



# CODICE ETICO

*Approvato dal Consiglio di Amministrazione di UNIVEG Trade Italia s.r.l in data 22 marzo 2010*

# Indice

Premessa.....	3
<b>1. Introduzione.....</b>	<b>4</b>
1.1 Che cos'è l'«Etica»? .....	4
1.2 L'Etica aziendale.....	4
1.3 Il Codice Etico .....	4
1.4 Lo «stile» Univeg Italia .....	5
1.5 Condivisione del Codice Etico .....	5
<b>2. Il nostro impegno .....</b>	<b>6</b>
<b>3. Valori .....</b>	<b>8</b>
3.1 Onestà e Trasparenza .....	8
3.2 Responsabilità sociale .....	8
3.3 Centralità della persona .....	8
3.4 Tutela del lavoro .....	9
3.5 Salvaguardia dell'ambiente .....	9
3.6 Rispetto di leggi, codici e regolamenti vigenti.....	9
<b>4. Norme e standard di comportamento.....</b>	<b>10</b>
4.1 Rapporti con gli stakeholder.....	10
4.2 Informazione e rendicontazione .....	10
4.3 Controllo interno.....	10
4.4 Corruzione e concussione.....	11
4.5 Diversità e pari opportunità.....	11
4.6 Diligenza e correttezza nella gestione dei contratti .....	11
<b>5. Indicazione delle modalità di attuazione e controllo .....</b>	<b>12</b>
5.1 Ambito di applicazione del Codice Etico .....	12
5.2 Monitoraggio .....	12
5.3 Segnalazione delle violazioni del Codice Etico .....	13
5.4 Comunicazione e diffusione del Codice Etico .....	13
<b>6. Appendice di dettaglio ai fini del D.Lgs. 231/2001.....</b>	<b>14</b>
6.1 Tutela del Capitale Sociale, dei Creditori e del Mercato.....	14
6.2 Pubblica Amministrazione .....	15
6.3 Conflitto d'interessi.....	15
6.4 Omaggi, regalie e altre forme di benefici.....	15

## Premessa

UNIVEG Trade Italia commercializza dagli anni Settanta prodotti alimentari e principalmente prodotti ortofrutticoli freschi, offrendo alle persone in tutto il mondo un'alimentazione nutrizionalmente equilibrata.

Onestà, trasparenza, innovazione, responsabilità sociale e ambientale sono i valori, frutto di una forte e riconosciuta identità culturale, in cui UNIVEG Trade Italia si identifica.

Questa identità, nata dallo stile imprenditoriale dei fondatori, si è man mano rafforzata in più di 40 anni di tradizioni, esperienze e comportamenti, divenendo una delle risorse fondamentali dell'Azienda.

Oggi, la crescita del business fa sì che UNIVEG Trade Italia si trovi a operare in una molteplicità di contesti in continua e rapida evoluzione.

Data la complessità di questo scenario, è importante che UNIVEG Trade Italia ribadisca con forza la propria cultura, definendo con chiarezza l'insieme dei valori in cui l'Azienda si riconosce e che condivide, unitamente alle responsabilità che essa si assume sia verso l'interno che verso l'esterno.

Strumento fondamentale, nell'ambito di tale processo di divulgazione e chiarimento dei principi aziendali, è il presente «Codice Etico».

# 1

## Introduzione

### 1.1 Che cos'è l'«Etica»?

L'«Etica» esprime l'insieme di norme di condotta – sia pubblica sia privata – seguite da una persona o da un gruppo di persone. È una parola usata in moltissimi contesti, e indica una riflessione su regole e principi da seguire nella vita pratica. Il raggio d'azione dell'etica, quindi, pur rinviando a un universo astratto (fatto di principi e valori), è tutt'altro che teorico: riguarda il quotidiano e si traduce in norme di comportamento.

Si può definire «etico» il comportamento di colui che opera, guidato non da timori di punizione o speranze di ricompensa opportunistici, ma dalla propria ragione «in modo di trattare l'umanità, così nella sua persona come in quella di ogni altro, sempre insieme come un fine, mai semplicemente come un mezzo per raggiungere un fine» (I. Kant).

### 1.2 L'Etica aziendale

Quando la riflessione sull'etica si sposta dall'agire individuale a un più ampio ambito organizzativo e di business, il concetto di responsabilità e consapevolezza individuale si lega inevitabilmente a quello di «Responsabilità Sociale d'Impresa» o «Cittadinanza d'Impresa».

Per UNIVEG Trade Italia la Responsabilità Sociale d'Impresa si configura come la capacità di integrare le proprie attività di business con il rispetto e la tutela degli interessi di tutti i partner e di tutti gli individui con cui si relaziona, con la salvaguardia delle risorse ambientali e la loro conservazione per le generazioni future.

In altre parole l'azione di UNIVEG Trade Italia è volta a perseguire il proprio business considerando il rispetto dovuto a tutti gli esseri viventi e il valore delle cose inanimate, come fine del proprio agire e non come mezzo per raggiungere il profitto.

### 1.3 Il Codice Etico

In ambito di business, l'assenza di una considerazione etica del proprio agire potrebbe portare a comportamenti «potenzialmente opportunistici», dettati dall'errata convinzione di stare facendo il bene dell'Azienda. Perciò appare evidente il valore di un Codice Etico volto a ribadire che in nessun modo la convinzione di agire a vantaggio dell'Azienda può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con principi e valori condivisi.

Il documento che segue non serve ad accrescere il grado di conformità alla legge o la reputazione di UNIVEG Trade Italia, perché responsabilità legale, osservanza delle leggi e correttezza – come la qualità dei prodotti – sono una condizione imprescindibile per l'esistere stesso dell'Azienda, e non possono quindi essere considerati obiettivi di un Codice Etico.

Obiettivo primario del Codice Etico è rendere comuni e diffusi i valori in cui l'Azienda si riconosce, a tutti i livelli, facendo sì che chiunque, ogniqualvolta è chiamato a prendere una decisione, si ricordi con chiarezza che a essere in gioco non sono soltanto gli interessi, i diritti e i doveri propri, ma anche quelli degli altri.

In altre parole si deve essere consapevoli che il benessere e il rispetto di tutti, devono essere sempre ed esplicitamente presi in considerazione in ogni fase dell'agire quotidiano.

### 1.4 Lo «stile» Univeg Italia

Giovanni Bocchi (detto Nino), fondatore dell'azienda oggi denominata UNIVEG Trade Italia a seguito della cessione al Gruppo internazionale UNIVEG ha lasciato una profonda impronta etica, basata sulla lealtà e correttezza delle relazioni professionali, nonché al grande valore per la parola data e per i rapporti umani. Oggi mantenere tutto questo è necessario sia per chiarire al meglio la via di UNIVEG Trade Italia verso il futuro, sia per assumere la consapevolezza che, in un sistema industriale più responsabile e maturo, occorre competere con integrità.

Ciò significa fare bene e con dignità il proprio mestiere, avere rispetto delle regole, ma, anche e soprattutto, ispirarsi a principi e valori condivisi, che si richiamano al consenso e non all'obbedienza.

La condivisione e l'applicazione dei principi raccolti in questo documento portano a definire lo «stile» UNIVEG Italia.

### 1.5 Condivisione del Codice Etico

Questo documento vuole essere, quindi, un incentivo razionale per cercare di capire non solo cosa sia giusto fare, ma anche il «perché» sia necessario farlo.

L'obiettivo primario è quello di far sì che sia introdotta anche una valutazione etica, sia nel decidere i propri comportamenti sia nel valutare quelli degli altri, unendo in questo modo la sfera morale a quella manageriale, le responsabilità individuali a quelle dell'Azienda e la sfera personale a quella organizzativa: ossia tradurre il ragionamento in una concreta azione etica.

Questo documento deve essere un «contratto morale» sottoscritto da tutti gli Esponenti Aziendali<sup>1</sup>, dai collaboratori esterni e dai fornitori del Gruppo. Deve diventare un vincolo morale personale. Non rafforzerà direttamente la posizione competitiva, ma lo farà indirettamente se permetterà a tutti di adottare una visione etica e una cultura condivisa.

---

<sup>1</sup> Sono Esponenti Aziendali gli Amministratori, i Sindaci, i Dirigenti, Funzionari e ogni altro dipendente.

# 2

## Il nostro impegno

Attraverso «Il nostro impegno», UNIVEG Trade Italia esplicita lo scopo, il fine comune dell'attività degli individui e dei gruppi che collaborano all'interno dell'organizzazione e che intrattengono relazioni esterne per essa.

### Il nostro impegno

Offrire prodotti ortofrutticoli riconosciuti eccellenti per gusto e di qualità superiore, sicuri per il consumatore e che contribuiscano a un'alimentazione sana, realizzati nel rispetto dell'ambiente e della dignità delle persone.

UNIVEG Trade Italia si focalizzerà prioritariamente su due aree di business:

- Sicurezza Alimentare dei prodotti commercializzati.
- Attenzione all'Ambiente e all'Uomo in tutta la filiera produttiva.

### Persone

Le persone sono il principale e costante punto di riferimento di tutto ciò che facciamo.

Le persone che consumano i nostri prodotti hanno quattro diritti basilari:

il diritto alla sicurezza, il diritto di essere informate, il diritto di scegliere e il diritto di essere ascoltate.

### “Gente UNIVEG Trade Italia”

La “gente UNIVEG Trade Italia” rappresenta la risorsa centrale per lo sviluppo e il successo dell'Azienda.

UNIVEG Trade Italia riconosce nella diversità delle culture e dei talenti un valore fondamentale e vuole attrarre e far crescere persone con doti di leadership, passione per i prodotti alimentari e curiosità intellettuale.

Coerenza, trasparenza e rispetto debbono guidare ogni decisione e comportamento, in un contesto di fiducia reciproca e di interdipendenza.

### Prodotto

Il prodotto è al centro di ogni nostra attività e impegno quotidiano.

UNIVEG Trade Italia concentrerà i suoi sforzi sull'innovazione per generare prodotti di qualità superiore, percepiti dalle persone e dai clienti come sicuri e distintivi.

### Marchi

UNIVEG commercializza solo in parte con propri marchi aziendali, essendo principalmente orientata al servizio per la propria clientela, costituita in larga parte dalla Grande Distribuzione organizzata moderna.

Pertanto, UNIVEG concentra i suoi sforzi nel conferire non solo ai propri marchi, ma anche a quelli della clientela, caratteristiche evidenti di qualità, sicurezza alimentare, attenzione ambientale e sociale, attraverso l'applicazione di specifiche tecniche produttive durante la filiera e la coerenza della comunicazione.

### **Ambiente**

UNIVEG Trade Italia è impegnata a operare nel rispetto dell'ambiente e della salute delle persone, ben consapevole delle proprie responsabilità sociali ed etiche nei confronti delle comunità in cui opera o da cui trae risorse.

### **Clienti**

I clienti sono i nostri partner per raggiungere il successo nel business.

Dobbiamo lavorare con loro per valorizzare le categorie in cui operiamo, sempre nel pieno rispetto delle persone che acquisteranno i nostri prodotti.

### **Concorrenti**

I concorrenti sono il nostro stimolo e la positiva sfida ad essere sempre migliori.

UNIVEG Trade Italia è animata da un forte e corretto spirito competitivo volto al miglioramento continuo di ciò che fa.

### **Profitto**

Il profitto è un indicatore importante della salute dell'impresa, ed è elemento fondamentale per la creazione di sviluppo e di benessere.

# 3

## Valori

Alla guida dell'azienda, dopo la trentennale proprietà della famiglia Bocchi, vi è ora uno dei principali Gruppi mondiali per la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli freschi: la *UNIVEG Group of Companies*. Tuttavia, in UNIVEG Trade Italia, permane una forte identità alla cui base è da sempre uno «stile» umano e professionale fatto di correttezza nei comportamenti, di equilibrio tra il rispetto per le persone e l'interesse per l'Azienda, trasmessi dalla guida del suo "patron", Nino Bocchi.

Cambiano le pratiche e gli scenari, ma la coerenza con questi valori è e resterà il migliore biglietto da visita. Lo «stile» UNIVEG Italia, inteso come un reciproco arricchimento umano e professionale delle persone che vi lavorano, resterà immutato se tutti coloro che operano nell'azienda continueranno a rispettare i basilari valori e principi di riferimento.

UNIVEG Trade Italia considera come punti irrinunciabili nella definizione dei propri valori la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU, le Convenzioni e le Raccomandazioni Internazionali del Lavoro emanate dall'ILO (International Labour Organization), la Carta della Terra redatta dall'Earth Council e i principi enunciati nel Global Compact proposto dall'ONU.

### 3.1 Onestà e Trasparenza

L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività di UNIVEG Trade Italia, le sue iniziative, i suoi prodotti, i suoi rendiconti e le sue comunicazioni e costituisce elemento essenziale della gestione aziendale.

I rapporti con gli stakeholder<sup>2</sup>, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di correttezza, coerenza, lealtà e reciproco rispetto. UNIVEG Trade Italia dialoga in modo chiaro, trasparente, accurato e tempestivo, con i suoi stakeholder.

### 3.2 Responsabilità sociale

UNIVEG Trade Italia crede che la propria attività imprenditoriale, per potersi qualificare come eticamente responsabile, debba perseguire modelli di commercializzazione che rispettino e salvaguardino i diritti umani, le capacità rigenerative della Terra e il benessere delle comunità, promuovendo lo sviluppo umano in modo equo e sostenibile, nella consapevolezza che la responsabilità sociale ed etica si estende anche alle comunità, soprattutto nei paesi in via di sviluppo, che producono materie prime utilizzate per alcuni prodotti.

### 3.3 Centralità della persona

In coerenza con la propria visione etica di fondo UNIVEG Trade Italia promuove il valore della persona attraverso il rispetto dell'integrità fisica, culturale e morale e il rispetto della dimensione di relazione con gli altri.

UNIVEG Trade Italia vuole essere sempre più vicina alle vere necessità della vita dell'uomo, perché è la vita dell'uomo che dovrà ispirare le azioni dell'impresa. UNIVEG Trade Italia sostiene e rispetta i diritti umani in ogni ambito del proprio agire e della propria sfera d'influenza.

---

<sup>2</sup> Sono stakeholder quei soggetti (intesi nel senso di individui, gruppi, organizzazioni, istituzioni) i cui interessi sono, a vario titolo, coinvolti nell'attività del Gruppo.



### 3.4 Tutela del lavoro

UNIVEG Trade Italia garantisce la libertà di associazione dei lavoratori e riconosce il diritto alla contrattazione collettiva. Si impegna a non usufruire, neppure indirettamente, sia del lavoro forzato e obbligatorio, sia del lavoro minorile. Rifiuta 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; ripudia ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e nella gestione delle risorse umane.

UNIVEG Trade Italia si impegna a impedire ogni forma di mobbing e di sfruttamento del lavoro, sia diretto che indiretto, e a riconoscere nel merito, nelle prestazioni di lavoro e nelle potenzialità professionali i criteri determinanti per gli sviluppi retributivi e di carriera.

### 3.5 Salvaguardia dell'ambiente

L'impegno di UNIVEG Trade Italia nei riguardi della Terra, è volto a salvaguardarne l'abbondanza e la bellezza per le generazioni presenti e future, con l'obiettivo di trasmettere loro i valori e le tradizioni che sostengono lo sviluppo a lungo termine delle comunità umane e ambientali.

UNIVEG Trade Italia si impegna in ogni fase del suo agire ad applicare criteri di cautela – il «Principio di Precauzione»<sup>3</sup> – e un approccio preventivo nei riguardi dell'ambiente e della sua biodiversità; a promuovere iniziative per una maggiore responsabilità ambientale aziendale; a sviluppare l'impiego di mezzi e di tecnologie che non danneggino l'ambiente.

Sia nella scelta delle materie prime, sia nella distribuzione dei prodotti UNIVEG Trade Italia si adopera per il rispetto della «Sovranità Alimentare»<sup>4</sup>, nella consapevolezza che la responsabilità etico-sociale si estende anche alle comunità che producono le materie prime.

### 3.6 Rispetto di leggi, codici e regolamenti vigenti

UNIVEG Trade Italia reputa il rispetto delle normative nazionali e internazionali come condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire. Si impegna pertanto, anche con attenta opera di prevenzione sulla consumazione di illeciti, a rispettare tali normative nonché le prassi generalmente riconosciute. Ispira inoltre le proprie decisioni e i propri comportamenti alle possibili evoluzioni del quadro normativo.

---

<sup>3</sup> «Principio di Precauzione» è principio in base al quale, in caso di dubbio sull'innocuità per l'ambiente o per la salute di un prodotto o di un metodo di produzione, la dimostrazione della non nocività deve essere a carico del produttore.

<sup>4</sup> Per «Sovranità Alimentare» intendiamo il diritto dei popoli ad autodeterminare le proprie scelte nei settori della produzione, della distribuzione e del consumo di alimenti, nel rispetto dei criteri di sostenibilità ambientale, culturale e sociale, allo scopo di garantire il diritto di ogni individuo a un'alimentazione sufficiente e sana. Il diritto all'alimentazione è un diritto umano fondamentale, saldamente fondato sul diritto internazionale. È implicito nella Carta delle Nazioni Unite ed è stato riaffermato e sviluppato in numerose dichiarazioni della comunità internazionale, inclusa la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo (art. 25), e in molti accordi internazionali sia a livello regionale che universale. La «Sovranità Alimentare» procede parallelamente e favorisce la sovranità economica, politica e culturale dei Paesi.

# 4

## Norme e standard di comportamento

### 4.1 Rapporti con gli stakeholder

I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di assoluta correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto. UNIVEG Trade Italia considera come propri stakeholder: soci e finanziatori, Esponenti Aziendali e collaboratori esterni, clienti, fornitori, concorrenti, pubblica amministrazione, acquirenti di prodotti, collettività, comunità locali, mass-media.

### 4.2 Informazione e rendicontazione

Tutte le attività di informazione e di dialogo con gli stakeholder devono avere caratteristiche di chiarezza, trasparenza, tempestività, completezza e coerenza, nel rispetto del diritto all'informazione.

Ciascun dipendente è tenuto a collaborare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità sulla base di informazioni veritiere, accurate, complete e verificabili.

Ogni operazione e transazione deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua. È compito di ogni dipendente far sì che la documentazione di supporto sia facilmente rintracciabile e ordinata secondo criteri logici.

Nessuna scrittura contabile falsa o artificiosa può essere inserita nei registri contabili dell'Azienda (o del Gruppo) per alcuna ragione. Nessun dipendente può impegnarsi in attività che determinino un tale illecito, anche se su richiesta di un superiore.

### 4.3 Controllo interno

UNIVEG Trade Italia riconosce la massima importanza al controllo interno inteso come un processo, svolto dagli Esponenti Aziendali, finalizzato ad agevolare la realizzazione degli obiettivi aziendali, a salvaguardare le risorse, ad assicurare la conformità alle leggi ed ai regolamenti applicabili, a predisporre bilanci e dati economico-finanziari attendibili, veritieri e corretti.

Per questo fine UNIVEG Trade Italia ha creato e sviluppato nel tempo un insieme di strumenti, procedure e meccanismi idonei a gestire il funzionamento ed il monitoraggio dell'organizzazione.

Ben consapevole che il sistema di controllo interno rappresenta un elemento che caratterizza una buona gestione dell'Azienda, UNIVEG Trade Italia si impegna ad operare affinché la sensibilità del personale alla necessità del controllo possa essere accresciuta a tutti i livelli organizzativi.

Allo stesso tempo, tutti gli Esponenti Aziendali devono sentirsi responsabili dell'aggiornamento e gestione di un efficace sistema di controllo interno. Per questo motivo la dirigenza non deve limitarsi a

partecipare al sistema di controllo nell'ambito delle proprie competenze, ma deve impegnarsi a condividerne valori e strumenti con ciascun collaboratore o collega.

Tutti devono sentirsi responsabili della salvaguardia dei beni dell'Azienda (siano essi materiali o immateriali) e del loro corretto utilizzo.

È fatto divieto di utilizzare in modo improprio o danneggiare i beni e le risorse dell'Azienda e di consentire ad altri di farlo.

#### **4.4 Corruzione e concussione**

UNIVEG Trade Italia si impegna a mettere in atto tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione e concussione.

Non è consentito che siano versate somme di denaro, esercitate altre forme di corruzione allo scopo di procurare vantaggi diretti o indiretti all'Azienda stessa. Si fa divieto di accettare doni o favori da parte di terzi che oltrepassino le normali regole di ospitalità e cortesia.

Questo vale sia nel caso in cui un Esponente Aziendale persegua un interesse diverso dalla missione di impresa o si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari.

#### **4.5 Diversità e pari opportunità**

UNIVEG Trade Italia riconosce nella diversità delle culture e dei talenti un valore fondamentale e vuole attrarre e far crescere persone con doti di leadership, passione per i prodotti alimentari e curiosità intellettuale.

UNIVEG Trade Italia evita ogni forma di discriminazione in tutte le decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri stakeholder.

#### **4.6 Diligenza e correttezza nella gestione dei contratti**

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti. Per una corretta gestione dei rapporti contrattuali UNIVEG Trade Italia si impegna a non sfruttare posizioni di dominio rispetto alle proprie controparti ed a garantire una informativa ampia ed esaustiva verso tutti i dipendenti e collaboratori coinvolti nelle attività previste dai contratti stipulati.

# 5

## Indicazione delle modalità di attuazione e controllo

### 5.1 Ambito di applicazione del Codice Etico

Destinatari del Codice Etico sono tutti gli Esponenti Aziendali, senza alcuna eccezione, e tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaurano rapporti o relazioni con UNIVEG Trade Italia ed operano per perseguirne gli obiettivi.

Ogni Esponente Aziendale, collaboratore esterno, consulente, fornitore, cliente è obbligato al rispetto del presente Codice Etico e dovrà accettarlo in forma esplicita.

UNIVEG Trade Italia richiede inoltre ai principali fornitori e partner una condotta in linea con i principi generali del presente Codice, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per perseguire un modello di produzione eticamente responsabile.

Gli Esponenti Aziendali di UNIVEG Trade Italia hanno l'obbligo di conoscere le norme, astenersi da comportamenti contrari ad esse, rivolgersi al superiore o al Rappresentante SA8000 preposto per chiarimenti o denunce, collaborare con le strutture deputate a verificare le violazioni e non nascondere alle controparti l'esistenza di un Codice.

Nei rapporti d'affari, le controparti devono essere informate dell'esistenza di norme di comportamento e devono rispettarle. L'osservanza delle norme del Codice è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di tutti i dipendenti ai sensi dell'art. 2104 del Codice Civile Italiano<sup>5</sup>.

UNIVEG Trade Italia, attraverso i suoi Esponenti Aziendali, si impegna a collaborare con ogni Autorità Pubblica, a favorire una cultura aziendale caratterizzata dalla consapevolezza di controlli esistenti e dalla mentalità orientata all'esercizio del controllo.

Cercherà, inoltre, di approfondire e aggiornare il Codice Etico al fine di adeguarlo all'evoluzione della sensibilità civile e delle normative di rilevanza per il Codice Etico stesso.

In particolare, il management è tenuto ad osservare il Codice nel proporre e realizzare i progetti, le azioni e gli investimenti della società e i componenti del Consiglio di Amministrazione, nel fissare gli obiettivi di impresa, devono ispirarsi ai principi del Codice.

Coloro che occupano posizioni di responsabilità in UNIVEG Trade Italia (i soggetti apicali) sono infatti tenuti ad essere d'esempio per i propri colleghi, a indirizzarli all'osservanza del Codice e a favorire il rispetto delle norme.

Devono inoltre riferire al Rappresentante SA8000 preposto tutte le informazioni utili circa eventuali carenze nei controlli, comportamenti sospetti ecc., e modificare i sistemi di controllo della propria funzione su indicazione del Rappresentante SA8000 stesso.

### 5.2 Monitoraggio

UNIVEG Trade Italia si impegna a far rispettare le norme attraverso l'istituzione di un sistema di monitoraggio interno avente scopo di vigilanza in materia di attuazione del Codice Etico.

---

<sup>5</sup> "Art. 2104: Diligenza del prestatore di lavoro. Il prestatore di lavoro deve usare la diligenza richiesta dalla natura della prestazione dovuta, dall'interesse dell'impresa e di quello superiore della produzione nazionale. Deve inoltre osservare le disposizioni per l'esecuzione e per la disciplina del lavoro, impartite dall'imprenditore e dai collaboratori di questo dai quali gerarchicamente dipende".

Tale sistema, basato sulla creazione di un canale diretto di comunicazione tra dipendenti, stakeholder coinvolti, Rappresentante SA8000 e Direzione, si occuperà in particolare di:

- monitorare costantemente l'applicazione del Codice Etico da parte dei soggetti interessati, anche attraverso l'accoglimento delle eventuali segnalazioni e suggerimenti;
- segnalare eventuali violazioni del Codice di significativa rilevanza;
- esprimere pareri vincolanti in merito all'eventuale revisione del Codice Etico o delle più rilevanti politiche e procedure aziendali, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice stesso.

### 5.3 Segnalazione delle violazioni del Codice Etico

È compito del Rappresentante SA8000 segnalare, ai soggetti aziendali deputati all'irrogazione delle sanzioni, le violazioni commesse dagli Esponenti Aziendali o dai collaboratori esterni della società ai relativi responsabili, proponendo l'adozione di adeguate misure disciplinari.

È altresì suo compito segnalare all'organo dirigente e al Collegio Sindacale le violazioni commesse dai dirigenti della Società.

UNIVEG Trade Italia provvede a stabilire adeguati canali di comunicazione attraverso i quali i soggetti cointeressati possano rivolgere le proprie segnalazioni in merito all'applicazione o alle violazioni del Codice. In alternativa, tutti i soggetti cointeressati possono segnalare, per iscritto e in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico al Rappresentante SA8000 preposto alla vigilanza in materia di attuazione del Codice stesso, il quale:

- provvede a un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione;
- 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;
- assicura la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge;
- in caso di accertata violazione del Codice Etico, il Rappresentante SA8000 stesso riporta la segnalazione e gli eventuali suggerimenti ritenuti necessari al vertice aziendale o alle funzioni interessate, secondo la gravità delle violazioni;
- questi definiscono i provvedimenti da adottare secondo le normative in vigore e secondo il sistema disciplinare adottato dalla Società; ne curano l'attuazione e riferiscono l'esito al Rappresentante SA8000.

### 5.4 Comunicazione e diffusione del Codice Etico

UNIVEG Trade Italia si impegna a favorire e garantire adeguata conoscenza del Codice Etico divulgandolo presso i soggetti cointeressati mediante apposite ed adeguate attività di comunicazione.

Affinché chiunque possa uniformare i suoi comportamenti a quelli qui descritti, UNIVEG Trade Italia assicurerà un adeguato programma di formazione e una continua sensibilizzazione dei valori e delle norme etiche contenuti nel Codice.

## 6

### Appendice di dettaglio ai fini del D.Lgs. 231/2001

Il richiamo che viene fatto di seguito ad articoli di legge o norme specifiche dell'ordinamento giuridico italiano è conseguenza dell'intenzione della Direzione di inserire il Codice Etico quale elemento dell'ambiente generale di controllo definito e formalmente esplicitato ai sensi del Decreto Legislativo 231/01, ai sensi del quale verrà anche individuato uno specifico Organismo di Vigilanza.

A tal riguardo UNIVEG Trade Italia è consapevole del fatto che l'integrità e i valori etici sono elementi essenziali dell'ambiente di controllo della propria organizzazione e che essi incidono significativamente sulla progettazione, sull'amministrazione e sull'operatività quotidiana del proprio business. Affinché non vi siano incertezze o fraintendimenti su ciò che UNIVEG Trade Italia richiede agli Esponenti Aziendali rispetto a tali aspetti, il presente Codice e il modo in cui esso può essere inserito nella struttura di controllo dell'organizzazione saranno oggetto di ricorrenti azioni di formazione e comunicazione affinché lo stesso entri sempre più a far parte di una cultura aziendale consapevole, diventando così patrimonio comune condiviso a tutti i livelli.

#### 6.1 Tutela del Capitale Sociale, dei Creditori e del Mercato

Uno degli aspetti centrali che qualificano la condotta di UNIVEG Trade Italia è costituito dal rispetto dei principi di comportamento intesi a garantire l'integrità del capitale sociale, la tutela dei creditori e dei terzi che instaurano rapporti con la Società (Azienda o Gruppo).

Tali valori sono tutelati anche da norme penali che in Italia, ai sensi del D.Lgs. 231/01, possono costituire fonte di responsabilità per UNIVEG Trade Italia ove le fattispecie di reato siano realizzate nell'interesse della Società (Azienda o Gruppo) stessa<sup>6</sup>. A tal fine sarà posto l'esplicito divieto a carico degli Esponenti Aziendali di porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti tali da integrare le fattispecie di reato previste dall'art. 25 ter del D.Lgs. 231/01 e porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti che, sebbene risultino tali da non costituire di per sé fattispecie di reato rientranti tra quelle sopra considerate, possano potenzialmente diventarlo, ovvero comportamenti che possano favorire la commissione dei predetti reati. Tutti gli Esponenti Aziendali, nell'ambito delle funzioni e attività svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo e sono tenuti a comunicare in forma scritta, al superiore e all'Organismo di Vigilanza, le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità contabili delle quali fossero venuti a conoscenza.

---

<sup>6</sup> A titolo esemplificativo si riportano alcuni tra i più significativi riferimenti legislativi sui Reati Societari:

- False comunicazioni sociali (art. 2621 c.c.)
- False comunicazioni sociali in danno dei soci o dei creditori (art. 2622 commi 1 e 3 c.c.)
- Falso in prospetto (art. 2623, commi 1 e 2 c.c.)
- Impedito controllo (art. 2625, comma 2 c.c.)
- Formazione fittizia del capitale (art. 2632 c.c.)
- Indebita restituzione dei conferimenti (art. 2626 c.c.)
- Illegale ripartizione degli utili e delle riserve (art. 2627 c.c.)
- Illecite operazioni sulle azioni o quote della società controllante (art. 2628 c.c.)
- Operazioni in pregiudizio dei creditori (art. 2629 c.c.)
- Illecita influenza sull'assemblea (art. 2636 c.c.)
- Aggiotaggio (art. 2637 c.c.) e Ostacolo all'esercizio delle funzioni delle Autorità Pubbliche di vigilanza (art. 2638, commi 1 e 2 c.c.).

### 6.2 Pubblica Amministrazione

L'assunzione di impegni con le Istituzioni Pubbliche Locali, Statali, Comunitarie e Internazionali è riservata esclusivamente alle funzioni preposte e autorizzate. Per questo motivo è opportuno che venga raccolta e conservata la documentazione che riassume le modalità attraverso le quali UNIVEG Trade Italia è entrata in contatto con le Istituzioni. Ogni rapporto con le Istituzioni Locali, Nazionali, Internazionali o Comunitarie è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a esplicitare l'attività di UNIVEG Trade Italia, a rispondere a richieste informali o ad atti di sindacato ispettivo (interrogazioni, interpellanze), o comunque a rendere nota la posizione dell'Azienda su temi rilevanti. È fatto assoluto divieto di:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti di clienti e della Pubblica Amministrazione a titolo personale;
- offrire o in alcun modo fornire omaggi, regalie e altre forme di benefici;
- sollecitare od ottenere informazioni riservate.

Inoltre, è fatto divieto agli Esponenti Aziendali, ai collaboratori esterni e ai consulenti delle Società del Gruppo e ai terzi di:

- falsificare e/o alterare i rendiconti al fine di ottenere un indebito vantaggio o qualsiasi altro beneficio per la Società o per il Gruppo;
- falsificare e/o alterare i dati documentali al fine di ottenere il favore o l'approvazione di un progetto non conforme alle normative vigenti in materia;
- destinare fondi pubblici a finalità diverse da quelle per cui si sono ottenuti.

### 6.3 Conflitto d'interessi

Per garantire la massima trasparenza, UNIVEG Trade Italia e i propri dipendenti si impegnano a non trovarsi in situazioni di conflitto di interessi con dipendenti di qualsiasi Authority e loro familiari. Ciascun Esponente Aziendale che ritenga di trovarsi in una situazione di conflitto tra il proprio interesse personale, per suo conto o per conto di terzi, e gli interessi della Società, deve darne comunicazione immediata secondo l'opportunità, al proprio superiore gerarchico, al Consiglio di Amministrazione, e/o al Comitato Etico, restando valide le norme specifiche previste dal Codice Civile. In particolare gli Esponenti Aziendali e le altre persone o entità con possibilità oggettiva di influenzare le scelte della Società, devono evitare assolutamente di utilizzare, anche solo implicitamente, la propria posizione per influenzare decisioni a proprio favore o a favore di parenti, amici e conoscenti per fini prettamente personali di qualunque natura essi siano.

### 6.4 Omaggi, regalie e altre forme di benefici

Gli Esponenti Aziendali di UNIVEG Trade Italia non devono accettare, neanche in occasione di festività, regali e altre utilità correlati alle loro attività professionali e che non siano di modico valore<sup>7</sup>. Ogni Esponente Aziendale che riceva, direttamente o indirettamente, richieste o offerte di omaggi o benefici eccedenti l'importo di riferimento, deve essere autorizzato dal responsabile di direzione o dal superiore diretto, se dipendente. Gli Esponenti Aziendali non chiedono per sé o per gli altri, né accettano regali o altre utilità da un subordinato o da suoi parenti.

Il dipendente non offre regali o altre utilità a un sovraordinato o ai suoi parenti o conviventi, salvo quelli d'uso di modico valore. In ogni caso, gli Esponenti Aziendali di UNIVEG Trade Italia si astengono da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dagli eventuali codici etici delle aziende o degli enti con i quali si hanno rapporti.

---

<sup>7</sup> Come valore di riferimento: 150,00 Euro aggregati su base annua.