

AMF / / FIGROS / MADE BLACK / MIMEST

CODICE ETICO

Rev. 1 del 16.09.2024

INDICE

1. Codice Etico e Principi Generali	3
2. Condotta nella Formazione dei Bilanci e nelle Relazioni con Organi Societari	5
3. Rapporti con i dipendenti	6
4. Rapporti con i clienti	10
5. Rapporti con i fornitori	11
6. Rapporti con i Collaboratori Esterni e i Business Partner	13
7. Rapporti con la Pubblica Amministrazione	13
8. Rapporti con il Collegio Sindacale e altri Organi di Controllo	14
9. Rapporti con le Autorità di Vigilanza	15
10. Rapporti con altri interlocutori	15
11. Rapporti con i concorrenti	16
12. Informazioni Riservate e Tutela della Privacy	16
13. Vigilanza	17
14. Sanzioni	17

1. Codice Etico e Principi Generali

1.1 Finalità del Codice Etico

Il presente Codice Etico ha la finalità di definire e formalizzare i valori e i principi etici che la Direzione Aziendale di A.M.F. S.p.A. (da ora in poi AMF) intende perseguire e diffondere all'interno della propria organizzazione e del gruppo societario (di seguito anche "il Gruppo" o "le Società"), affinché quanto specificato in questo documento risulti da guida e da riferimento nell'ambito di ogni attività aziendale.

Le società cui è applicabile il presente Codice Etico sono le seguenti:

A.M.F. S.p.A. - Via Bortolo Sacchi, 54 / 58 36061 Bassano del Grappa (VI) - Italy

FIGROS S.r.l. – Via Meucci, 16 - 50031 Barberino di Mugello (FI) - Italy

MADE BLACK S.r.l. - Via Monte Alben, 2/4, 24060 Chiuduno (BG) - Italy

MIMEST S.r.l. - Via del Lavoro, 30 38063 Avio (TN) - Italy

A.M.F. Hong Kong Ltd, Unit 2506, 25/F, Tower 2 Metroplaza 223 Hing Fong Road Kwai Fong - Hong Kong

AMF PARIS S.a.s. - 34, rue de Montpensier 75001 Paris - France

Scopo del Codice Etico è:

- definire ed esplicitare i principi e le regole di comportamento che l'azienda intende rispettare nell'attività e nei rapporti con clienti, dipendenti, collaboratori, partner commerciali, istituzioni ed in generale con ogni altro *stakeholder* (portatore d'interesse);
- indicare i principi alla cui osservanza sono tenuti i destinatari del presente Codice Etico;

AMF adottando detto Codice Etico intende comunicare anche all'esterno, i principi e le regole di comportamento delle Società, che rafforzano e concretizzano il generale principio di legalità, inteso come rispetto di tutte le leggi, regolamenti, provvedimenti amministrativi ed in generale delle disposizioni normative in vigore.

1.2 Destinatari

Le regole contenute nel presente Codice Etico si applicano a coloro che svolgono, anche di fatto, funzioni di gestione, amministrazione, direzione o controllo in AMF e nelle Società controllate, ai dipendenti di AMF, nonché a coloro i quali, pur non appartenendo al personale del Gruppo, sono legati da rapporti contrattuali alla medesima.

Tali soggetti verranno di seguito definiti come "DESTINATARI"; in particolare, a titolo esemplificativo, ma non esaustivo:

- componenti del Consiglio di Amministrazione;
- Organi di controllo e vigilanza e loro componenti (Sindaci, Organismo di Vigilanza, Revisori);
- dirigenti, quadri direttivi e, in generale, responsabili di funzione;
- dipendenti;
- consulenti, agenti, partner commerciali, collaboratori comunque denominati.

I destinatari del Codice Etico sono tenuti a rispettarne puntualmente tutte le disposizioni, anche in adempimento dei doveri di lealtà, correttezza e diligenza che scaturiscono dai rapporti giuridici instaurati con le Società del Gruppo.

AMF condanna qualsiasi comportamento difforme, oltre che dalla legge, dalle previsioni del presente Codice Etico, anche qualora il comportamento sia realizzato nell'interesse del Gruppo, ovvero con l'intenzione di arrecare un vantaggio.

1.3 Principi Generali

L'attività imprenditoriale di AMF e delle Società del Gruppo è ispirata ai seguenti principi generali:

1.3.1 Soddisfazione dei clienti

La centralità del cliente è un principio cardine e l'intera organizzazione deve sempre essere finalizzata a perseguire la soddisfazione dei clienti. Il servizio deve essere inteso come capacità di generare valore aggiunto al cliente, nel realizzare prodotti eccellenti e innovativi, da fornire nel rispetto delle tempistiche richieste, della sostenibilità e delle previsioni contrattuali.

1.3.2 Integrità e legalità

Le società intendono operare con Onestà, Efficienza, Precisione e Affidabilità nell'interesse dei clienti e di tutte le parti interessate.

Nello svolgimento delle attività e nelle relazioni di qualunque tipo e natura, tutti i DESTINATARI sono tenuti a rispettare con diligenza le leggi vigenti, il Codice Etico e i regolamenti interni.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse di AMF e del Gruppo può giustificare un operato non conforme ad una linea di condotta eticamente e legalmente corretta.

1.3.3 Qualità eccellente e impegno al miglioramento

Il settore dell'alta moda e i clienti per cui AMF e il Gruppo operano richiedono livelli di qualità eccellente.

Le Società sono costantemente impegnate nel miglioramento continuo senza mai accontentarsi dei livelli di qualità raggiunta. Ogni traguardo è temporaneo e superabile.

AMF ritiene un valore prioritario la ricerca dell'innovazione e lo sviluppo continuo dei prodotti nonché dei servizi erogati ai clienti.

1.3.4 Valore delle risorse umane

Da sempre la qualifica e la professionalità dei collaboratori sono impegni primari per AMF e per il Gruppo perché costituiscono un indispensabile fattore di successo. Le aziende tutelano quindi e promuovono il valore delle risorse umane allo scopo di massimizzarne il grado di soddisfazione ed accrescerne il patrimonio di competenze possedute. Pertanto, le Società assicurano il rispetto delle previsioni del Contratto Collettivo Nazionale applicabile e nella gestione dei rapporti che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche, AMF richiede che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza, vietando ogni comportamento che possa essere ritenuto lesivo della dignità ed autonomia del collaboratore.

1.3.5 Tutela della salute e sicurezza sul lavoro

Nello svolgimento delle proprie attività, le Società perseguono costantemente la salvaguardia della salute e della sicurezza dei dipendenti, dei soggetti esterni che entrano in contatto con l'azienda, dei clienti e della popolazione circostante. Altrettanto primario è l'obiettivo di azzeramento degli infortuni e delle malattie professionali. Il Gruppo si impegna quindi a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza, applicando e migliorando con continuità il Sistema

di Gestione per la Salute e Sicurezza nonché sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i dipendenti e collaboratori.

1.3.6 Sostenibilità

AMF e le Società del Gruppo sono fortemente impegnate verso uno sviluppo ecosostenibile, attraverso concreti investimenti ed una politica ambientale all'avanguardia in grado di minimizzare gli impatti verso l'esterno. Il sistema di gestione ambientale è integrato con la gestione di salute e sicurezza in ambiente di lavoro e con la qualità dei prodotti e dei processi.

1.3.7 Riservatezza

Le Società assicurano la massima riservatezza in relazione alle informazioni in proprio possesso e si astengono dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e comunque in conformità alle norme giuridiche vigenti.

Tutti i DESTINATARI del presente codice etico sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività e mantenere il più stretto riserbo in merito alle informazioni ottenute nell'ambito dell'esercizio lavorativo, siano esse interne (es. know-how aziendale) e/o di proprietà di clienti, fornitori e terzi in generale.

1.3.8 separazione dei poteri

AMF ritiene che una corretta governance aziendale debba essere organizzata in base a un'adeguata separazione dei poteri tale da evitare l'accentramento di attività e controlli su singole persone e/o funzioni aziendali.

Il principio di separazione dei poteri deve essere sempre tenuto in debita considerazione nella stesura e applicazione delle procedure e controlli aziendali.

1.3.9 Trasparenza e completezza dell'informazione

Nella formulazione di qualunque forma di accordo, le Società avranno cura di operare nella massima trasparenza e completezza di informazioni atte specificare al contraente, in modo chiaro e comprensibile, ogni obbligazione e/o diritto e/o facoltà e/o derivante dal rapporto instaurato.

1.3.10 Responsabilità verso la collettività

Il Gruppo AMF è consapevole dell'influenza che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale delle comunità in cui opera. Per questo motivo, intende condurre le attività finalizzate al conseguimento dell'oggetto sociale in funzione dell'apprezzamento sociale, nel rispetto delle comunità con cui si trova ad interagire.

2. Condotta nella Formazione dei Bilanci e nelle Relazioni con Organi Societari

2.1 Registrazioni contabili e conseguente formazione dei bilanci

Le Aziende del Gruppo istruiscono i propri dirigenti, dipendenti e collaboratori affinché siano costantemente garantite verità, completezza, chiarezza e tempestività di informazioni, sia all'interno che all'esterno, nonché la massima accuratezza nell'elaborazione, custodia e aggiornamento di dati e informazioni contabili e societarie.

A tal fine, ogni operazione o transazione deve essere correttamente e tempestivamente registrata nel sistema di contabilità aziendale secondo i criteri indicati dalla legge e sulla base dei principi contabili applicabili; ogni operazione o transazione deve essere autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

Sono vietati gli ordini di pagamento in mancanza di un'adeguata documentazione di supporto giustificativa dell'operazione.

I dipendenti e i collaboratori delle Società che venissero a conoscenza di omissioni, falsificazioni o trascuratezze nelle registrazioni contabili o nelle documentazioni di supporto, sono tenuti a evidenziarli tempestivamente all'Organismo di Vigilanza.

2.2 Controlli interni

Per "controlli interni" si intendono tutti gli strumenti necessari o utili a indirizzare, verificare e perseguire le attività del Gruppo con il fine di assicurare il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, proteggere i beni aziendali, gestire efficacemente le attività sociali e fornire con chiarezza informazioni veritiere, corrette e affidabili sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria delle Società nonché individuare e prevenire i rischi in cui esse possano incorrere. È compito di AMF e delle Società del Gruppo promuovere, a tutti i livelli, una cultura interna caratterizzata dalla consapevolezza dell'esistenza dei controlli ed orientata all'esercizio del controllo stesso.

I dirigenti sono tenuti a partecipare, secondo le rispettive competenze, alla realizzazione e all'attuazione di un sistema di controllo aziendale efficace e a renderne partecipi gli altri soggetti con cui gli stessi si rapportano.

I dipendenti delle Società devono, per quanto di loro competenza:

- contribuire al corretto funzionamento del sistema di controllo;
- custodire responsabilmente i beni aziendali, siano essi materiali o immateriali, strumentali all'attività svolta e a non farne un uso improprio.

In materia di governance e controllo interno si ricorda, infine, che tutte le Società attuano quanto previsto, nella normativa italiana, dal D.Lgs. 231/01, ovvero l'adozione – oltre al presente Codice Etico - di uno specifico Modello di Organizzazione e l'istituzione di un Organismo di Vigilanza, chiamato a monitorare il rispetto degli standard di controllo previsti dal Modello di Organizzazione stesso e dal presente Codice Etico.

2.3 Normativa antiriciclaggio

I dipendenti ed i collaboratori di AMF e delle Società del Gruppo non devono, in alcun modo e in alcuna circostanza, ricevere o accettare la promessa di pagamenti in contanti o correre il rischio di essere implicati in vicende relative al riciclaggio di denaro proveniente da attività illecite o criminali.

Prima di stabilire relazioni o stipulare contratti con fornitori ed altri partner in relazioni d'affari di lungo periodo, devono assicurarsi circa l'identità, l'integrità morale, la reputazione ed il buon nome della controparte.

Le Società si impegnano a rispettare tutte le norme e disposizioni di legge, sia nazionali che internazionali, in tema di antiriciclaggio, in particolare, ma non esclusivamente quanto previsto dalla normativa italiana in materia nel D.Lgs. 231/01 e nel D.Lgs. 231/07.

3. Rapporti con i dipendenti

Nelle varie fasi di gestione dei rapporti di lavoro con i propri dipendenti, AMF e le Società del Gruppo si ispirano ai seguenti principi:

3.1 Selezione del personale

La selezione del personale avviene esclusivamente in base a criteri di valutazione delle qualifiche, competenze e capacità professionali della persona rapportati agli specifici fabbisogni aziendali del caso, nel rispetto della dignità, della personalità, della sfera privata e delle opinioni del candidato.

Il Gruppo offre le medesime opportunità senza discriminazione alcuna (ad esempio, per motivi di sesso, razza, lingua, religione, opinioni politiche, appartenenza sindacale), a partire dal momento della selezione del personale.

Chi seleziona o partecipa alla selezione non deve trovarsi in situazioni di potenziale conflitto di interessi con il candidato così come non devono verificarsi situazioni di favoritismo personale in merito alla scelta del candidato.

3.2 Costituzione del rapporto di lavoro

Le assunzioni avvengono con regolare contratto di lavoro nel pieno rispetto della legge e del CCNL applicato, favorendo l'inserimento del lavoratore nell'ambiente di lavoro.

3.3 Gestione del personale

Le Società offrono le medesime opportunità di carriera a coloro che risultino in possesso delle caratteristiche richieste per l'accesso a funzioni, incarichi e/o profili superiori, senza discriminazione alcuna e sulla base di criteri meritocratici, di competenza professionale acquisita e, comunque, sulla base di parametri strettamente professionali.

3.4. Molestie e discriminazioni nel luogo di lavoro

AMF esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non si verifichino molestie di alcun genere nei confronti di dipendenti e collaboratori delle Società, fornitori, clienti o visitatori. Per molestia si intende qualsiasi forma di intimidazione, minaccia comportamento o offesa verbale che sia di ostacolo al sereno svolgimento del lavoro e delle proprie funzioni incluso l'abuso da parte del superiore gerarchico della posizione di autorità.

AMF e le Società del Gruppo esigono, altresì, che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non si verifichino discriminazioni di alcun genere nei confronti di dipendenti, fornitori, clienti o visitatori legate a differenza di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali o sociali.

Chiunque, nel prestare la propria attività in favore delle Società, ritenga di essere stato oggetto di molestie o di essere stato discriminato per qualsivoglia motivo può segnalare l'accaduto all'Organismo di Vigilanza. È proibito qualsiasi atto di ritorsione nei confronti del dipendente che rifiuta, lamenta o segnala tali fatti incresciosi, così come previsto nel Modello di Organizzazione Gestione e Controllo nonché nella normativa di legge in fatto di tutela dei segnalatori.

3.5. Divieto di sostanze alcoliche o stupefacenti

Le Società vietano a ciascun dipendente o collaboratore l'assunzione di sostanze alcoliche e/o stupefacenti durante l'orario di lavoro; inoltre è vietata l'assunzione di bevande alcoliche e/o stupefacenti anche in tempi antecedenti il lavoro e qualunque forma di trasferta lavorativa.

In ogni caso AMF scoraggia l'abuso di sostanze alcoliche e l'uso di sostanze stupefacenti da parte di ciascun dipendente o collaboratore del Gruppo anche al di fuori dell'orario di lavoro e a prescindere dall'influenza di tali condotte sul regolare svolgimento dell'attività lavorativa.

Saranno, comunque, equiparati ai casi precedenti gli stati di dipendenza cronica da alcool e stupefacenti, che abbiano incidenza sulla prestazione lavorativa e che possano turbare il normale svolgimento della stessa, a prescindere dalla circostanza che il dipendente o collaboratore non abbia utilizzato sostanze alcoliche o assunto sostanze stupefacenti durante l'orario di lavoro.

3.6. Fumo

Le Società impongono il rispetto dei divieti previsti della normativa in materia di fumo ed in ogni caso in tutti i luoghi di lavoro aziendali.

3.7. Salute e Sicurezza dei lavoratori

AMF e le Società del Gruppo si impegnano a rispettare tutte le norme e disposizioni di legge, sia nazionali che internazionali, in tema di igiene, sicurezza sul lavoro e tutela della salute dei lavoratori, in particolare, ma non esclusivamente il D.Lgs. 81/2008 (e successive modifiche e integrazioni).

L'intero Gruppo si impegna a diffondere e consolidare la cultura della sicurezza sul lavoro sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i dipendenti e collaboratori; inoltre, in accordo al Sistema di Gestione per la Sicurezza (sviluppato in base alla norma ISO 45001), le Società operano per preservare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei lavoratori.

3.8 Tutela dei dati personali

È prioritario per le Società il rispetto delle prescrizioni di legge applicabili in materia di trattamento dei dati personali.

Con particolare riguardo al trattamento dei dati personali dei lavoratori, il Gruppo predispone specifiche cautele e procedure, che devono essere scrupolosamente rispettate dal personale, volte ad informare ciascun dipendente sulla natura dei dati personali oggetto di trattamento, sulle modalità di trattamento, sugli ambiti di comunicazione e, in generale, su ogni dato relativo alla sua persona.

Il Gruppo si impegna a rispettare tutte le norme e disposizioni di legge, sia nazionali che internazionali, in tema di tutela e sicurezza dei dati personali, in particolare, ma non esclusivamente il Regolamento Europeo 2016/679 in materia di trattamento dei dati personali.

3.9 Tutela dei beni informatici e trattamento illecito dei dati

Per AMF e le Società del Gruppo è assolutamente prioritario il rispetto di ogni prescrizione di legge applicabile in materia di tutela dei sistemi informatici, delle banche dati, programmi informatici, delle comunicazioni informatiche o telematiche e dei documenti informatici.

Le Società si impegnano a rispettare tutte le norme e disposizioni di legge, sia nazionali che internazionali, in tema di tutela di beni informatici.

3.10 Doveri dei dipendenti e collaboratori

i. Diligenza e buona fede

Ogni dipendente e collaboratore delle Società deve agire lealmente e secondo buona fede rispettando gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro ed assicurando una collaborazione attiva ed intensa, secondo le direttive dell'azienda, nonché conoscere ed osservare le norme deontologiche contenute nel presente Codice Etico, improntando la propria condotta al rispetto ed alla cooperazione e reciproca collaborazione.

Tutte le azioni, le operazioni e le negoziazioni e, in genere, i comportamenti posti in essere nello svolgimento dell'attività lavorativa, devono essere improntati ai principi di onestà, correttezza, integrità, trasparenza, legittimità, chiarezza e reciproco rispetto nonché essere aperti alle verifiche ed ai controlli secondo le norme vigenti e le procedure interne.

Tutte le attività devono essere svolte con diligenza professionale.

Il personale del Gruppo deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle regole aziendali in fatto di gestione operativa quotidiana e, in generale, di governance aziendale.

ii. Tutela del patrimonio aziendale e dell'ambiente di lavoro

Ogni dipendente e collaboratore è tenuto a salvaguardare il patrimonio aziendale, custodendo i beni mobili ed immobili, le attrezzature, i prodotti aziendali, le informazioni e il know-how di AMF e di tutte le Società del Gruppo.

In particolare, ogni dipendente e collaboratore deve:

- usare i beni aziendali secondo le policy aziendali, osservando scrupolosamente tutti i programmi di sicurezza per prevenirne l'uso non autorizzato od il furto;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse delle Società;
- mantenere il segreto su ogni informazione riservate riguardanti AMF, le Società Controllate, i partner commerciali del Gruppo, i Clienti, i Fornitori e in generale tutti gli stakeholders, evitando di rivelarle a terzi soggetti.

iii. Risorse informatiche e telematiche aziendali

Ogni dipendente e collaboratore è tenuto a salvaguardare il patrimonio informatico e telematico aziendale, custodendo le risorse tecnologiche e i supporti informatici del Gruppo.

Le regole di comportamento sono dettagliate nella Regolamentazione interna per l'utilizzo delle risorse informatiche e telematiche di AMF e delle Società del Gruppo. In particolare, ogni dipendente e collaboratore deve:

- rispettare scrupolosamente quanto previsto dal predetto regolamento e dalle policy di sicurezza aziendali, anche al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici;
- custodire e non rivelare a terzi non autorizzati la propria password personale ed il proprio codice di accesso alle banche dati aziendali;
- non riprodurre per uso personale i software aziendali né utilizzare per fini privati gli strumenti in dotazione;
- non registrare sui pc aziendali software non autorizzati dall'azienda e file informatici dal contenuto non strettamente connesso all'attività lavorativa o, peggio, illegali;
- non navigare su siti web dal contenuto non connesso all'attività lavorativa;

- non utilizzare i sistemi di comunicazione aziendali per scopi impropri o addirittura per diffondere materiale indecoroso, offensivo o dannoso per AMF, le Società del Gruppo, i Clienti e i terzi in genere (per es. virus informatici).

Ogni dipendente e collaboratore è responsabile della protezione dei beni e delle risorse tecnologiche a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente i propri diretti superiori gerarchici di eventi potenzialmente dannosi per tali beni e risorse.

iv. Tutela dell'immagine

La buona reputazione e l'immagine di AMF e delle Società del Gruppo rappresentano un valore immateriale fondamentale da tutelare in ogni momento della vita aziendale, all'interno e all'esterno del Gruppo.

Tutti i destinatari del presente codice etico sono pertanto tenuti:

- (i) ad agire in conformità ai principi dettati dal presente Codice Etico nei rapporti tra colleghi, clienti, fornitori e terzi in generale, mantenendo uno stile relazionale improntato a qualità, disponibilità e decoro conforme agli standard AMF o comuni alle aziende delle dimensioni e del rilievo di AMF;
- (ii) ad astenersi da qualsivoglia comportamento che possa, direttamente o indirettamente, causare a AMF e/o alle Società del Gruppo e/o ai Clienti un danno in termini di immagine e/o credibilità sul mercato.

4. Rapporti con i clienti

Le Società uniformano le proprie condotte nei rapporti con i clienti a principi di legalità, trasparenza, correttezza, affidabilità, responsabilità e qualità.

I dipendenti ed i collaboratori delle Società del Gruppo, pertanto, nell'ambito dei compiti assegnati, devono:

- osservare scrupolosamente tutte le disposizioni di legge e regolamentari, le disposizioni del presente Codice Etico e le procedure interne relative alla gestione dei rapporti con i clienti;
- fornire al cliente ogni informazione sulle condizioni ed i termini dei contratti relativi ai prodotti e servizi offerti, affinché il cliente ne sia pienamente consapevole all'atto del perfezionamento dell'accordo, rispettando scrupolosamente le relative procedure aziendali;
- attenersi a verità nelle eventuali comunicazioni pubblicitarie e di marketing, rifuggendo qualsiasi pratica ingannevole;
- adottare un comportamento improntato alla disponibilità, al rispetto, alla cortesia, in linea con gli standard di AMF, caratterizzati dalla più alta professionalità nel servizio;
- preservare la propria indipendenza nei confronti di condizionamenti sia interni che esterni.

È fatto espresso divieto di:

- intrattenere rapporti commerciali con soggetti che, anche indirettamente, pongano in essere comportamenti contrari alla libertà e personalità individuale e/o violano o contribuiscono a violare i diritti fondamentali della persona;
- ricevere denaro o altra utilità o beneficio da parte di clienti (o di chiunque diverso da AMF e Società del Gruppo) per l'esecuzione di un atto del proprio ufficio o contrario ai doveri d'ufficio;
- dare o ricevere, direttamente o indirettamente, regali, omaggi, ospitalità, o altri vantaggi, salvo piccoli donativi di cortesia o regalie d'uso quali quelli utilizzati in occasione di ricorrenze e festività.

Il dipendente che riceva dai clienti omaggi, o altra forma di beneficio, non direttamente ascrivibili a normali relazioni di cortesia, dovrà assumere ogni opportuna iniziativa al fine di rifiutare detto omaggio o altra forma di beneficio ed informarne il proprio diretto superiore oppure la Direzione Generale.

5. Rapporti con i fornitori

Il Gruppo impronta la propria condotta nei rapporti con i fornitori ai principi di trasparenza, eguaglianza, lealtà e concorrenza.

In particolare i destinatari del presente Codice Etico devono:

- osservare scrupolosamente le procedure interne relative alla selezione ed alla gestione dei rapporti con i fornitori;
- osservare e rispettare, nei rapporti di fornitura, le disposizioni di legge applicabili e le condizioni contrattualmente previste;
- osservare i principi di trasparenza e completezza di informazione nella corrispondenza con i fornitori;
- evitare di ricevere denaro o altra utilità o beneficio da parte di fornitori (o di chiunque diverso da AMF e Società del Gruppo) per l'esecuzione di un atto del proprio ufficio o contrario ai doveri d'ufficio;
- evitare di dare o ricevere, direttamente o indirettamente, regali, omaggi, ospitalità, o altri vantaggi, salvo piccoli donativi di cortesia o regalie d'uso quali quelli utilizzati in occasione di ricorrenze e festività.

Il dipendente che riceva dai fornitori omaggi, o altra forma di beneficio, non direttamente ascrivibili a normali relazioni di cortesia, dovrà assumere ogni opportuna iniziativa al fine di rifiutare detto omaggio o altra forma di beneficio ed informarne il proprio diretto superiore oppure la Direzione Generale.

5.1. Scelta del fornitore

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio qualitativo e quantitativo per AMF nonché alla tutela del *know-how*, dei marchi e dell'immagine di AMF e propri clienti.

A tal fine, i dipendenti che partecipano a detti processi devono:

- riconoscere ai fornitori in possesso dei requisiti necessari pari opportunità di partecipazione alle forniture;
- astenersi dall'intrattenere rapporti con fornitori di cui sia nota l'insussistenza di requisiti soggettivi relativi a professionalità e onorabilità;
- astenersi dall'intrattenere rapporti con fornitori presso i quali si riscontrassero situazioni di lavoro minorile o lavoro forzato o più in generale sfruttamento del lavoro.
- ricercare e prediligere fornitori e terzisti che condividano i fondamentali valori di rispetto delle normative, di tutela delle persone e della loro dignità, di protezione della salute & sicurezza dei lavoratori e di sostenibilità ambientale.
- verificare, anche attraverso idonea documentazione, che i fornitori partecipanti alla selezione dispongano di mezzi, anche finanziari, strutture organizzative, capacità, know-how, sistemi di qualità e risorse adeguate alle esigenze e all'immagine di AMF e del Gruppo.

In particolare, nei contratti con i fornitori, devono essere introdotte clausole contrattuali che, a seconda dei casi, possono prevedere:

- dichiarazioni del fornitore circa il possesso dei suddetti requisiti soggettivi e organizzativi, del know-how e di risorse adeguate alle esigenze delle Società;
- espressi divieti di mettere in atto azioni o attività contrarie alle direttive del presente Codice Etico.

5.2. Integrità ed indipendenza nei rapporti con i fornitori

Le relazioni con tutti i fornitori sono regolate da medesimi principi generali e sono oggetto di un costante monitoraggio da parte del Gruppo.

In particolare:

- deve essere perseguita l'indipendenza da singoli fornitori, evitando, ove non strettamente necessario, l'instaurazione di rapporti di stretta dipendenza/univocità del fornitore;
- devono essere evitati contratti di consulenza per i quali non sia stata effettuata un'analisi della effettiva esigenza aziendale e deve essere sempre verificata l'effettiva ed efficace erogazione dei servizi oggetto di consulenza;
- non è ritenuto corretto indurre un fornitore a stipulare un contratto a lui sfavorevole lasciandogli intendere un successivo contratto più vantaggioso.

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto, le Società prevedono:

- la separazione dei ruoli – laddove concretamente praticabile – tra l'unità che richiede la fornitura o che stipula il relativo contratto e chi ne autorizza il pagamento;
- disposizioni aziendali che regolamentino il dovere di documentare adeguatamente le scelte adottate (c.d. "tracciabilità");
- la conservazione delle informazioni e dei documenti contrattuali per i periodi stabiliti dalle normative vigenti e richiamati nelle procedure interne di acquisto;
- procedure che regolamentino i pagamenti.

Le violazioni dei principi generali del Codice Etico da parte dei fornitori comportano la facoltà per le Società di attivare clausole risolutive espresse inserite nei singoli contratti di fornitura insieme alla prestazione di specifiche dichiarazioni in ordine alla conoscenza dei principi contenuti nel Codice Etico e all'assunzione dell'obbligo di rispettare tali principi.

6. Rapporti con i Collaboratori Esterni e i Partner

I destinatari del Codice Etico, in relazione alle proprie funzioni, avranno cura di:

- rispettare le procedure interne relative alla selezione ed alla gestione dei rapporti con i collaboratori esterni del Gruppo, comunque denominati (collaboratori, consulenti, procacciatori d'affari, partner, ecc.);
- evitare di selezionare persone e imprese di cui sia nota la mancanza di caratteristiche di integrità morale ineccepibile;
- contattare tempestivamente il proprio diretto superiore oppure la Direzione Generale in caso di eventuali violazioni del Codice Etico da parte di collaboratori o partner delle Società;
- menzionare espressamente, in tutti i contratti di collaborazione, comunque denominati (collaborazione, consulenza, agenzia, procacciamento d'affari) l'obbligo di attenersi ai principi del Codice Etico, sanzionando l'eventuale inosservanza di tali principi con la previsione della facoltà per le Società di risolvere il contratto.

I collaboratori, comunque denominati, sono tenuti al rispetto dei principi contenuti nel Codice Etico.

7. Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Le relazioni del Gruppo con la Pubblica Amministrazione – statale, regionale e/o locale, nazionale, comunitaria o internazionale - e in ogni caso relative a rapporti di carattere pubblicistico (incluso anche eventuali aziende a capitale pubblico) devono ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge e regolamentari applicabili e non possono in alcun modo compromettere l'integrità e la reputazione di AMF e delle Società del Gruppo.

L'assunzione di impegni e la gestione dei rapporti, di qualsiasi genere, con la Pubblica Amministrazione e/o dei rapporti aventi carattere pubblicistico sono riservate esclusivamente alle unità aziendali a ciò preposte e, pertanto, autorizzate. Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione è fatto obbligo di astenersi dall'influenzare impropriamente le decisioni dell'istituzione interessata.

In ogni caso, nel corso dei rapporti, con la Pubblica Amministrazione, nonché in caso di controlli/ispezioni/verifiche da parte delle Autorità di volta in volta competenti, il Gruppo si impegna a:

- non offrire opportunità di lavoro e/o commerciali a favore del personale della Pubblica Amministrazione coinvolto nel rapporto o nei controlli/ispezioni/verifiche, o a loro familiari, se non decorso almeno un anno dal venire meno dello status di dipendente pubblico;
- non offrire, direttamente o indirettamente, omaggi, regali o qualsivoglia utilità a personale della Pubblica Amministrazione, o a loro familiari;
- non influenzare l'autonomia decisionale di un altro soggetto demandato a gestire i rapporti con il personale appartenente alla Pubblica Amministrazione;
- non sollecitare o ottenere informazioni riservate che compromettano l'integrità o la reputazione di entrambe le parti.

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione non è consentito ai destinatari del presente Codice Etico di corrispondere, né offrire, direttamente o tramite terzi, somme di denaro o utilità di qualsiasi genere ed entità, siano essi pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, rappresentanti di governo, pubblici dipendenti con i quali le Società intrattengono relazioni, per compensarli o ripagarli di un atto del loro ufficio né per conseguire l'esecuzione di un atto contrario ai doveri del loro ufficio.

Tali condotte sono, altresì, tassativamente vietate per favorire o danneggiare una parte in un processo civile, penale o amministrativo, e arrecare un vantaggio diretto o anche indiretto al Gruppo.

Qualora i destinatari del presente Codice Etico ricevano richieste esplicite o implicite di benefici di qualsiasi natura da parte della Pubblica Amministrazione ovvero da parte di persone fisiche o giuridiche che agiscono alle dipendenze o per conto della stessa Pubblica Amministrazione, devono immediatamente sospendere ogni rapporto e informare il proprio superiore gerarchico o la Direzione Generale.

Le previsioni sopra indicate non devono essere eluse ricorrendo a forme diverse di aiuti e contribuzioni che, sotto la veste di incarichi, consulenze, pubblicità, sponsorizzazioni, spese di rappresentanza, ecc., abbiano finalità analoghe a quelle vietate nel presente paragrafo.

7.1. Contributi, finanziamenti ed altre erogazioni

AMF vieta ai destinatari del presente Codice Etico di utilizzare o presentare dichiarazioni o documenti falsi e/o attestanti cose non vere, ovvero omettere informazioni per conseguire, a vantaggio o nell'interesse del Gruppo, contributi,

finanziamenti o altre erogazioni indebite, comunque denominate, concesse o erogate dallo Stato, da un ente pubblico o dalle Comunità europee.

AMF vieta, altresì, ai destinatari del presente Codice Etico di indurre volontariamente in errore soggetti appartenenti all'ente erogatore con espedienti diretti a procurare in maniera indebita alle Società contributi, finanziamenti o altre erogazioni, comunque denominate, concesse o erogate dallo Stato, da un ente pubblico o dalle Comunità europee.

È, infine, fatto divieto di utilizzare contributi, finanziamenti o altre erogazioni, comunque denominate, concesse alle Società dallo Stato, da un ente pubblico o dalle Comunità europee per scopi diversi da quelli per i quali sono stati assegnati.

8. Rapporti con i Sindaci, i Revisori e altri Organi di Controllo

AMF e le Società del Gruppo assicurano la massima collaborazione e trasparenza nei rapporti con i Sindaci, i Revisori e con l'Organismo di Vigilanza istituito dall'azienda ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs. 231/01 (di seguito semplicemente "Organismo di Vigilanza"), nonché, ad ogni altro ente, funzione e/o istituzione adibiti a funzioni di controllo sulla correttezza e la rispondenza delle condotte aziendali alle normative cogenti.

In particolare, i destinatari del presente Codice Etico devono astenersi da qualsiasi comportamento, commissivo od omissivo, che possa risolversi in un diniego a sindaci, revisori o soci o che analogamente possa attuare un'opera diretta ad ostacolare la ricerca o a stornare l'attenzione dei sindaci, dei revisori o dei soci e delle unità aziendali preposte alle attività di controllo, nell'esercizio dei rispettivi compiti istituzionali.

9. Rapporti con le Autorità

Il Gruppo si impegna a non negare, nascondere o ritardare alcuna comunicazione, segnalazione, informazione, documento o dato eventualmente richiesto dalle autorità e organi di controllo nazionale e/o territoriale nello svolgimento di eventuali attività informative o ispettive.

Le Società si impegnano a predisporre ogni comunicazione, segnalazione, informazione, documento o dato con la massima completezza, trasparenza, precisione e verità, assicurando, altresì, tempestività nella successiva trasmissione alle autorità e/o organi di controllo competenti di tali comunicazioni, segnalazioni, informazioni, documenti o dati.

Per garantire la massima trasparenza, le Società si impegnano a mantenere con le Autorità e gli Organi di Controllo, nonché con i loro dipendenti e familiari rapporti tali da preservare corretti ambiti di reciproca indipendenza.

Nel caso in cui dovessero sorgere dubbi applicativi circa la corretta interpretazione di leggi e regolamenti, le Società si avvarranno tempestivamente di specifiche e qualificata assistenza o consulenze legali.

9.1. Rapporti istituzionali

Nei rapporti istituzionali, il Gruppo si impegna a:

- instaurare, senza alcun tipo di discriminazione, canali stabili di comunicazione con tutti gli interlocutori istituzionali a livello locale, nazionale, comunitario o internazionale;
- rappresentare gli interessi e le posizioni delle Società in modo trasparente, rigoroso e coerente, evitando atteggiamenti e comportamenti che possano essere interpretati, da un osservatore terzo ed imparziale, come atti destinati ad ottenere vantaggi e favori in modo improprio o indebito.

10. Rapporti con altri interlocutori

10.1. Rapporti economici con partiti, organizzazioni sindacali ed associazioni

Le Società non erogano contributi di alcun genere, direttamente o indirettamente, a partiti politici, movimenti, comitati ed organizzazioni politiche e sindacali, sia in Italia che all'estero, loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano il fine esclusivo di propaganda politica. Si astiene inoltre da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici.

Qualora una o più persone operanti all'interno del Gruppo svolgano esternamente alle attività lavorative un'attività di tipo politico, associativo o sindacale queste dovranno aver sempre cura di chiarire che le eventuali opinioni politiche espresse a terzi sono strettamente personali e non rappresentano, pertanto, l'opinione e l'orientamento di AMF e delle Società del Gruppo.

È fatto altresì divieto di utilizzare qualsivoglia mezzo, bene o struttura delle Società per attività politiche, associazionistiche o sindacali svolte personalmente all'esterno dell'attività lavorativa.

10.2. Rapporti con gli organi di informazione

I rapporti tra le Società e gli organi di informazione in genere spettano esclusivamente alle unità aziendali ed alle responsabilità a ciò delegate e devono essere intrattenuti nel rispetto della politica di comunicazione e secondo le direttive definite dal Consiglio di Amministrazione.

I Destinatari del presente Codice Etico non possono, pertanto, fornire informazioni ai rappresentanti dei mass media senza l'autorizzazione delle unità competenti.

In ogni caso, le informazioni e le comunicazioni relative a AMF e alle Società Controllate destinate all'esterno dovranno essere accurate, veritiere, complete, trasparenti, tra loro omogenee e sempre rigorosamente conformi a quanto previsto dalle norme di legge (ad esempio, in materia di abuso protezione dei dati personali).

10.3. Contributi e sponsorizzazioni

Le Società possono aderire alle richieste di contributi limitatamente a proposte di valore culturale o benefico provenienti da enti e associazioni non profit di riconosciuta affidabilità e professionalità.

Le attività di sponsorizzazione possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte.

In ogni caso, nella scelta delle proposte cui aderire, il Gruppo presta particolare attenzione verso ogni possibile conflitto di interessi.

11. Rapporti con i concorrenti

AMF e le Società del Gruppo, nella gestione del business e dei rapporti di affari, si ispirano ai principi di lealtà, legalità, correttezza, trasparenza, efficienza ed apertura ai mercati nazionale ed internazionale.

Le Società perseguono, in modo particolare, il proprio successo di impresa attraverso l'offerta di prodotti e servizi di qualità e nel rispetto di tutte le norme nazionali ed internazionali poste a tutela della leale concorrenza. In particolare, nell'ambito della vigente disciplina nazionale ed internazionale in tema di concorrenza, le attività del Gruppo ed i comportamenti dei suoi Dipendenti, Amministratori, Dirigenti, e Collaboratori, le cui azioni possano essere in qualche modo riferibili alla stesse Società, devono ispirarsi alla più completa autonomia ed indipendenza rispetto alle condotte dei concorrenti, nei mercati nazionale ed estero.

In particolare, il Gruppo si attiene alla rispetto di tutte le normative in fatto di tutela della proprietà intellettuale quale in particolare, ma non esclusivamente, le normative relative alla tutela di marchi e brevetti e/o relative alla tutela del know-how, delle proprietà industriali e intellettuali.

12. Informazioni Riservate e Tutela della Privacy

L'attività di AMF e Società del Gruppo può richiedere l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la diffusione di dati, documenti ed informazioni attinenti a negoziazioni, procedimenti, operazioni e contratti. Le banche dati del Gruppo possono contenere, inoltre, dati personali e aziendali protetti dalla normativa a tutela della privacy, dati che non possono essere resi noti all'esterno ed infine dati la cui divulgazione potrebbe produrre danni a clienti, al mercato o alle Società stesse. Ciascun Destinatario è quindi tenuto a tutelare la riservatezza e confidenzialità delle informazioni apprese in ragione della propria funzione lavorativa.

Tutte le informazioni, conoscenze e dati acquisiti o elaborati dai Destinatari attraverso le proprie mansioni non possono essere utilizzati, comunicati o divulgati, se non in conformità a quanto previsto dalla normativa in materia di protezione dei dati personali e dalle procedure e direttive interne relative alla privacy aziendale.

Ciascun Destinatario dovrà:

- acquisire e trattare solamente i dati e le informazioni necessari e direttamente connessi alla propria attività;
- conservare detti dati e informazioni in modo tale da impedire a terzi estranei di prenderne conoscenza;
- comunicare e divulgare i dati e le informazioni nell'ambito delle procedure adottate dalle Società;
- valutare e determinare la natura confidenziale e riservata delle informazioni;
- osservare gli obblighi di riservatezza anche dopo la cessazione del rapporto con le Società del Gruppo, in conformità alla normativa vigente e/o agli impegni contrattuali precedentemente assunti.

Il Gruppo, a sua volta, si impegna a proteggere le informazioni ed i dati relativi ai propri Destinatari e ai terzi, e ad evitare ogni uso improprio degli stessi.

Specifiche misure di sicurezza sono osservate per prevenire la perdita, usi illeciti o non corretti dei dati oggetto di trattamento da parte delle Società e/o accessi non autorizzati al sito internet e alle strutture informatiche del Gruppo.

13. Vigilanza

La vigilanza sull'applicazione delle direttive del presente Codice Etico spetta al Consiglio di Amministrazione di AMF e delle Società controllate nonché all'Organismo di Vigilanza.

Tutti i destinatari del presente Codice Etico possono e devono segnalare eventuali violazioni rispetto ai dettami del presente Codice Etico. Le segnalazioni di eventuali violazioni del Codice Etico possono essere inviate con le seguenti modalità:

- e-mail indirizzata a organismodivigilanza@amfsnaps.com
- comunicazione scritta spedita in busta chiusa e indirizzata a: Organismo di Vigilanza c/o AMF S.p.A., Via Bortolo Sacchi, 54-58 – 36061 Bassano del Grappa (VI). Ogni comunicazione indirizzata all'Organismo di Vigilanza deve essere consegnata nella busta originale, ancora chiusa, all'Organismo di Vigilanza.

L'Organismo di Vigilanza, in pieno accordo con il Consiglio di Amministrazione delle Società che incarica l'Organismo, agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche

al solo sospetto di discriminazione o penalizzazione. È inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante ai sensi delle normative italiane e internazionale in materia di *whistleblowing*, fatti salvi gli obblighi di legge.

14. Sanzioni

L'osservanza delle norme contenute e specificate nel presente Codice Etico nonché nel collegato Modello di Organizzazione deve considerarsi parte integrante ed essenziale delle obbligazioni definite nell'ambito dei rapporti contrattuali tra le Società e i Destinatari del Codice Etico.

L'inosservanza o la violazione delle suddette norme potrà costituire fonte di sanzioni o cessazione dei sopra citati rapporti contrattuali così come definito nel Sistema Disciplinare aziendale cui si rinvia per i dettagli del caso.

AMF e le Società del Gruppo si impegnano a prevedere ed irrogare, con coerenza, imparzialità ed uniformità, sanzioni proporzionate alle eventuali violazioni del presente Codice Etico e conformi alle vigenti norme di legge e disposizioni in materia di regolamentazione dei rapporti di lavoro.