



**MODELLO DI ORGANIZZAZIONE,
GESTIONE E CONTROLLO
(D. LGS. N. 231/2001)**

CODICE ETICO

Premessa

FM Metal Fasteners Group S.p.A. (di seguito, anche FM o la Società) è una società che dal 1978 svolge la propria attività di distribuzione e commercializzazione nel settore della viteria e bulloneria con servizi logistici dedicati al cliente.

Quello di FM è un percorso fatto di passione, volontà, visione e ambizione che ha trasformato, grazie anche alla guida del fondatore e attuale Presidente Graziano Fantini, una piccola azienda di provincia con poco più di cinque dipendenti in uno dei più importanti player di mercato con diverse sedi sul territorio che, grazie alle loro posizioni strategiche, consentono a FM di coprire l'intera area nazionale in modo efficiente e capillare.

FM opera non solo in ambito nazionale, ma anche internazionale, grazie una consolidata rete di fornitori specializzati e qualificati.

Sin dalla sua fondazione la priorità di FM è sempre stata quella di soddisfare le esigenze dei clienti tramite una ampia gamma di prodotti standard e speciali realizzati a disegno sulla base delle specifiche richieste dei clienti, garantendo al contempo ottimali condizioni di mercato alla luce degli elevati standard qualitativi offerti.

FM è la Capogruppo che controlla diverse società in via diretta (Speed Bolt S.r.l., MC Bolt S.r.l. e Nuova Bull-Vit Estense S.r.l.) e una in via indiretta (BPC S.r.l., controllata da MC Bolt S.r.l.), tutte specializzate in settori simili a quello della capogruppo.

È impegno di FM promuovere uno sviluppo sostenibile della Società, delle comunità e dell'ambiente in cui opera.

Pertanto, FM si impegna a diffondere la conoscenza dei valori e dei principi all'interno e all'esterno della Società stessa e a istituire adeguate procedure di controllo.

Il Codice Etico

Il Codice Etico (di seguito anche Codice) è la carta dei valori e dei principi ispiratori dell'azione di un'impresa: la carta dei diritti e dei doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione imprenditoriale.

Obiettivo del Codice Etico è instaurare un clima culturale e regolamentare che – oltre a dissuadere dal porre in essere condotte che possano dar luogo a reati – garantisca all'impresa di essere percepita e valorizzata come garanzia di responsabilità morale e sociale.

Il Codice Etico è l'architrave su cui poggia il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. n. 231/2001, ma la sua portata funzionale e applicativa è di più ampio respiro; il Codice Etico, infatti, non si limita a prevenire la commissione dei reati indicati del D. Lgs. n. 231/2001, ma ha l'obiettivo di collocare il predetto Modello nell'ambito della Corporate Social Responsibility, ricomprendendo regole di condotta morali e operative che portano a svolgere l'attività aziendale tutelando in modo esplicito gli aspetti sociali e ambientali.

Il Codice Etico ha la finalità di introdurre un'implicita valutazione etica e sociale che ciascun destinatario deve assumere per definire i propri comportamenti e per valutare quelli degli altri, unendo la sfera morale a quella manageriale e operativa e uniformando la responsabilità individuale a quella della Società.

Perimetro di applicazione

Ai fini del presente documento, il concetto di Gruppo ricomprende l'insieme delle società che: (i) sono controllanti, anche indirettamente, di un medesimo soggetto, (ii) sono controllate, anche indirettamente, da un medesimo soggetto, (iii) sono poste sotto il comune controllo di due o più dei predetti soggetti.

Ciò posto, il Codice Etico di FM è vincolante per le seguenti società (di seguito complessivamente denominate Gruppo o Società del Gruppo):

- Speed Bolt S.r.l.
- MC Bolt S.r.l.
- Nuova Bull-Vit Estense S.r.l.
- BPC S.r.l.

Destinatari del Codice Etico

Il presente Codice Etico è diretto agli organi sociali e ai loro componenti, ai dipendenti, ai prestatori di lavoro temporaneo, ai consulenti e ai collaboratori a qualunque titolo, ai fornitori e a qualsiasi altro soggetto che possa agire in nome e per conto delle Società del Gruppo (di seguito anche i Destinatari).

I Destinatari, nello svolgimento delle proprie attività operano nel rispetto dei principi del Codice Etico, ispirandosi a valori di lealtà, diligenza, imparzialità, correttezza e trasparenza e rispettando scrupolosamente le normative vigenti. Nel relazionarsi tra loro, i Destinatari improntano la propria condotta alla cooperazione e alla collaborazione reciproca. FM promuove la creazione di un ambiente caratterizzato da un forte senso di integrità ed eticità nella convinzione che ciò contribuisca in modo decisivo anche all'efficacia delle politiche e dei sistemi di controllo interno e gestione dei rischi. In particolare:

- a) l'organo gestorio è tenuto a ispirarsi ai principi del Codice Etico nel fissare gli obiettivi aziendali, nel proporre gli investimenti e realizzare i progetti, e in qualsiasi decisione o azione relativa alla gestione;
- b) l'Organismo di Vigilanza monitora il rispetto e l'osservanza dei contenuti del presente Codice nell'esercizio delle proprie funzioni;
- c) i responsabili delle funzioni aziendali danno concreta attuazione ai valori e ai principi contenuti nel Codice, ispirandosi agli stessi, sia nei rapporti interni, rafforzando in tal modo la coesione e lo spirito di reciproca collaborazione, sia nei rapporti esterni, con esplicito divieto di ricorrere a favoritismi illegittimi, pratiche collusive, di corruzione e/o di sollecitazione di vantaggi personali per sé o per altri;
- d) i dipendenti e i collaboratori adeguano le proprie azioni e la propria condotta ai valori, ai principi e alle regole di comportamento stabiliti dal Codice;
- e) tutti coloro che operano in nome e per conto di FM sono devono uniformare i propri comportamenti al Codice.

I Destinatari sono tenuti a conoscere il presente Codice, a rispettarne le disposizioni sia nei rapporti interni che nei rapporti con i terzi, a contribuire alla sua concreta attuazione e a segnalarne eventuali carenze o inosservanze all'Organismo di Vigilanza.

I dipendenti sono tenuti a informare i terzi che entrino in rapporto con FM circa le prescrizioni del Codice Etico e a richiederne l'osservanza.

1 REGOLE DI CONDOTTA

1.1 Conformità alla normativa vigente

FM, nello svolgimento delle proprie attività, agisce nel rispetto della normativa vigente (nazionale o internazionale) ed esige dai Destinatari del presente Codice il rispetto di tale prescrizione e la tenuta di comportamenti che non pregiudichino la reputazione della Società.

In particolare, i Destinatari, nello svolgimento delle proprie attività, agiscono nella piena osservanza delle leggi e dei regolamenti nazionali e internazionali applicabili. Ogni operazione deve essere legittima, verificabile, coerente e congrua; ogni transazione dovrà pertanto essere correttamente autorizzata e registrata.

1.2 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

FM conduce i rapporti con la Pubblica Amministrazione all'insegna della massima trasparenza e disponibilità, in modo da non compromettere l'integrità e la reputazione di entrambe le parti.

L'assunzione di impegni con la Pubblica Amministrazione è riservata alle figure aziendali munite di adeguati poteri, salvo procure speciali eventualmente conferite a terzi.

I Destinatari sono tenuti alla massima collaborazione con il personale pubblico e sono responsabili di qualsiasi comunicazione mendace o intralcio al lavoro di quest'ultimo.

FM, al fine di ottenere finanziamenti, contributi o sovvenzioni pubblici, predispone la documentazione in maniera veritiera, completa e rispondente alle richieste ricevute, rispettando i vincoli che tali elargizioni dovessero generare. Tutti i consulenti o soggetti terzi che rappresentino FM nei rapporti con la Pubblica Amministrazione sono tenuti a rispettare tutte le direttive valide per i dipendenti. Inoltre, FM non si farà rappresentare, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, da un consulente o da un soggetto terzo quando si possano creare conflitti di interesse.

Non sono ammesse pratiche di corruzione, attiva o passiva, o comportamenti collusivi di qualsiasi natura e in qualsiasi forma nell'ambito dei rapporti con esponenti della Pubblica Amministrazione italiana e straniera.

Non è consentito offrire denaro o utilità di qualsiasi tipo o compiere atti di cortesia commerciale in favore di esponenti della Pubblica Amministrazione italiana e straniera (anche in quei paesi in cui l'elargizione di doni/utilità rappresenti una prassi diffusa), sia in via diretta che indiretta.

I rapporti con le Autorità Giudiziarie e gli organi di Polizia Giudiziaria, di ogni ordine e grado, dovranno essere improntati alla massima trasparenza, correttezza e collaborazione; a tal proposito i Destinatari – soprattutto qualora vengano coinvolti in procedimenti giudiziari – dovranno astenersi dall’adottare comportamenti reticenti, omissivi o che possano risultare, anche indirettamente e/o involontariamente, di intralcio all’operato degli organi di Giustizia. Analogamente, i Destinatari dovranno astenersi da qualsivoglia pressione o minaccia, anche mediante l’utilizzo di violenza fisica, nonché da qualsivoglia offerta di denaro o altre utilità, al fine di indurre un soggetto a non rendere dichiarazioni ovvero a rendere dichiarazioni false avanti un’Autorità Giudiziaria.

FM impone ai Destinatari di offrire la massima disponibilità e collaborazione nei confronti di chiunque venga a svolgere ispezioni e controlli per conto di qualsiasi Pubblica Amministrazione. È vietato distruggere o alterare registrazioni, verbali, scritture contabili e qualsiasi tipo di documento, mentire o fare dichiarazioni false alle Autorità competenti. Nessuno deve tentare di persuadere altri a fornire informazioni false o ingannevoli alle Autorità competenti.

1.3 Elargizione o accettazione di doni o altre utilità

Non è ammessa alcuna offerta o elargizione, diretta o indiretta, di denaro, regali o benefici di qualsiasi natura a dirigenti, funzionari o impiegati di clienti, fornitori, consulenti esterni, allo scopo di influenzarli nell’espletamento dei loro doveri e/o trarre indebito vantaggio, o 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 FM.

Atti di cortesia commerciale sono consentiti purché di modico valore o comunque tali da non compromettere l’integrità o la reputazione di una delle parti.

È fatto divieto di accettare, anche in occasioni di festività, per sé o per altri, omaggi o altre utilità, a eccezione dei regali d’uso di modico valore e/o ascrivibili a normali corretti rapporti di cortesia, tali comunque da non compromettere l’integrità o la reputazione di una delle parti.

Il dipendente che riceva doni o altre utilità di non modico valore e comunque in difformità da quanto sopra stabilito, ne deve dare tempestiva comunicazione scritta alla Società che potrà stabilire la restituzione di essi; nel caso in cui ciò non fosse possibile il dono dovrà essere messo a disposizione della Società.

1.4 Gestione amministrativa, contabile e fiscale

FM rispetta le normative applicabili in materia di redazione dei bilanci e di ogni tipo di documentazione amministrativa/contabile obbligatoria.

Le scritture contabili devono essere tenute in maniera accurata, completa e tempestiva, nel rispetto delle procedure aziendali in materia di contabilità, allo scopo di conseguire una rappresentazione veritiera della situazione patrimoniale/finanziaria e dell'attività di gestione.

Tutte le azioni e le operazioni devono essere correttamente registrate, autorizzate, verificabili, legittime, coerenti e congrue.

La contabilità è impostata su principi contabili di generale accettazione e rileva sistematicamente gli accadimenti derivanti dalla gestione societaria.

A tale scopo, tutte le funzioni aziendali sono tenute ad assicurare la massima collaborazione affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità aziendale, garantendo completezza e chiarezza delle informazioni fornite, nonché correttezza e accuratezza nell'elaborazione dei dati.

Per ogni rilevazione contabile che riflette una transazione societaria deve essere conservata un'adeguata documentazione di supporto. Tale documentazione deve consentire di individuare il motivo dell'operazione che ha generato la rilevazione e la relativa autorizzazione. La documentazione di supporto deve essere agevolmente reperibile e archiviata secondo opportuni criteri che ne consentano una facile consultazione da parte sia di enti interni sia esterni abilitati al controllo.

Tutti gli obblighi contributivi e fiscali devono essere correttamente adempiuti dalla Società.

1.5 Rapporti con i soci, il Collegio Sindacale e il Revisore Legale

La Società s'impegna a fornire ai soci informazioni accurate, veritiere e tempestive e a migliorare le condizioni della loro partecipazione alle decisioni societarie, nel pieno rispetto della normativa vigente e dello statuto.

Nei rapporti con i membri del Collegio Sindacale e il Revisore Legale, i soggetti coinvolti sono tenuti alla massima trasparenza, chiarezza e correttezza al fine di instaurare un rapporto di professionalità e collaborazione; i rapporti sono instaurati e le informazioni fornite previa supervisione e coordinamento da parte delle funzioni aziendali a ciò preposte.

1.6 Rapporti con il mercato

FM crede nella libera e leale concorrenza e informa le proprie azioni all'ottenimento di risultati competitivi che premino la capacità, l'esperienza e l'efficienza.

FM e i suoi collaboratori devono tenere comportamenti corretti negli affari di interesse della Società e nei rapporti con i Committenti pubblici e privati, con i Partner e con i Fornitori/Subappaltatori.

Qualsiasi azione diretta ad alterare le condizioni di corretta competizione è contraria alla politica aziendale della Società ed è vietata a ogni soggetto che per essa agisce.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse della Società può giustificare una condotta dei vertici, dei dipendenti o dei collaboratori che non sia rispettosa delle leggi vigenti e conforme alle regole del presente Codice.

In ogni comunicazione con l'esterno, le informazioni riguardanti FM e le sue attività devono essere veritiere, chiare e verificabili.

1.7 Conflitto di interessi

I Destinatari devono assicurare che ogni decisione sia presa nell'interesse della Società, in linea con i principi di corretta gestione societaria e imprenditoriale della stessa. Essi, quindi, devono evitare tutte le situazioni e tutte le attività in cui si possa manifestare un conflitto con gli interessi della Società o che possano interferire con la capacità di assumere, in modo imparziale, decisioni nel migliore interesse della stessa.

Eventuali situazioni di conflitto, ancorché potenziale, dovranno essere tempestivamente e dettagliatamente comunicate alla Società e il soggetto in conflitto dovrà astenersi dal compimento o dalla partecipazione ad atti che possano recare pregiudizio alla Società stessa ovvero comprometterne l'immagine e la reputazione.

1.8 Contributi e sponsorizzazioni

FM può aderire a richieste di contributi e sponsorizzazioni per attività che riguardino temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo o dell'arte, purché provenienti da enti e associazioni dotati di regolari statuti e atti costitutivi.

FM presta particolare attenzione, nell'aderire a queste iniziative, a possibili situazioni di conflitto d'interessi, personali o aziendali, e si pone l'obiettivo di monitorare gli impatti sociali generati.

Le attività di sponsorizzazione possono essere realizzate solo previa definizione di appositi accordi, verifica dell'onorabilità del soggetto beneficiario e dell'evento/iniziativa promossa e verifica dell'effettiva realizzazione dell'oggetto della sponsorizzazione.

1.9 Divieto di operazioni finalizzate al riciclaggio di denaro

I Destinatari sono tenuti a osservare rigorosamente le leggi, le policy e le procedure aziendali in qualsiasi transazione economica che li veda coinvolti, assicurando la piena tracciabilità dei flussi finanziari in entrata e in uscita e la piena conformità alle leggi in materia di antiriciclaggio.

I Destinatari non devono mai svolgere o essere coinvolti in attività tali da implicare il riciclaggio (cioè, l'accettazione o il trattamento) d'introiti da attività criminali in qualsivoglia forma o modo, osservando in maniera rigorosa le leggi in materia di antiriciclaggio.

I dipendenti/collaboratori devono verificare, in via preventiva, le informazioni disponibili (incluse le informazioni finanziarie) su controparti commerciali, consulenti e fornitori, al fine di appurare la loro integrità morale, la loro eticità e rispettabilità e la legittimità della loro attività prima di instaurare con questi rapporti d'affari.

FM ottempera all'applicazione delle leggi in tema di criminalità organizzata e antiriciclaggio, sia nazionali che internazionali, in qualsiasi giurisdizione competente.

1.10 Tutela della proprietà industriale e intellettuale

FM agisce nel pieno rispetto dei diritti di proprietà industriale e intellettuale, nonché delle leggi, regolamenti e convenzioni, anche in ambito comunitario e/o internazionale, a tutela di tali diritti.

A tale riguardo, tutti i Destinatari devono rispettare i legittimi diritti di proprietà industriale e intellettuale di terzi e astenersi dall'utilizzo non autorizzato dei suddetti diritti.

In particolare, i Destinatari, nell'esercizio delle proprie attività, devono astenersi da qualsivoglia condotta che possa costituire usurpazione di titoli di proprietà industriale.

Tutti i Destinatari, inoltre, devono astenersi dall'utilizzare in qualsiasi forma, in modo illecito e/o improprio, nell'interesse proprio, aziendale o di terzi, opere dell'ingegno (o parti di esse) protette ai sensi della normativa sul diritto d'autore e, in particolare, dalla Legge sul diritto d'autore (L. n. 633/1941).

1.11 La tutela della privacy e cyber security

FM è attenta al continuo modificarsi del contesto sociale e tecnologico. È suo primario scopo proteggere adeguatamente i dati personali dei suoi dipendenti, collaboratori, fornitori e clienti, consci che la tutela dei diritti della persona passa, oggi, anche dalla tutela dei dati personali e della loro circolazione.

A questo scopo FM ha avviato un processo di modernizzazione della propria organizzazione al fine di proteggere i dati che gestisce, indipendentemente dalla piattaforma, cartacea o digitale, sulla quale siano memorizzati.

FM sorveglia costantemente le procedure e le tecnologie riguardanti i dati trattati, garantendone la massima sicurezza. FM si impegna, inoltre, a una costante formazione dei propri dipendenti e collaboratori sull'argomento, poiché l'unico modo per garantire la sicurezza dei dati è assicurarsi che tutti gli attori del processo di gestione siano informati sulle procedure in materia.

FM impone, nei propri stabilimenti, adeguati oneri di sicurezza informatica e cyber security.

È vietato l'utilizzo su macchine di proprietà di software illegali, non autorizzati, o senza licenza.

1.12 Contrasto alla criminalità organizzata

FM condanna fermamente e combatte con tutti gli strumenti a sua disposizione qualsiasi forma di criminalità organizzata, anche a carattere mafioso.

Particolare accortezza dovrà essere utilizzata dai Destinatari qualora si trovino a operare in aree, sia in Italia che all'estero, storicamente interessate da fenomeni di criminalità organizzata, al fine di prevenire il rischio d'infiltrazioni criminali.

Particolare impegno viene profuso nella verifica dei doverosi requisiti di onorabilità e affidabilità in capo alle controparti commerciali (quali, a esempio, fornitori, consulenti, appaltatori e clienti).

Nessun rapporto commerciale viene intrapreso o proseguito con controparti commerciali di cui sia anche solo sospettata l'appartenenza o la contiguità a organizzazioni criminali, o che siano sospettati di agevolare in qualsiasi forma, anche occasionale, l'attività di organizzazioni criminali.

È fatto espresso divieto ai propri amministratori, dipendenti e collaboratori di porre in essere, anche per interposta persona, qualsiasi comportamento che possa costituire o sia connesso a forme di organizzazione criminale, associazioni per delinquere, associazioni di tipo mafioso, associazioni

finalizzate alla immigrazione clandestina o allo sfruttamento di lavoro irregolare (caporalato), sia in ambito nazionale che internazionale.

FM non eroga finanziamenti, contributi, vantaggi o altre utilità, diretti o indiretti, ai partiti politici, a singoli candidati, movimenti, comitati associazioni, organizzazioni e Amministrazioni Pubbliche o alle organizzazioni sindacali dei lavoratori, né a loro rappresentanti, sia in Italia che all'estero, se non nel rispetto della normativa applicabile e in piena trasparenza e nell'osservanza delle procedure aziendali interne applicabili.

1.13 Tutela del patrimonio culturale

Le attività della Società sono gestite nel rispetto della normativa vigente in materia di tutela del patrimonio culturale e paesaggistico, con l'obiettivo di salvaguardare lo stesso in tutti gli ambienti nei quali tali attività vengono eventualmente svolte, inclusi i cantieri temporanei o mobili.

1.14 Tutela della Salute e Sicurezza del Lavoro

FM garantisce l'integrità fisica e morale dei suoi dipendenti e collaboratori, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri e salubri, nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di analisi dei rischi e di prevenzione degli infortuni e protezione dei lavoratori sui luoghi di lavoro, inclusi i cantieri temporanei e mobili.

FM svolge la propria attività a condizioni tecniche, organizzative ed economiche tali da consentire che siano assicurati un'adeguata prevenzione infortunistica e un ambiente di lavoro salubre e sicuro.

FM si impegna a diffondere e consolidare tra tutti i propri dipendenti, collaboratori e subappaltatori una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti.

1.15 Tutela dell'Ambiente

Allo scopo di prevenire l'inquinamento, preservare la terra e l'ambiente, di conservarli e di trasmetterli alle generazioni future, come patrimonio prezioso per la comunità e per la cultura aziendale, FM si impegna a diffondere e consolidare tra tutti i propri dipendenti, collaboratori e fornitori una cultura della tutela ambientale, della corretta gestione dei rifiuti e della prevenzione dell'inquinamento, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i dipendenti, collaboratori e fornitori.

1.16 Rapporti con la clientela

I clienti sono parte integrante ed essenziale dell'attività della Società; la loro tutela e il dialogo con gli stessi rappresentano, quindi, aspetti fondamentali della politica di FM.

La Società s'impegna quotidianamente per soddisfare le aspettative dei propri clienti fornendo loro prodotti e servizi di alta qualità, a condizioni competitive e nel rispetto delle norme poste a tutela della concorrenza e del mercato.

FM impronta la propria attività al criterio della qualità, intesa essenzialmente come obiettivo del pieno soddisfacimento del cliente.

Nei rapporti con la clientela FM assicura correttezza e chiarezza nelle trattative commerciali e nell'assunzione dei vincoli contrattuali, nonché il fedele e diligente adempimento contrattuale.

La formulazione delle offerte è tale da consentire il rispetto di adeguati standard qualitativi, di congrui livelli retributivi del personale dipendente e delle opportune misure di sicurezza.

È vietato a tutti i Destinatari il coinvolgimento, a qualsiasi titolo, nella commercializzazione di prodotti aventi caratteristiche (per origine, provenienza, qualità, quantità) diverse da quelle pattuite o dichiarate ovvero recanti nomi, marchi o segni distintivi idonei a trarre in inganno il consumatore finale circa qualità, origine e provenienza dei prodotti offerti.

Nella conduzione di qualsiasi trattativa devono sempre evitarsi situazioni nelle quali i soggetti coinvolti siano o possano essere in conflitto d'interesse. Qualora un dipendente/collaboratore si trovi in una situazione che, anche potenzialmente, possa costituire o determinare un conflitto d'interessi deve segnalarla tempestivamente al proprio superiore.

La Società non richiede mai, in maniera diretta o indiretta, né promuove lo svolgimento di attività di ricerca di contatti o di pressione su collaboratori dei Clienti che non siano improntate ad assoluta trasparenza o che possano essere assimilate a corruzione o indebita interferenza negli affari dei Clienti.

Nel caso in cui la Società si avvalga della collaborazione di intermediari esterni (consulenti, agenti, rappresentanti, intermediari, ecc.) per promuovere le attività aziendali o favorire la conclusione di rapporti di fornitura devono essere previsti e attuati meccanismi idonei per garantire la correttezza dell'operato di tali intermediari e un'adeguata sorveglianza sugli stessi.

FM ricorre al contenzioso solo quando le sue legittime pretese non trovano nell'interlocutore la dovuta soddisfazione.

Nella conduzione di qualsiasi trattativa devono sempre evitarsi situazioni nelle quali i soggetti coinvolti nelle transazioni siano o possano apparire in conflitto di interesse.

1.17 Rapporti con i fornitori

La scelta dei fornitori e l'acquisto di beni e servizi sono effettuati in base a preliminari valutazioni obiettive circa onorabilità, professionalità, competenze, competitività, qualità, correttezza, reputazione e prezzo.

I fornitori devono essere soggetti a periodica attività di monitoraggio delle prestazioni e del mantenimento dei requisiti di qualificazione.

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo valore per FM e alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore e fondati su comportamenti precontrattuali e contrattuali basati sulla reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

FM esige dai propri fornitori di beni e servizi il pieno rispetto dell'eticità, della correttezza commerciale e della legalità. In tal senso, i fornitori sono tenuti a conoscere il presente Codice Etico; in ogni caso, nell'ipotesi in cui il fornitore, nello svolgimento della propria attività, adotti comportamenti non in linea con i principi generali del Codice, FM è legittimata a prendere opportuni provvedimenti fino a precludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

I fornitori devono assicurare ai propri dipendenti condizioni di lavoro basate sul rispetto dei diritti umani fondamentali, delle Convenzioni internazionali, delle leggi vigenti. In particolare: (i) l'utilizzo del lavoro minorile è assolutamente vietato e considerato inaccettabile. L'età dei lavoratori addetti alla produzione non può essere inferiore all'età minima legale ammessa in ciascun paese; (ii) lo sfruttamento del lavoro minorile e non, l'utilizzo di lavoro forzato, di abusi fisici o psichici o di punizioni corporali sono considerati assolutamente inaccettabili e comporteranno l'interruzione immediata di ogni e qualsivoglia rapporto tra il fornitore e FM; (iii) la retribuzione e i benefici dei lavoratori utilizzati dai fornitori devono essere conformi alle normative locali, alle leggi e allineati a quanto previsto dalle convenzioni internazionali in materia; (iv) i fornitori devono garantire il completo rispetto delle norme a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori.

1.18 Rapporti con Enti di Certificazione

FM considera imprescindibile la certificazione volontaria dei propri processi produttivi, a testimonianza della trasparenza, dell'onestà e della qualità dell'offerta, principi che fanno parte della cultura della Società.

I confronti periodici con i professionisti degli enti certificatori sono considerati grandi opportunità di crescita. Ai rapporti con detti professionisti si applicano le medesime regole previste ai precedenti articoli 1.2 (Rapporti con la Pubblica Amministrazione), 1.3 (Elargizione o accettazione di doni o altre utilità) e 1.6. (Conflitto di interessi).

1.19 Gestione delle risorse umane

FM riconosce la centralità delle risorse umane, quale principale fattore di successo di ogni impresa, in un quadro di lealtà e fiducia reciproche tra datore e prestatori di lavoro.

È considerato un valore primario lo sviluppo delle professionalità e delle competenze come condizione fondamentale per la crescita comune, incoraggiando l'iniziativa, il lavoro di squadra e la capacità di delega.

Nella fase di assunzione dei dipendenti/collaboratori si rifiuta qualunque schema clientelare e di nepotismo: l'unico criterio utilizzato per la selezione del personale è quello del merito e delle competenze professionali. Allo stesso modo si rifiuta che la scelta del personale e lo sviluppo delle carriere possano avvenire basandosi su elementi discriminatori quali, a titolo non esaustivo: il sesso, le preferenze sessuali, l'etnia, la religione, le opinioni politiche e filosofiche, le condizioni di salute, la nazionalità.

FM s'impegna a tutelare l'integrità fisica e morale dei dipendenti/collaboratori garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona umana.

FM rifiuta e si impegna a impedire qualsiasi forma di discriminazione fondata su sesso, razza, orientamento sessuale, stato di salute, lingua, religione, opinioni politiche, condizioni personali e sociali. Fenomeni quali razzismo, xenofobia, negazione di crimini contro l'umanità, in qualsiasi forma manifestati, ivi compresa la diffusione mediante social media, vengono condannati nel modo più assoluto.

FM si impegna a promuovere la parità di genere all'interno dei propri luoghi di lavoro, assicurandosi che sia garantita parità di retribuzione e di trattamento e che non sia precluso l'accesso alle posizioni apicali della Società in ragione del sesso o di qualsiasi altra ragione che non sia il merito o le competenze professionali.

FM non tollera alcuna forma di molestia nelle relazioni di lavoro interne ed esterne, intendendo come tali: (i) la creazione di un ambiente di lavoro intimidatorio, ostile o d'isolamento nei confronti di singoli o gruppi di lavoratori; (ii) l'ostacolo a prospettive di lavoro individuali altrui per meri motivi di

competitività personale; (iii) la subordinazione di prospettive di carriera a richiesta di favori sessuali o l'esposizione d'immagini con espliciti riferimenti sessuali oppure allusioni insistenti e continuate.

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro; non è ammessa alcuna forma di lavoro irregolare. A tale proposito, è specificamente vietata l'assunzione di personale straniero privo del permesso di soggiorno ovvero con permesso scaduto e del quale non sia stato chiesto, nei termini di legge, il rinnovo oppure con permesso di soggiorno revocato o annullato.

È proibita ogni forma di sfruttamento dello stato di bisogno dei lavoratori, così come il coinvolgimento in rapporti con intermediari che siano anche solo sospettati di reclutare manodopera approfittando del suddetto stato di bisogno.

FM rispetta la normativa applicabile in materia di orario di lavoro, periodi di riposo, riposo settimanale, aspettativa obbligatoria, ferie e riconosce retribuzioni proporzionate rispetto alla qualità e quantità del lavoro prestato e in linea con le previsioni della contrattazione collettiva applicabile.

FM condanna il ricorso a condizioni di lavoro, metodi di sorveglianza o situazioni alloggiative degradanti o potenzialmente pericolosi, ritenuti assolutamente inaccettabili.

I dipendenti/collaboratori, oltre che adempiere i doveri generali di lealtà, correttezza ed esecuzione del contratto di lavoro secondo buona fede, devono astenersi dallo svolgere attività in concorrenza con quelle di FM, divulgare notizie riservate o diffamatorie sulla Società, rispettare le procedure interne e attenersi alle linee di condotta richieste dal Codice Etico, la cui osservanza è richiesta anche ai sensi e per gli effetti di cui agli artt. 2104 e 2105 del Codice civile.

Questi valori sono considerati fondamentali, pertanto FM si impegna a collaborare soltanto con soggetti che condividano i medesimi principi operativi e che li garantiscano nell'esercizio quotidiano delle proprie attività.

2 DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO - DOVERI E RESPONSABILITÀ

2.1 Diffusione del Codice Etico

FM s’impegna a favorire e garantire adeguata conoscenza del Codice Etico divulgandolo nei confronti di tutti i Destinatari mediante apposite attività di informazione e comunicazione.

Con delibera dell’organo gestorio, il Codice può essere modificato, aggiornato e integrato, anche sulla scorta dei suggerimenti e delle indicazioni provenienti dall’Organismo di Vigilanza.

2.2 Doveri e responsabilità dell’organo gestorio

L’organo gestorio, nel fissare gli obiettivi d’impresa, s’ispira ai principi del Codice Etico.

L’organo gestorio assicura: (i) la massima diffusione del Codice presso i Destinatari, (ii) l’approfondimento e l’aggiornamento del Codice al fine di mantenerlo costantemente in linea con l’evoluzione delle normative di riferimento e della sensibilità sociale, (iii) la disponibilità di ogni possibile strumento conoscitivo e di chiarimento circa l’interpretazione e l’attuazione di quanto previsto dal Codice Etico, (iv) lo svolgimento di verifiche in ordine a ogni notizia di violazione delle norme del Codice Etico, (v) la valutazione dei fatti e la conseguente attuazione, in caso di accertata violazione, di adeguate misure sanzionatorie, (vi) che nessuno possa subire ritorsioni di qualunque genere per aver fornito notizie di possibili violazioni del Codice Etico o delle norme di riferimento.

2.3 Doveri e responsabilità del Management

Il Management della Società ha il compito di dare concretezza ai valori e ai principi contenuti nel Codice, facendosi carico delle responsabilità verso l’interno e verso l’esterno e rafforzando la fiducia, la coesione e lo spirito di gruppo.

Il Management della Società è tenuto a conoscere i contenuti del Codice e a tenerli nella dovuta considerazione nel proporre e realizzare i progetti, le azioni e gli investimenti utili ad accrescere nel lungo periodo il valore dell’impresa, il rendimento per gli azionisti, il benessere dei collaboratori e della collettività.

Ciascun componente del Management della Società ha l’obbligo di: (i) rappresentare con il proprio comportamento un esempio per i propri collaboratori, (ii) indirizzare i collaboratori all’osservanza del Codice e sollecitare gli stessi a sollevare problemi e questioni in merito alle norme, (iii) operare affinché i collaboratori comprendano che il rispetto delle norme del Codice costituisce parte essenziale della qualità della prestazione di lavoro, (iv) riferire tempestivamente al proprio superiore, o al vertice

aziendale, su proprie rilevazioni nonché su notizie fornite da collaboratori circa possibili casi di violazione delle norme.

2.4 Doveri e responsabilità degli altri Destinatari

I Destinatari, oltre al dovuto rispetto della legge e delle normative vigenti, sono tenuti ad adeguare le proprie azioni e i propri comportamenti ai principi, agli obiettivi e agli impegni previsti dal Codice.

Tutte le azioni, le operazioni e le negoziazioni compiute e, in genere, i comportamenti posti in essere nello svolgimento dell'attività lavorativa sono ispirati alla massima correttezza dal punto di vista della gestione, alla completezza e trasparenza delle informazioni, alla legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale e alla chiarezza e verità nei riscontri secondo le norme vigenti e le procedure interne.

Ai Destinatari viene chiesta la sottoscrizione del Codice e delle norme di riferimento che regolano l'attività svolta nell'ambito della sua funzione.

I dipendenti hanno l'obbligo di: (i) astenersi da comportamenti contrari a tali norme, (ii) rivolgersi ai propri superiori in caso di necessità di chiarimenti sulle modalità di applicazione delle stesse, (iii) riferire tempestivamente al proprio superiore su proprie rilevazioni nonché su notizie circa possibili casi di violazione delle norme.

3 ATTUAZIONE DEL CODICE ETICO

La corretta ed efficace applicazione del Codice Etico è possibile solo attraverso l'impegno e il concorso di tutti coloro che operano per conto della Società in collaborazione con gli organismi responsabili del processo di attuazione e controllo.

3.1 Vigilanza e controlli

Il compito di vigilare sul rispetto del presente Codice è in capo all'organo gestorio e all'Organismo di Vigilanza; quest'ultimo relaziona, almeno annualmente, l'organo gestorio.

3.2 Obblighi di segnalazione e richieste di chiarimenti

Ogni comportamento contrario allo spirito del Codice dovrà essere immediatamente segnalato all'Organismo di Vigilanza utilizzando l'apposita casella di posta elettronica all'indirizzo odv@fmspa.com.

Utilizzando il medesimo indirizzo sopra indicato, i Destinatari possono altresì richiedere chiarimenti in merito a parti del Codice Etico e/o del Modello sulle quali necessitano di interpretazione e/o di orientamento.

Quanto alle Segnalazioni di cui al nuovo D. Lgs. n. 24/2023 (c.d. Decreto Whistleblowing), la Società ha predisposto un'apposita procedura ("*Procedura Whistleblowing*"), cui si rinvia, che risulta caricata sul sito internet aziendale all'indirizzo <https://fmspa.com/whistleblowing/>.

I segnalanti saranno garantiti contro qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione; sarà inoltre garantita la riservatezza dell'identità del segnalante fatti salvi gli obblighi di legge e la tutela dei diritti della Società o delle persone accusate con dolo o colpa grave.

3.3 Sistema disciplinare

Ogni comportamento contrario alla lettera e allo spirito del Codice Etico, ivi compresi gli obblighi di segnalazione, sarà sanzionato in modo proporzionato alla gravità delle eventuali infrazioni commesse, in conformità con quanto previsto dal sistema disciplinare definito dal Modello Organizzativo, di cui il Codice Etico è parte integrante.

I principi espressi nel presente Codice Etico sono parte integrante delle condizioni che regolano il rapporto di lavoro nella Società; eventuali violazioni daranno luogo all'applicazione di sanzioni in conformità al vigente sistema sanzionatorio previsto per dipendenti, dirigenti e amministratori, commisurate alla gravità della violazione.

Il mancato rispetto dei precetti contenuti nel presente Codice Etico potrà comportare la risoluzione del rapporto in essere con i terzi sulla base di una esplicita previsione contrattuale.