

# **CODICE ETICO AZIENDALE**

**ADOTTATO DA ITALSFORM S.P.A.**

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione*

*in data 01/09/2022*

## **Revisioni**

<b>VERSIONE</b>	<b>DATA EMISSIONE</b>	<b>COMMENTO</b>	<b>FIRMA</b>
<b>V. 01</b>	<b>05/08/2022</b>	<b>Prima emissione</b>	

PREMESSA.....	3
PRINCIPI DEL CODICE ETICO .....	3
Art. 1 – Rispetto dei diritti fondamentali della persona .....	4
Art. 2 – Rispetto dei principi etici .....	4
Art. 3 – Esigibilità dei principi etici .....	4
Art. 4 - Gestione delle risorse umane, impiego lavoratori stranieri e lavoro minorile .....	4
Art. 5 – Tutela della salute e sicurezza sul lavoro .....	5
Art. 6 – Tutela della proprietà intellettuale e dei marchi .....	5
Art. 7 – Tutela dell’ambiente .....	6
Art. 8 - Prevenzione del riciclaggio e reati assimilati .....	6
Art. 9 – Contributi e sponsorizzazioni .....	7
Art. 10 – Sovvenzioni e finanziamenti .....	8
Art. 11 – Correttezza e trasparenza .....	8
Art. 12 – Trasparenza dell’informativa di bilancio e sistema di controllo interno .....	8
Art. 13 – Conflitto di interessi.....	8
Art. 14 – Indipendenza .....	9
CARTA DEI VALORI .....	9
Art. 15 – I Valori di Italsform S.p.A. ....	9
OBBLIGHI DEL CODICE ETICO .....	9
Art. 16 – Obblighi per i lavoratori .....	9
Art. 17 – Rapporti interni ed esterni .....	9
Art. 18 – Rapporti con i clienti .....	10
Art. 19 – Rapporti con i fornitori .....	10
Art. 20 - Rapporti con le organizzazioni politiche e sindacali .....	11
Art. 21 – Rapporti con la stampa .....	11
Art. 22 – Rapporti con la P.A. ....	11
Art. 23 – Riservatezza .....	11
Art. 24 – Doveri di correttezza.....	12
Art. 25 – Obblighi a tutela della proprietà intellettuale e del know-how aziendale .....	13
Art. 26 – Mezzi e dotazioni di lavoro .....	13
DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO E VIGILANZA .....	14
Art. 27 - Divulgazione .....	14
Art. 28 – Inosservanza del Codice Etico .....	14
Art. 29 – Violazioni del Codice Etico da parte di soggetti esterni .....	14

## PREMESSA

1. ITALSFORM S.P.A. (di seguito “società”) ha scelto di adottare un Codice Etico al quale i soci, i lavoratori e i collaboratori (di seguito “destinatari”) aderiscono e in relazione al quale sono tenuti a orientare le proprie azioni.
2. Il Codice Etico è un compendio di valori in cui la Società profondamente crede e che vuole porre a base delle scelte imprenditoriali e delle azioni intraprese.
3. L’adozione del presente Codice Etico si pone l’obiettivo primario di soddisfare, nel migliore dei modi, le necessità e le aspettative degli interlocutori della Società, mirando a raccomandare e a promuovere un elevato livello di professionalità e a vietare quei comportamenti che si pongono in contrasto non solo con le disposizioni normative ma anche con i valori che la Società intende promuovere.
4. Il Codice Etico regola i rapporti tra la Società ed i propri interlocutori esterni ed interni, secondo principi di chiarezza e trasparenza; rappresenta l’insieme dei principi e valori che sono necessari al corretto funzionamento, alla gestione affidabile e alla buona reputazione della Società.
5. Tutte le attività compiute a nome della Società e tutte le persone che in nome di essa agiscono sono tenute a conoscere e ad uniformarsi alle disposizioni contenute nel presente Codice Etico.
6. Il Codice Etico è disponibile e accessibile a tutti i dipendenti, ai soggetti che collaborano con la Società e ai suoi stakeholder, sul sito internet della Società. L’adozione del Codice Etico, inoltre, viene resa nota ai soggetti esterni che collaborano con la Società (collaboratori esterni, consulenti, clienti, fornitori, ecc.) anche attraverso l'utilizzo di specifiche clausole contrattuali.
7. La violazione del presente Codice Etico pregiudica il rapporto di fiducia della Società nei confronti dei destinatari e, in tal caso, Italsform S.p.A. ha piena facoltà di perseguire il trasgressore in sede disciplinare, civile e penale, nel rispetto delle procedure previste da questo Codice Etico.

## PRINCIPI DEL CODICE ETICO

## Art. 1 – Rispetto dei diritti fondamentali della persona

La Società rispetta l'ambiente in cui opera, i lavoratori che prestano attività a favore della stessa e le persone sui cui l'attività aziendale può impattare.

La Società si impegna a promuovere e tutelare i diritti fondamentali dell'individuo, tra cui il diritto alla salute, il diritto alla vita privata e familiare, il diritto di uguaglianza, in conformità a quanto previsto dalla Costituzione e dalla Convenzione Europea per i Diritti dell'Uomo.

## Art. 2 – Rispetto dei principi etici

I destinatari condividono e rispettano i valori fondanti l'organizzazione aziendale e promossi dalla stessa; nel loro agire professionale osservano una condotta ispirata ai principi previsti da questo Codice Etico nei confronti della Società, dell'ambiente in cui opera, dei lavoratori e delle persone su cui l'operato della Società impatta.

## Art. 3 – Esigibilità dei principi etici

Per garantire la condivisione dei principi e dei valori della Società anche da parte di soggetti esterni, legati a Italsform S.p.A. da rapporti commerciali o di consulenza, nei contratti regolanti i predetti rapporti sono o saranno inserite apposite clausole atte a garantire l'esigibilità dei comportamenti prescritti dal Codice Etico anche da parte dei soggetti esterni; la Società si impegna ad inserire nei contratti con collaboratori esterni clausole risolutive espresse, clausole attributive del diritto di recesso o clausole penali per fronteggiare eventuali violazioni da parte di soggetti esterni.

## Art. 4 - Gestione delle risorse umane, impiego lavoratori stranieri e lavoro minorile

Le risorse umane sono un elemento indispensabile per l'esistenza e lo sviluppo dell'impresa. La dedizione e la professionalità dei dipendenti sono valori e condizioni determinanti per il conseguimento degli obiettivi della Società. La Società tutela il valore della persona umana; in tale prospettiva, la Società si impegna a prevenire ed evitare qualsiasi forma di discriminazione basata su età, genere, colore della pelle, orientamento sessuale, stato civile, credo religioso, lingua, appartenenza etnica o nazionale, stato di salute e diverse abilità fisiche o mentali, stato di gravidanza, di maternità o paternità anche adottive, convinzioni e opinioni personali, opinioni politiche, affiliazione o attività sindacale e qualunque altra forma di diversità. La Società si propone inoltre di creare un ambiente di lavoro inclusivo in grado di accogliere le differenze e di valorizzarle.

La Società, pertanto, si impegna a favorire un ambiente di lavoro nel quale siano garantiti:

- Rispetto dei Diritti Umani;
- Tutela della sicurezza, salute ed integrità; • Prevenzione da ogni tipo di discriminazione;
- Pari opportunità e meritocrazia.

Il personale della Società è assunto con regolare contratto di lavoro e non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare.

È fatto espresso divieto di assumere lavoratori stranieri privi del permesso di soggiorno e/o stipulare con essi contratti aventi durata successiva alla durata del permesso di soggiorno. La Società non impiega alcuna forma di lavoro forzato, obbligatorio o lavoro minorile, ovvero non impiega persone di età inferiore a quella stabilita

per l'avviamento del lavoro dalle normative del luogo in cui la prestazione lavorativa è eseguite. La Società si impegna inoltre a non instaurare o mantenere rapporti d'affari con fornitori che impieghino lavoro minorile.

#### Art. 5 – Tutela della salute e sicurezza sul lavoro

Valore primario di Italsform S.p.A. è la tutela della salute e della sicurezza sul lavoro.

La Società adotta tutte le misure necessarie a garantire la tutela della integrità fisica, della dignità e della personalità dei lavoratori e più in generale dei destinatari del Codice Etico, uniformandosi alle prescrizioni di legge e promuovendo il più possibile la qualità dei servizi offerti e dei mezzi impiegati.

La Società adotta altresì tutte le misure necessarie a tutelare la dignità e la personalità dei lavoratori, garantendo loro una retribuzione proporzionata alla qualità e alla quantità del lavoro prestato e applicando fedelmente le prescrizioni in materia previdenziale e assistenziale previste dai CCNL, dalla legge e dalle determinazioni degli Enti preposti, tra cui l'Ispettorato del Lavoro, l'INPS e l'INAIL.

#### Art. 6 – Tutela della proprietà intellettuale e dei marchi

1. Valore primario di Italsform S.p.A. è altresì la tutela della proprietà intellettuale e dei marchi di cui la Società dispone in ragione della propria attività.
2. La Società assicura, in attuazione del principio di osservanza delle leggi, il rispetto delle norme interne, comunitarie e internazionali poste a tutela della proprietà industriale e intellettuale.
3. I destinatari promuovono il corretto uso, a qualsiasi scopo e in qualsiasi forma, di marchi, segni distintivi e di tutte le opere dell'ingegno di carattere creativo, compresi i programmi per elaboratore e le banche di dati, a tutela dei diritti patrimoniali e morali dell'autore.
4. La Società si impegna ad adottare tutte le misure affinché tutto il personale sia informato e sensibilizzato al rispetto delle norme a protezione della proprietà intellettuale e delle regole di comportamento stabilite dalla Società atte ad evitare che, anche involontariamente, personale aziendale possa utilizzare, impiegare o diffondere marchi o segni distintivi, comunque denominati, in maniera impropria.
5. È fatto divieto di realizzare qualunque condotta finalizzata, in generale, alla contraffazione, alterazione, duplicazione, riproduzione o diffusione, in qualunque forma e senza diritto dell'opera altrui.
6. Italsform S.p.A. si impegna a rispettare il Codice Etico delle aziende committenti.
7. In caso di subfornitura, la Società si impegna a promuovere il rispetto del proprio Codice Etico e di quelli delle aziende committenti da parte del subfornitore, attraverso specifiche clausole contrattuali.

#### Art. 7 – Tutela dell'ambiente

1. Valore primario di Italsform S.p.A. è parimenti il rispetto dell'ambiente.

2. La società da sempre, attraverso le proprie tecnologie e continue sperimentazioni, ha sviluppato il concetto di un uso razionale delle risorse energetiche producendo nel pieno rispetto dell'ambiente e realizzando prodotti ad alto livello qualitativo e a basso impatto ambientale.
3. La Società, inoltre, si impegna a rispettare le normative in materia ambientale, anche con riferimento al deposito temporaneo e al trasporto e alla gestione dei rifiuti prodotti, attraverso l'individuazione di imprese specializzate dotate delle necessarie autorizzazioni ambientali.

## Art. 8 - Prevenzione del riciclaggio e della ricettazione

La società Italsform S.p.a. non è coinvolta dagli obblighi di prevenzione al riciclaggio previsti dal Titolo II del D.Lgs. 231/2007. Infatti, l'elenco esaustivo dei soggetti tenuti ad adempiere suddetti obblighi è contenuto all'art. 3 D.lgs. 231/2007, e riguarda (per macro-categorie):

○ Intermediari bancari e finanziari ○ Operatori finanziari ○ Professionisti ○ Operatori

non finanziari (come ad esempio agenti immobiliari o gallerie d'arte) ○ Prestatori di servizi di gioco nulla prevedendo in merito al settore di produzione di semilavorati per calzature.

Dunque la Società, in considerazione delle attività esercitate, non è chiamata a svolgere quello che il D.lgs. 231/2007 individua come "comportamenti di collaborazione attiva", di conseguenza non costituisce un vero e proprio "presidio obbligato" di prevenzione del riciclaggio.

Tuttavia, la Società ritiene opportuno dotarsi di proprie regole interne al fine di prevenire e minimizzare il rischio che vengano compiuti per Suo tramite reati di riciclaggio e fattispecie simili.

Si riepilogano di seguito le fattispecie di reato in oggetto.

### **Ricettazione (art. 648 c.p.)**

L'art. 648 c.p. sanziona la condotta di chi, fuori dei casi di concorso nel reato, acquista, riceve od occulta denaro o cose provenienti da un qualsiasi delitto, ovvero comunque si intromette nel farle acquistare, ricevere od occultare.

Elemento costitutivo imprescindibile per la configurabilità della fattispecie è l'esistenza di un altro reato dal quale provengano le cose oggetto dell'azione incriminata. È altresì necessario che l'autore della ricettazione abbia come finalità quella di perseguire, per sé o per altri, un profitto che può essere anche di carattere non patrimoniale.

### **Riciclaggio (art. 648 bis c.p.)**

L'art. 648 bis c.p. testualmente punisce chi, fuori dei casi di concorso nel reato, sostituisce o trasferisce denaro, beni o altre utilità provenienti da delitto, ovvero compie in relazione ad essi altre operazioni, in modo da ostacolare l'identificazione della loro provenienza delittuosa.

#### **Impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita (art. 648 ter c.p.)**

L'art. 648 ter c.p. sanziona la condotta di chi, fuori dai casi di concorso nei reati di ricettazione e riciclaggio, impiega in attività economiche o finanziarie denaro, beni o altre utilità provenienti da delitto.

#### **Autoriciclaggio (art. 648 ter-1 c.p.)**

L'art. 648 ter-1 c.p. sanziona la condotta di chi, avendo commesso o concorso a commettere un delitto, impiega, sostituisce o trasferisce in attività economiche, finanziarie, imprenditoriali o speculative, il denaro, i beni o le altre utilità provenienti dalla commissione di tale delitto, in modo da ostacolare concretamente l'identificazione della loro provenienza delittuosa.

Non sono punibili le condotte attraverso le quali il denaro, i beni o le altre utilità vengono destinate alla mera utilizzazione o al godimento personale.

Per prevenire, dunque, il compimento dei suddetti reati, la Società adotta le seguenti norme di comportamento:

- 1- Identificare l'attendibilità dei fornitori al fine di verificarne l'affidabilità, evitando di instaurare o proseguire rapporti con soggetti che non abbiano adeguati requisiti di trasparenza e correttezza;
- 2- Monitorare nel tempo il permanere in capo ai fornitori dei requisiti di affidabilità, correttezza, professionalità e onorabilità;
- 3- Non effettuare e non accettare pagamenti in contanti, utilizzando esclusivamente strumenti tracciabili;
- 4- Operare controlli formali e sostanziali sui flussi finanziari aziendali;
- 5- Disciplinare la registrazione e conservazione dei dati relativi alle transazioni;

#### **Art. 9 – Contributi e sponsorizzazioni**

La Società aderisce alle richieste di contributi limitatamente a proposte provenienti da enti e associazioni non profit oppure di valore culturale e sociale, secondo le modalità previste internamente. Si impegna a prestare particolare attenzione, nell'aderire a queste iniziative, a possibili situazioni di conflitto di interessi personali o aziendali. Le attività di sponsorizzazione possono essere realizzate previa definizione di appositi accordi e verifica dell'onorabilità del soggetto beneficiario e dell'evento/iniziativa promossa, evitando di elargire sponsorizzazioni a controparti di cui sia anche solo sospettata l'appartenenza ad organizzazioni criminali o la commissione di reati in materia di riciclaggio.

## Art. 10 – Sovvenzioni e finanziamenti

Contributi, sovvenzioni o finanziamenti ottenuti dalla Unione Europea, dallo Stato Italiano o da altro Ente Pubblico, anche se di modico valore e/o importo, devono essere impiegati per le finalità per cui sono stati richiesti e concessi.

## Art. 11 – Correttezza e trasparenza

1. La Società opera nel rispetto dei principi di serietà, correttezza e trasparenza, evitando ogni possibile e potenziale conflitto d'interesse.
2. Se dovessero comunque insorgere, in maniera occasionale, situazioni attuali o potenziali di conflitto, è richiesta la tempestiva comunicazione al datore di lavoro per gli eventuali provvedimenti del caso.
3. La Società si impegna a selezionare le risorse umane rispettando le reali competenze, le attitudini e le capacità psico-fisiche dei lavoratori, evitando qualsiasi azione discriminatoria di qualunque natura.

## Art. 12 – Trasparenza dell'informativa di bilancio e sistema di controllo interno

La trasparenza contabile si fonda sulla verità, accuratezza e completezza ed affidabilità della documentazione dei fatti gestionali e delle relative registrazioni contabili.

Ciascun destinatario è tenuto a collaborare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità. Ogni operazione e/o attività deve essere lecita, autorizzata, coerente, documentata, verificabile, in conformità al principio di tracciabilità, alle procedure aziendali, secondo criteri di prudenza e a tutela degli interessi della Società.

La Società, nella redazione del Bilancio e di qualsiasi altro tipo di documentazione contabile, rispetta le leggi e le regolamentazioni vigenti applicabili, adotta le prassi ed i principi contabili generalmente accettati e si ispira al principio della trasparenza dei rapporti con gli stakeholder, rappresentando fedelmente i fatti di gestione, secondo criteri di chiarezza, veridicità e correttezza nel rispetto delle procedure interne.

La Società, inoltre, si è dotata di procedure amministrativo-contabili allineate a tali principi

## Art. 13 – Conflitto di interessi

Tra la Società e i destinatari sussiste un rapporto di piena fiducia, nell'ambito del quale è dovere primario di tutti i predetti soggetti utilizzare i beni dell'impresa e le proprie capacità lavorative per la realizzazione dell'interesse societario, in conformità alle normative vigenti ed ai principi fissati nel Codice Etico, che rappresentano i valori cui la Società si ispira ed in conformità dei quali conduce la propria attività. I destinatari del Codice Etico devono pertanto evitare situazioni e/o attività che possano condurre a conflitti di interesse con quelli della Società o che potrebbero interferire con la loro capacità di prendere decisioni imparziali, nella salvaguardia del miglior interesse dello stesso.

Qualora in capo ai destinatari si verifichi una situazione di conflitto con gli interessi della Società, è necessario che i destinatari lo comunichino immediatamente al suo superiore e si astenga da ogni attività connessa alla situazione fonte del conflitto.



## Art. 14 – Indipendenza

1. La Società non può subire né agire condizionamenti di nessun tipo nell'esercizio delle sue prestazioni, tali da compromettere i valori e i principi che la caratterizzano.

## CARTA DEI VALORI

## Art. 15 – I Valori di Italsform S.p.A.

1. La Società, con il presente Codice Etico, si impegna a rispettare e promuovere i seguenti valori:

- rispetto e tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, attraverso l'adozione delle necessarie misure antinfortunistiche e dei presidi in materia prescritti dalla legge o ritenuti opportuni sulla base dell'attività svolta, periodicamente verificati e aggiornati;
- rispetto dell'ambiente ed uso razionale delle risorse energetiche durante tutte le fasi di produzione;
- ricerca di una sempre maggiore qualità dei prodotti e dei servizi resi;
- aggiornamento costante di carattere tecnico, professionale, normativo, tecnologico e qualitativo;
- rispetto e protezione del Made in Italy;
- riservatezza e messa in sicurezza delle informazioni in proprio possesso;
- tutela delle opere, dei modelli e dei marchi delle case dei committenti;
- tutela della proprietà intellettuale e del know-how aziendale
- rigorosa etica industriale basata su regole intramontabili di chiarezza e di trasparenza, valori che vengono estesi anche nell'ambito produttivo, al fine di garantire un sistema manageriale e di produzione in grado di poter soddisfare le richieste più esigenti del mercato.

## OBBLIGHI DEL CODICE ETICO

## Art. 16 – Obblighi per i lavoratori

1. I lavoratori si impegnano a rispettare il Codice Etico al momento dell'assunzione dell'incarico ed a tenere una condotta ad esso conforme, evitando ogni atto o comportamento che violi o possa far ritenere violate le disposizioni previste dalla legge o dal Codice Etico medesimo.

## Art. 17 – Rapporti interni ed esterni

1. I rapporti tra i destinatari del Codice Etico sono improntati sul rispetto, fiducia e collaborazione reciproca; ciascuno deve adoperarsi affinché le relazioni professionali siano ispirate all'armonia e lealtà e deve evitare atti o comportamenti caratterizzati da conflittualità e animosità, evitando condotte moleste, denigratorie e diffamatorie.

2. Nelle relazioni con l'esterno, i destinatari si impegnano a generare fiducia e collaborazione attraverso una condotta incentrata sulla cortesia, sulla disponibilità alla comunicazione e sulla serietà delle proprie responsabilità e mansioni.

3. È vietata ogni comunicazione non autorizzata di informazioni inerenti al know-how aziendale o prodotti dell'ingegno di clienti e fornitori di cui il personale sia venuto a conoscenza in ragione delle proprie mansioni.

#### **Art. 18 – Rapporti con i clienti**

La Società considera la soddisfazione dei propri clienti un obiettivo aziendale primario, che viene costantemente perseguito attraverso l'impegno dei destinatari nel dare concrete risposte alle esigenze dei clienti.

Alla clientela devono essere fornite informazioni esaurienti ed accurate sui prodotti ed i servizi loro forniti così da consentire loro di fare scelte consapevoli.

La Società si impegna a comunicare con i clienti in modo chiaro e trasparente, informandoli correttamente e costantemente sulle caratteristiche dei prodotti offerti, utilizzando un linguaggio semplice e comprensibile ed assicurando sempre il mantenimento della condizione di pariteticità con i clienti.

I destinatari sono sempre tenuti nei rapporti con i clienti a comportamenti improntati all'assoluta onestà, trasparenza e cortesia.

#### **Art. 19 – Rapporti con i fornitori**

La condotta della Società nelle fasi di approvvigionamento di beni e servizi è improntata alla ricerca del massimo vantaggio competitivo, alla concessione di pari opportunità di partnership per ogni fornitore, alla lealtà ed imparzialità di giudizio.

Nella scelta dei fornitori non sono ammesse ed accettate pressioni indebite, finalizzate a favorire un fornitore a discapito di un altro e tali da minare la credibilità e la fiducia che il mercato ripone nella Società, in merito alla trasparenza e al rigore nell'applicazione della legge e dei regolamenti interni.

I criteri di selezione dei fornitori si basano sulla valutazione dei livelli di qualità ed economicità delle prestazioni. Inoltre, la Società non abusa del potere contrattuale per imporre condizioni vessatorie o eccessivamente gravose.

Ogni dipendente, consulente, fornitore, partner con qualsivoglia rapporto di collaborazione è tenuto a rispettare i principi contenuti nel presente Codice Etico. La Società non instaura né prosegue rapporti di collaborazione, con chiunque non accetti e rispetti i principi indicati.

La Società osserva le norme di legge in vigore e le procedure interne in materia di scelta e gestione delle relazioni con i fornitori.

È fatto obbligo ai fornitori di sottoscrivere un accordo di riservatezza contenuto all'interno dei contratti.

#### **Art. 20 - Rapporti con le organizzazioni politiche e sindacali**

La Società non favorisce o discrimina, né direttamente né indirettamente, nessuna organizzazione politica o sindacale.

La Società non elargisce alle organizzazioni politiche, sindacali, ai movimenti, comitati e organizzazioni, ai loro rappresentanti o candidati, contributi di nessun tipo e in nessuna forma, diretta o indiretta, ad eccezione di quei contributi dovuti sulla base di specifiche leggi o regolamenti dello Stato.

#### **Art. 21 – Rapporti con la stampa**

1. Eventuali rapporti con la stampa sono tenuti dal datore di lavoro o da un apposito delegato, in coerenza con la politica di comunicazione definita dalla Società.

2. Le informazioni fornite devono essere veritiere, complete, accurate e trasparenti.

3. I destinatari devono astenersi dal rilasciare dichiarazioni o interviste riguardanti la Società senza l'autorizzazione del datore di lavoro.

#### Art. 22 – Rapporti con la P.A.

1. È fatto divieto ai destinatari di accettare utilità e/o favoritismi di qualsiasi genere da terzi, siano essi persone fisiche, persone giuridiche o Pubbliche Amministrazioni tali da poterne influenzare impropriamente l'operato o anche solo tali da apparire a ciò dirette.

2. La Società vieta di accettare od offrire in maniera diretta o indiretta pagamenti o beni a pubblici funzionari per promuovere o favorire i propri interessi, salvo esclusivamente quegli atti di cortesia commerciale di modico valore e non finalizzati ad acquisire vantaggi per sé o per la Società in modo improprio.

3. Il destinatario di omaggi non rientranti nei normali e corretti rapporti di cortesia deve rifiutarli e informare tempestivamente il datore di lavoro.

3. Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, la Società non può essere rappresentata da soggetti terzi, quali ad esempio consulenti o collaboratori, quando si possano creare situazioni di conflitto di interesse anche potenziale.

#### Art. 23 – Riservatezza

1. I destinatari sono obbligati a mantenere il segreto professionale e ad utilizzare le informazioni acquisite esclusivamente per finalità connesse all'esercizio delle proprie funzioni, anche dopo la cessazione del rapporto di lavoro o del rapporto contrattuale con la Società.

2. Ogni lavoratore previene l'eventuale dispersione di dati personali osservando le misure prescritte dalla normativa vigente e dalla Società stessa.

I destinatari, nell'ambito degli scambi e delle interazioni con gli interlocutori interni ed esterni della Società, si impegnano a:

- tutelare la riservatezza commerciale rispettando gli accordi firmati ed i principi di riservatezza, vietandone la divulgazione non autorizzata;
- limitare rigorosamente la divulgazione delle informazioni esclusivamente alle persone interessate e debitamente autorizzate;
- conservare e proteggere i dati riservati per i quali essi sono responsabili;
- prestare particolare attenzione alle informazioni scritte / orali divulgate in spazi pubblici.

È inoltre richiesto di:

- riservare esclusivamente alle funzioni preposte i rapporti della Società con i clienti e i fornitori;
- non divulgare informazioni riservate e confidenziali anche dopo la cessazione dalla carica sociale ovvero la cessazione del rapporto di lavoro e/o di collaborazione;
- conservare i dati in modo tale da impedire a terzi estranei di prenderne conoscenza;

- utilizzare i dati personali correttamente e per uno scopo specifico, chiaro e legittimo e conservarli solo fino a quando risultano necessari allo scopo per il quale sono stati raccolti.

I Destinatari che abbiano accesso ad Informazioni Riservate sono tenuti a veicolarle all'esterno solo se espressamente a ciò autorizzati dai superiori gerarchici od al fine di ottemperare alla normativa vigente ed applicabile.

I clienti decidono liberamente quali informazioni personali comunicare alla Società; la Società si accerta che venga preservata la confidenzialità dei loro dati personali, nel rispetto degli impegni presi nei loro confronti, e in conformità alla legge applicabile.

La Società rispetta il diritto delle persone di recuperare, correggere o cancellare i dati e di utilizzare dispositivi di back-up (sia fisici che digitali) per i dati raccolti.

La Società riconosce il valore dei dati che i clienti e i contatti gli comunicano e affidano.

Operando nel settore del lusso, la Società è in possesso di dati di clienti con valore di mercato potenzialmente elevato. Consapevole del rischio di violazione dei dati, la Società si concentra non solo sulla conformità al Regolamento generale sulla protezione dei dati, ma garantisce anche la migliore protezione possibile dei dati dei propri clienti.

Per essere in grado di contrastare il rischio di violazione dei dati nel migliore modo possibile, la Società ha stabilito le necessarie politiche sulla riservatezza con i propri dipendenti, clienti e fornitori.

Inoltre, le informazioni sugli acquisti della Società sono condivise internamente solo al personale necessario; tali informazioni non possono essere condivise esternamente per alcun motivo.

In particolare, tali informazioni concernono:

- prezzi e condizioni di acquisto per prodotti, servizi o fornitori;
- dati ed informazioni relativi ai fornitori (es., fatturato e qualità fornitore);
- specifiche di prodotti o servizi;
- informazioni commerciali o finanziarie della Società.

#### Art. 24 – Doveri di correttezza

1. Ogni lavoratore della Società è tenuto ad assumere comportamenti, linguaggio ed immagine consona al proprio ruolo professionale, in funzione dei diversi livelli operativi previsti dal servizio.

2. Ogni lavoratore deve considerarsi responsabile della reputazione e dell'immagine della Società nei confronti di tutta la comunità.

#### Art. 25 – Obblighi a tutela della proprietà intellettuale e del know-how aziendale

Il know-how, ossia l'insieme delle conoscenze tecnico-industriali e commerciali riservate, è un asset competitivo di straordinaria importanza per la Società e, come tale, la Società è tenuta a tutelarlo e mantenerlo rigorosamente segreto.

Pertanto informazioni relative a modelli, disegni, bozze e studi inerenti le calzature prodotte con i marchi facenti capo direttamente o indirettamente alla Società o a terzi, nonché servizi, progetti di lavoro, compresi piani commerciali, gestionali, industriali e strategici, dati inerenti al know-how ed ai processi tecnologici, operazioni finanziarie, strategie operative, strategie di investimento e di disinvestimento, risultati operativi, dati personali dei dipendenti e liste dei clienti e collaboratori, informazioni inerenti attività presenti e future non sono divulgabili senza il consenso scritto della Società. Tali informazioni devono essere custodite in luoghi sicuri non accessibili a terzi non espressamente autorizzati.

Inoltre, è fatto divieto a qualunque soggetto che opera in nome, per conto o in rappresentanza della Società utilizzare marchi, modelli, disegni, materiali trasmessi a Italsform S.p.A. da aziende committenti e ad esse riferiti o ogni altro elemento di cui sia venuto in possesso in ragione della propria attività lavorativa.

È richiesto di:

1. astenersi da qualsivoglia condotta che possa costituire usurpazione di titoli di proprietà industriale, alterazione o contraffazione di segni distintivi di prodotti industriali, ovvero di brevetti, disegni o modelli industriali, sia nazionali sia esteri, ovvero violazione di opere dell'ingegno tutelate dal diritto d'autore;
2. astenersi dall'importare, commercializzare o comunque utilizzare o mettere altrimenti in circolazione prodotti industriali con segni distintivi contraffatti, mendaci o alterati ovvero realizzati usurpando diritti di terzi;
3. non permettere a terze parti di utilizzare materiale logato in forma non autorizzata o impropria;
4. adoperarsi per custodire la proprietà intellettuale con la massima attenzione, divulgandola solo se strettamente necessario e previa autorizzazione, nel quadro di accordi di confidenzialità.

#### Art. 26 – Mezzi e dotazioni di lavoro

1. I lavoratori sono personalmente responsabili della cura, della protezione e della conservazione dei beni della Società loro affidatigli per finalità di servizio.
2. Tutti gli strumenti messi a disposizione dalla Società per lo svolgimento dell'attività lavorativa devono essere utilizzati solo per il tempo indispensabile allo svolgimento dell'attività.
3. I destinatari non possono divulgare materiale cartaceo o telematico che sia di proprietà della Società, tranne che in caso di espressa autorizzazione del datore di lavoro.
4. Ai destinatari che hanno accesso alla rete interna e all'utilizzo dei computer e delle connessioni internet aziendali non è consentito il download di software e files coperti da copyright né la conservazione in supporti informatici di tali files se non attinenti all'utilizzo nel servizio né l'utilizzo degli account di posta elettronica per usi personali.

## DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO E VIGILANZA

### Art. 27 - Divulgazione

1. Il Consiglio di Amministrazione di Italsform S.p.A. approva con delibera consiliare il Codice Etico, nonché ogni variazione/integrazione ad esso apportata. Il Consiglio di Amministrazione cura l'aggiornamento e l'eventuale revisione del Codice Etico.
2. Il Codice Etico della Società sarà divulgato ai lavoratori, ai soci ed a chiunque riceva incarichi o collabori in modo continuativo con essa.
3. Il Codice Etico verrà utilizzato come parte integrante e valorizzante dei rapporti commerciali e comunicativi e potrà essere divulgato in tali occasioni a tutti gli stakeholders della Società ed alla comunità.
4. I responsabili a vario titolo del personale della Società si fanno carico di diffondere i principi e i contenuti del Codice Etico tra i lavoratori, i collaboratori, i committenti e le Pubbliche Amministrazioni.
5. Per garantire una capillare e consapevole diffusione del Codice Etico, la Società potrà svolgere azioni specifiche atte alla divulgazione e alla comprensione del medesimo.

### Art. 28 – Inosservanza del Codice Etico

1. In caso di inosservanza del Codice Etico, il trasgressore viene convocato dal datore di lavoro che ne ascolta le giustificazioni.
2. La Società applica le disposizioni del Codice Etico di gestione e controllo anche ai soggetti con funzioni apicali, anche amministratori.
3. La valutazione della trasgressione tiene in considerazione l'intenzionalità della condotta, la gravità della stessa, le mansioni ricoperte dal trasgressore, l'eventuale concorso di altri soggetti, la sussistenza di recidiva in capo al trasgressore.
4. La Società si impegna a definire il tipo e l'entità della sanzione da erogare al trasgressore, in applicazione del CCNL applicabile e delle disposizioni di legge.

### Art. 29 – Violazioni del Codice Etico da parte di soggetti esterni

1. Ogni comportamento di soggetti esterni alla società, legati alla medesima da rapporti contrattuali a scopi commerciali o di consulenza in contrasto con le prescrizioni e i principi di questo Codice Etico, determina le conseguenze previste dal contratto in termini di sanzioni, penalità e risoluzione del vincolo negoziale.