAPPORTI CON OPERATORI INTERNAZIONALI

Tutti i propri rapporti, ivi inclusi quelli di natura commerciale, intercorrenti tra GHIGI e soggetti operanti a livello internazionale, devono avvenire nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti, con l'obiettivo di scongiurare il pericolo di commissione di fattispecie di reato di natura transnazionale.

A tale proposito, GHIGI si impegna ad adottare tutte le cautele necessarie a verificare l'affidabilità di tali operatori, nonché la legittima provenienza dei capitali e dei mezzi da questi ultimi utilizzati nell'ambito dei rapporti intercorrenti con la Società. Nei limiti delle proprie possibilità, inoltre, GHIGI si impegna a collaborare, con correttezza e trasparenza, con le Autorità, anche straniere, che dovessero richiedere informazioni o svolgere indagini in merito ai rapporti intercorrenti tra GHIGI e gli operatori internazionali.

3.2 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I SOCI

3.2.1 SOCI

E' socio di GHIGI chi possiede quote di capitale della Società.

3.2.2 CORPORATE GOVERNANCE

L'attività degli organi sociali è improntata al pieno rispetto delle regole sancite dallo Statuto sociale, dai Regolamenti Interni e dalla legislazione vigente nazionale e comunitaria.

Il sistema di corporate governance è orientato:

- alla massimizzazione del valore dell'impresa a medio-lungo termine, al fine di aumentarne il beneficio verso i soci e le generazioni future;
- alla distribuzione dei benefici secondo i dettati statutari;
- al rispetto dei diritti dei soci;
- al controllo dei rischi d'impresa;
- ad una gestione socialmente responsabile;
- alla salvaguardia del patrimonio aziendale.

L'esercizio del governo d'impresa in GHIGI è ispirato a diligenza ed è incompatibile con lo sfruttamento, a fini personali o di gruppo, delle maggiori informazioni di cui si dispone rispetto a soci.

I soci di GHIGI sono impegnati a rispettare le decisioni prese dagli organi di governo in conformità ai poteri loro conferiti.

Le possibilità di influire sul governo dell'impresa sono uguali per tutti i soci. Non è quindi consentito che specifici gruppi di soci si organizzino per ottenere trattamenti privilegiati in cambio di appoggio a coloro che detengono il governo.

3.2.3 ATTIVITA' DEI COMPONENTI DEGLI ORGANI SOCIALI

L'attività degli organi sociali è improntata al pieno rispetto delle regole sancite dallo Statuto sociale, dai Regolamenti Interni e dalla legislazione vigente nazionale e comunitaria.

In particolare, gli organi sociali devono:

- garantire un comportamento ispirato ad autonomia, indipendenza e correttezza sia nei rapporti con le istituzioni pubbliche sia con i soggetti privati (inclusi i creditori sociali, le associazioni economiche e gli operatori nazionali ed internazionali);
- tenere un comportamento ispirato ad integrità, lealtà e senso di responsabilità nei confronti della Società;
- garantire una partecipazione assidua ed informata alle adunanze ed alle attività degli organi sociali;
- astenersi dal compiere atti in situazioni di conflitto di interessi nell'ambito della propria attività;

- facilitare le attività di controllo e/o di revisione da parte dei soci, degli altri organi sociali, incluso l'Organismo di Vigilanza e la società incaricata della revisione;
- fare un uso riservato delle informazioni di cui vengono a conoscenza per ragioni d'ufficio evitando di avvalersi della loro posizione per ottenere vantaggi personali. Le comunicazioni verso l'esterno devono rispettare le leggi e salvaguardare le informazioni price sensitive e quelle coperte da segreto industriale;
- rispettare, per quanto di propria competenza e nei limiti delle proprie responsabilità, le norme di condotta dettate per i Dipendenti e i Collaboratori dal paragrafo "Criteri di condotta nelle relazioni con dipendenti e collaboratori".

3.2.4 RELAZIONE CON I SOCI

GHIGI è fondata sulla partecipazione democratica dei soci all'esercizio della proprietà sociale e del controllo.

Per questo GHIGI si impegna affinché a tutti i soci sia riconosciuta parità d'informazione, favorendo così la partecipazione diffusa e consapevole dei soci alle decisioni di loro competenza.

3.2.5 VALORIZZAZIONE DELLA PARTECIPAZIONE DEI SOCI

GHIGI 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.

3.3 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON DIPENDENTI E COLLABORATORI

3.3.1 DIPENDENTI E COLLABORATORI

Nel presente Codice si definisce dipendente o collaboratore ogni persona che, al di là della qualificazione giuridica del rapporto, intrattenga con GHIGI una relazione di lavoro finalizzata al raggiungimento degli scopi della Società.

3.3.2 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, assicurando 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).

3.3.3 COSTITUZIONE DEL RAPPORTO

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro; non è tollerata alcuna forma di lavoro non conforme o comunque elusiva delle disposizioni vigenti.

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.

3.3.4 GESTIONE DEL PERSONALE

3.3.4.1 VALUTAZIONE DEL PERSONALE

GHIGI 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).

3.3.4.2 DIFFUSIONE DELLE POLITICHE DEL PERSONALE

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

3.3.4.3 VALORIZZAZIONE E FORMAZIONE DELLE RISORSE

I responsabili utilizzano e valorizzano pienamente tutte le professionalità presenti all'interno di GHIGI, attivandosi al fine di favorire lo sviluppo e la crescita dei propri collaboratori (ad esempio, attraverso programmi di scambio fra personale qualificato di diverse funzioni, 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.

GHIGI, 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.

3.3.4.4 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.

3.3.4.5 COINVOLGIMENTO DEI COLLABORATORI

E' favorito 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.

3.3.5 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.

3.3.6 SICUREZZA E SALUTE

GHIGI 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 l'interesse degli altri stakeholder.

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.

3.3.7 INTEGRITÀ E TUTELA DELLA PERSONA

L'integrità morale dei collaboratori è tutelata garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Per questo motivo GHIGI 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).

3.3.8 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.

3.3.9 DOVERI DEI COLLABORATORI

3.3.9.1 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.

3.3.9.2 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.

3.3.9.3 CONFLITTO DI INTERESSI

Tutti i collaboratori di GHIGI 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 (possessione 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 GHIGI.

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 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 circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano apparire in conflitto di interessi con GHIGI.

3.3.9.4 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 GHIGI.

GHIGI 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.

3.4 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI

3.4.1 CLIENTI

E' cliente chi fruisce di prodotti o di servizi della Società a qualunque titolo.

3.4.2 IMPARZIALITÀ

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

3.4.3 I CONTRATTI E LE COMUNICAZIONI AI CLIENTI

I contratti e le comunicazioni ai clienti di GHIGI (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.

3.4.4 STILE DI COMPORTAMENTO DEI COLLABORATORI

Lo stile di comportamento di GHIGI 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.

3.4.5 GESTIONE DELLA QUALITÀ

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

La sicurezza dell'eccellente qualità dei prodotti a marchio Ghigi è insita nella filosofia che l'azienda ha sposato. Questa si basa sulla vigile selezione del grano, al 100% italiano, sul rispetto ambientale e sulla supervisione attenta e costante dei processi produttivi.

Lo stesso vale per le Private Labels della GDO internazionale prodotte dall'Azienda con la medesima filosofia di filiera.

Ove i contratti non prevedano l'adozione di grano 100% italiano, l'Azienda si impegna al più severo controllo della materia prima, garantita nel rispetto delle normative vigenti, italiane ed estere.

La garanzia di qualità del prodotto Ghigi è inoltre strettamente collegata al tipo di processi produttivi utilizzati: Ghigi ha deciso di investire in tecnologie innovative, con linee di produzione e sistemi informatici di controllo avanzati, che possano garantire il massimo livello di efficienza degli impianti e, contemporaneamente, assicurare il rispetto assoluto delle fasi e dei tempi di lavorazione.

La Politica per la Qualità e la Sicurezza alimentare di GHIGI ha come direttive principali quelle di:

1. Perseguire la Sostenibilità energetica ed ambientale delle proprie attività
2. Garantire infrastrutture ed ambienti di lavoro efficienti, puliti e sicuri
3. Perseguire la valorizzazione del personale attraverso una gestione etica e responsabile
4. Perseguire il miglioramento delle competenze e della formazione
5. Coinvolgere e valorizzare i fornitori e le parti interessate
6. Garantire un costante orientamento ai clienti per la comprensione delle esigenze e il miglioramento della loro soddisfazione
7. Affermare l'immagine aziendale, ricercando la massima qualità dei prodotti nel rispetto della sicurezza alimentare e della legalità, anche attraverso l'adozione degli schemi BRC e IFS
8. Garantire, nella produzione a marchio proprio, un prodotto al 100 % con grano italiano
9. Gestire in modo efficace ed efficiente i processi aziendali garantendone il miglioramento continuo
10. Implementare, certificazione ed il mantenimento nel tempo dei Sistemi di Gestione Aziendale, secondo i requisiti previsti dalle Normative UNI EN ISO 9001, UNI EN ISO 14001, OHSAS 18001
11. Sviluppare e valorizzare prodotti con materie prime di provenienza italiana.

3.4.6 COINVOLGIMENTO DELLA CLIENTELA

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

3.5 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI

3.5.1 FORNITORI

Sono fornitori coloro che forniscono beni, servizi, prestazioni e risorse necessari alla realizzazione delle attività e all'erogazione dei servizi.

3.5.2 SCELTA DEL FORNITORE

I processi di approvvigionamento di beni e servizi sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per GHIGI, 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 GHIGI 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.

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

3.5.3 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, GHIGI 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.

Infine, per garantire trasparenza nei rapporti GHIGI predispone un sistema di monitoraggio degli assetti proprietari dei propri fornitori.

3.5.4 CORRETTEZZA NELLA GESTIONE DEI CONTRATTI

La gestione dei contratti con i fornitori è fondata sulla correttezza, evitando ogni possibile forma di abuso. GHIGI informa in maniera corretta e tempestiva il fornitore riguardo alle caratteristiche dell'attività, alle forme e ai tempi di pagamento nel rispetto delle norme vigenti nonché delle aspettative della controparte, date le circostanze, le trattative ed il contenuto del contratto.

L'adempimento delle prestazioni contrattuali da parte del fornitore dovrà essere conforme ai principi di equità, correttezza, diligenza e buona fede e dovrà avvenire nel rispetto della normativa vigente.

3.5.5 TUTELA DEGLI ASPETTI ETICI NELLE FORNITURE

Le violazioni dei principi generali del Codice Etico comportano meccanismi sanzionatori, tesi anche ad evitare la commissione di reati riconducibili alle attività di GHIGI.

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.

3.6 CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COLLETTIVITA'

3.6.1 COLLETTIVITA'

Con il termine collettività si fa riferimento al sistema composto da territorio, comunità e istituzioni.

Per territorio si intende un determinato spazio fisico, con le sue esigenze naturali e storiche.

Comunità è l'insieme di persone che vivono e operano sul territorio.

Le istituzioni sono gli enti che rendono possibile il funzionamento della comunità e le altre forme di organizzazione sociale.

3.6.2 POLITICA AMBIENTALE

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

- rispettare ed applicare i requisiti della norma ISO 14001 ed i requisiti normativi ambientali
- implementare, certificare e mantenere nel tempo Sistemi di Gestione Aziendale diretti al miglioramento continuo delle prestazioni e dell'organizzazione ambientale, secondo i requisiti previsti dalle Normative UNI EN ISO 9001, UNI EN ISO 14001, OHSAS 18001
- impegno a minimizzare ulteriormente e, ove possibile eliminare, gli impatti ambientali negativi generati dalle attività e dagli impianti dell'azienda.
- assicurare la corretta applicazione delle tecnologie utilizzate per il contenimento degli impatti ambientali, e, ove possibile, perseguire il miglioramento di tali tecnologie o l'adozione di tecnologie più avanzate
- assicurare il coinvolgimento, la partecipazione e la sensibilizzazione di tutto il personale per la piena condivisione della politica e degli obiettivi aziendali, per lo sviluppo di una cultura ambientale orientata alla prevenzione
- assicurare che tutto il personale riceva adeguata informazione e formazione sui requisiti ambientali applicabili al proprio ruolo nell'azienda e che raggiunga la consapevolezza che un improprio comportamento possa determinare impatti negativi sul sistema di gestione ambientale
- sottoporre a periodico riesame la politica e l'applicazione del sistema ambientale per valutarne la correttezza e l'efficacia, nell'ottica del miglioramento continuo
- predisporre un sistema periodico di acquisizione dei dati ambientali.

3.6.3 RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI PUBBLICHE

I rapporti con le istituzioni pubbliche, locali, nazionali ed internazionali, volti al presidio degli interessi complessivi di GHIGI 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.

GHIGI adotta uno specifico modello organizzativo per la prevenzione dei reati nei confronti della pubblica amministrazione.

3.6.4 RAPPORTI ECONOMICI CON PARTITI, ORGANIZZAZIONI SINDACALI ED ASSOCIAZIONI

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

Qualora, per ragioni strettamente connesse alla presenza di GHIGI sul territorio, si ravvisi l'opportunità di effettuare interventi di tale natura, la funzione competente deve richiedere autorizzazione preventiva all'Organismo di Vigilanza, che valuterà caso per caso. L'intervento richiesto potrà essere attuato solo ed esclusivamente dopo la specifica autorizzazione dell'Organismo di Vigilanza.

GHIGI non eroga contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi; tuttavia è possibile cooperare, anche finanziariamente, con tali organizzazioni per specifici progetti qualora la finalità sia riconducibile alla missione di GHIGI e la destinazione delle risorse sia chiara e documentabile. La valutazione sull'opportunità dell'iniziativa spetta all'Organismo di Vigilanza: l'intervento potrà essere attuato solo ed esclusivamente dopo la specifica autorizzazione dello stesso.

3.6.5 CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI

GHIGI 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 o per i quali GHIGI può collaborare alla progettazione, in modo da garantirne originalità ed efficacia.

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

La gestione di contributi e sponsorizzazioni è disciplinata da apposita procedura.

4 MODALITA' DI ATTUAZIONE

4.1 RESPONSABILITA' PER L'ATTUAZIONE

Tutte le attribuzioni in tema di diffusione e attuazione del presente Codice sono riservate al Consiglio di Amministrazione.

Ai fini della realizzazione delle attività necessarie per l'applicazione del presente Codice, sono assegnate specifiche competenze all'Organismo di Vigilanza e alla funzione Internal Auditing, se presente, come indicato nei successivi rispettivi paragrafi.

4.2 COMPITI DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA IN MATERIA DI ATTUAZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO

In materia di Codice Etico competono all'Organismo di Vigilanza nominato ai sensi del D.Lgs 231/2001, i seguenti compiti:

- rispondere a richieste di chiarimento sul Codice Etico;
- 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 delle attività di GHIGI 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 indicazioni per le eventuali azioni correttive;
- ricevere e analizzare le segnalazioni di violazione del Codice Etico, curare la relativa istruttoria;
- prendere decisioni in materia di violazioni del Codice, individuando le sanzioni da applicare e comunicandole al Consiglio d'Amministrazione ai fini dell'irrogazione;
- esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice Etico;
- proporre al Consiglio d'Amministrazione le modifiche e le integrazioni da apportare al Codice Etico;
- sottoporre all'esame del Consiglio d'Amministrazione un piano di lavoro per l'illustrazione preventiva dell'attività da svolgere e le relazioni periodiche riepilogative degli interventi realizzati.

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 GHIGI, la funzione Risorse Umane predispone e realizza, anche in base alle indicazioni dell'Organismo di Vigilanza, 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

GHIGI provvede a stabilire per ogni stakeholder dei canali di comunicazione a cui poter rivolgere le proprie segnalazioni (ad esempio, unità responsabili del rapporto con le associazioni dei consumatori, ambientaliste, dei fornitori, del personale, call center per i clienti, ecc.).

In alternativa, tutti gli stakeholder di GHIGI possono segnalare, per iscritto e in forma anche anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico¹ all'Organismo di Vigilanza della Società.

L'Organismo di Vigilanza provvede ad un'analisi della segnalazione e decide l'apertura del procedimento di accertamento. La scelta di aprire o meno il procedimento di accertamento è sempre motivata in forma scritta dall'Organismo di Vigilanza.

In caso di procedimento di accertamento, la funzione Internal Auditing se presente esegue l'istruttoria, ascoltandone eventualmente l'autore, il responsabile della presunta violazione, oltre a raccogliere ogni testimonianza utile.

L'Organismo di Vigilanza agisce 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 (c.d. "Whistleblowing").

4.5 VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO

L'Organismo di Vigilanza, a seguito di un'opportuna analisi delle presunte violazioni del Codice Etico - emerse in conseguenza delle segnalazioni degli stakeholder e agli esiti delle eventuali procedure di accertamento - giudica se il comportamento oggetto della segnalazione possa configurarsi o meno come violazione del Codice Etico.

¹ Le segnalazioni possono essere inviate con la seguente modalità:

- a) e-mail all'indirizzo: OdV@ghigi.eu;
- b) lettera all'indirizzo: GHIGI 1870 S.p.A. – Organismo di Vigilanza - Via G. Falcone, 188 - 47083 San Clemente (RN).

In caso ravvisi la violazione, l'Organismo di Vigilanza comunica al Consiglio di Amministrazione di GHIGI le violazioni e i provvedimenti conseguenti, secondo la normativa in vigore, il CCNL 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 all'Organismo di Vigilanza di GHIGI.