



- CODE DE DÉONTOLOGIE DE CARAPELLI FIRENZE S.P.A. -

Approuvé par le Conseil d'administration le 14 juillet 2020

Carapelli Firenze S.p.A.

DONT LE SIÈGE SOCIAL EST FIXÉ À TAVARNELLE VAL DI PESA (FLORENCE), VIA
LEONARDO DA VINCI 31
IMMATRICULÉE AU REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS DE FLORENCE
SOUS LE N° 06271510965

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	3
PREMIÈRE SECTION.....	4
1..... DISPOSITIONS GÉNÉRALES	4
1.1 Destinataires.....	4
1.2 Obligations des employés et des collaborateurs.....	4
DEUXIÈME SECTION.....	6
1. PRINCIPES ÉTHIQUES DU MODÈLE.....	6
2.1..... Principes éthiques	6
2.2..... Légalité	6
2.3..... Égalité et impartialité	7
2.4..... Transparence, correction et professionnalisme	7
2.5..... Confidentialité	7
2.6..... Valeur de la personne et des ressources humaines	8
2.7..... Garantir la sécurité	8
2.8..... Racisme et xénophobie	9
2.9..... Protection de l'environnement	9
2.10..... Orientation à la qualité et à la satisfaction du consommateur	9
2.11..... Concurrence	9
TROISIÈME SECTION.....	11
3..... NORMES DE COMPORTEMENT	11
3.1..... Système de surveillance	11
3.2..... Informations sociétares	11
3.3..... Communications sociétares	12
3.4..... Prévention des conflits d'intérêt	12
3.5..... Prévention du blanchiment/auto-blanchiment	13
QUATRIÈME SECTION.....	14
4..... RELATIONS AVEC LES TIERS	14
4.1..... Relations avec le client	14
4.2..... Relations avec l'administration publique	14
4.3..... Relations avec les fournisseurs	

15	
4.3 Relations avec les organisations, politiques, syndicales et sociales.....	15
CINQUIÈME SECTION.....	17
5.....	DISPOSITIONS FINALES
17	
5.1.....	Systeme de sanction
17	
5.2.....	Adoption du code de déontologie et politiques
17	

INTRODUCTION

Carapelli Firenze S.p.A. (ci-après « Carapelli » et la « Société ») a été constituée le 25 novembre 2002 et a principalement pour objet la production, la commercialisation et l'exportation d'huile d'olive vierge, d'huile d'olive, d'huile de graines et, en moindre mesure, également d'autres produits dérivés du traitement des olives.

La Société, dans son souhait de garantir la correction maximale dans tous les comportements en faveur de son image et réputation, a décidé de s'adapter aux dispositions du Décret législatif n° 231, du 8 juin 2001 (« Réglementation en matière de responsabilité administrative des personnes morales, des Sociétés et des associations, même sans personnalité morale », conformément à l'article 11 de la loi n° 300, du 29 septembre 2000 »), réglementation (ci-après le « Décret ») qui a introduit dans l'ordre juridique italien la responsabilité administrative de la Société, ayant été vérifiée une série de délits visés commis par des personnes qui, au sein de la Société, exercent des fonctions de représentation, d'administration ou de direction, ou par des personnes soumises à leur direction ou surveillance.

La Société a considéré utile d'adopter le présent document (ci-après le « Code de déontologie »), qui décrit un ensemble de principes et de normes afin de diffuser la norme de comportement que tous les collaborateurs, considérés comme étant des administrateurs, employés et tous ceux qui, indépendamment de la qualification juridique de la relation, sont tenus de respecter et d'exiger son exécution. Vraiment, la Société considère qu'une énonciation claire des valeurs fondamentales dont chacun doit s'inspirer dans la réalisation de ses objectifs commerciaux est d'une importance capitale pour l'exercice correcte des propres activités, et qui constitue un élément complémentaire valide au Modèle d'organisation, de gestion et de contrôle (ci-après le « Modèle »).

Le Conseil d'administration de la Société a approuvé le présent Code, s'engageant à garantir sa diffusion maximale et, également par l'organe de surveillance (ci-après l'« Organisme de surveillance ») créé conformément au Décret, pour surveiller son exécution.

SECTION PREMIÈRE

1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1.1 Destinataires

La Société guidera à travers les principes éthiques et les normes de comportement du présent Code de déontologie toutes les actions, opérations, relations et transactions menées à bien dans la gestion des différentes activités sociales.

Le présent Code de déontologie lie tous ceux qui, au sein des Sociétés, exercent des fonctions de représentation, d'administration ou de direction, ou exercent, également dans la pratique, leur gestion et contrôle ; tous les employés sans aucune exception, les collaborateurs (entre eux, à simple titre d'exemple, conseillers, fournisseurs, intermédiaires, etc.) et tout autre ayant avec elle ces relations commerciales (ci-après les « Destinataires »).

Les Destinataires s'obligeront à observer absolument les dispositions du présent Code de déontologie lorsqu'ils acceptent le poste, soit en signant le contrat de travail, soit, en tout cas, dès le début de la collaboration avec la Société et pendant toute la période dans laquelle ceux-ci y exercent des activités ou dans son intérêt.

Concrètement, les Administrateurs de la Société devront se guider par les principes du Code de déontologie, au moment d'établir les objectifs commerciaux, au moment de proposer les investissements et de réaliser les projets, et dans toute décision ou action relative à la gestion de la Société. De même, les dirigeants et les responsables des fonctions commerciales, dans l'exécution concrète de la direction de la Société, devront s'inspirer de ces principes, tant internement, en renforçant ainsi la cohésion et l'esprit de collaboration réciproque, qu'en ce qui concerne les tiers avec lesquels ils ont une relation.

La Société s'engage ainsi à garantir la diffusion maximale du présent Code de déontologie, même en utilisant des outils cognitifs appropriés, de formation et de sensibilisation quant à ses contenus.

1.2 Obligations des employés et des collaborateurs

Les employés respecteront le Code de déontologie dans l'exercice de leurs fonctions. Concrètement, les employés sont tenus :

- d'observer avec prudence les dispositions du Code de déontologie, s'abstenant de comportements contraires à celui-ci ;
- de transmettre à l'Organisme de surveillance toute nouvelle relative à des violations présumées du présent Code de déontologie commises dans le contexte commercial ;
- de prêter la collaboration maximale dans la vérification des violations éventuelles et/ou présumées du présent Code de déontologie ;
- d'informer les tiers, avec lesquels ils entretiennent des relations commerciales,

- sur les normes du Code de déontologie et d'exiger son exécution ;
- d'exiger le respect des dispositions du Code de déontologie dans l'exercice des activités pour lesquelles ces sujets ont une relation avec la Société ;
- de communiquer à l'Organisme de surveillance tout comportement qui, dans le cadre de la relation existante entre la Société et les tiers, pourrait violer - également de manière potentielle les dispositions du Code de déontologie, en adoptant les initiatives prévues en cas de manquement au Code de déontologie ;
- de protéger les plaignants de situations relatives à des comportements illicites, dont ils ont eu une connaissance directe en raison de leur relation professionnelle (plainte d'irrégularités).

Collaboration, loyauté, honnêteté et respect réciproque définissent les relations entre les employés de tout niveau et les tiers, avec lesquels ils ont un contact en raison des activités professionnelles exercées.

Il est également exigé aux collaborateurs de Carapelli (tel qu'à titre simple d'exemple : conseillers, intermédiaires, etc.), et à quiconque a avec la Société des relations commerciales, de tenir compte des principes repris dans le Code de déontologie.

De plus, la Société s'engage à garantir, même à travers l'exposition sur des tableaux d'annonces accessibles à tout le personnel et la publication dans l'intranet, la diffusion maximale du Code de déontologie et à prévoir et appliquer, de manière cohérente, impartiale et uniforme, les sanctions proportionnelles aux violations qui pourraient se produire, et en tout cas conformes aux dispositions en vigueur en matière de régulation des relations professionnelles.

DEUXIÈME SECTION

1. PRINCIPES ÉTHIQUES DU MODÈLE

2.1 Principes éthiques

Carapelli partage, accepte et s'adapte aux principes éthiques (ci-après aussi les « Principes ») énoncés ci-après :

- légalité ;
- égalité et impartialité ;
- transparence, correction et professionnalisme ;
- confidentialité ;
- valeur de la personne et des ressources humaines ;
- garantir la sécurité ;
- racisme et xénophobie ;
- protection de l'environnement ;
- orientation à la qualité et à la satisfaction du consommateur ;
- concurrence.

2.2 Légalité

Le comportement individuel et collectif de tous les Destinataires dans la conclusion de toute opération -dans le cadre de la réalisation des objectifs propres de la Société- devra toujours s'adapter aux politiques commerciales et se traduire concrètement en collaboration, responsabilité sociale et respect des lois nationales et internationales.

La Société est consciente de toutes les initiatives législatives nationales et internationales visant à faire face au phénomène de la fameuse « corruption privée ». Les Destinataires devront s'abstenir de :

a) promettre, offrir ou concéder, directement ou par le biais d'un intermédiaire, un bénéfice indu de toute nature à une personne, ni à titre personnel ni pour un tiers, qui exerce des fonctions directives ou professionnelles de tout type pour le compte d'une entité du secteur privé, afin qu'elle réalise ou omette un acte en violant un devoir ;

b) demander ou recevoir, directement ou par le biais d'un intermédiaire, un bénéfice indu de toute nature, ou bien accepter la promesse de ce bénéfice, à titre personnel ou pour un tiers, dans l'exercice de fonctions directives ou professionnelles de tout type pour le compte d'une entité du secteur privé, pour entreprendre ou omettre un acte, en violant un devoir.

Aucune forme de cadeau pouvant être interprétée comme exagérée par rapport aux pratiques commerciales ou de courtoisie normales n'est admise. Ceci affecte tant les cadeaux promis ou offerts que ceux reçus, étant considéré comme étant un cadeau tout type de bénéfice (par exemple : promesse d'un poste de travail, remise d'une dette, prestations de services à titre gratuit ou à des conditions qui ne s'adaptent pas au marché, etc.). Le Groupe s'abstiendra

de pratiques non permises par la loi, par les coutumes commerciales ou par les codes de déontologie, s'ils existent, avec les sociétés ou entités avec lesquelles il a une relation.

2.3 Égalité et impartialité

Carapelli garantira le respect et promouvra la dignité humaine ; celle-ci ne doit souffrir aucune discrimination en raison de l'âge, sexe, orientation sexuelle, conditions personnelles et sociales, race, langue, nationalité, opinions politiques et syndicales et croyances religieuses. C'est pourquoi les comportements discriminatoires ne sont pas tolérés.

De plus, dans la gestion des différentes activités sociales et dans toutes les décisions associées (telles qu'à titre simple d'exemple la gestion du personnel et l'organisation du travail, les relations avec la collectivité et les institutions qui la représentent, etc.), les Destinataires doivent agir de manière impartiale dans le meilleur intérêt de la Société, en prenant les décisions avec rigueur professionnelle et impartialité, selon des critères d'évaluation objectifs et neutres.

2.4 Transparence, correction et professionnalisme

Toutes les actions, opérations, négociations et, plus en général, les comportements des Destinataires devront être guidés par la transparence et correction maximales. En effet, dans la gestion des activités, les Destinataires devront transmettre des informations transparentes, véridiques, complètes et exactes.

L'exercice des activités sociales sera guidé par des critères de professionnalisme, d'engagement et de prudence appropriés à la nature des missions et des responsabilités assignés à chacun.

2.5 Confidentialité

La confidentialité est une règle indispensable dans toute conduite. La Société garantira, ainsi, la confidentialité des informations en sa possession et s'abstiendra d'utiliser des données réservées, sauf en cas d'autorisation expresse et consciente et, en tout cas, en respectant toujours le plus rigoureusement la réglementation qui garantit les données à caractère personnel.

L'obligation de confidentialité s'étend, non seulement aux informations faisant référence à la Société, mais également aux informations de clients, fournisseurs et autres sujets avec lesquels des relations commerciales sont entretenues.

Dans le cadre des différentes relations avec la Société et avec leurs interlocuteurs, les Destinataires devront s'abstenir d'utiliser des informations réservées et non de domaine public, dont ils ont pris connaissance en raison de leur poste et/ou profession, pour des fins personnelles et, en tout cas, étrangers à l'exercice de l'activité du travail ou professionnelle assignée ou exercée dans l'intérêt de la Société.

Aucun employé ou collaborateur ne pourra se bénéficier d'aucune manière, directement ou indirectement, personnellement ou patrimoniallement, de l'utilisation d'informations confidentielles. Seuls des sujets autorisés

procéderont à communiquer à des tiers les informations et, en tout cas, le feront conformément aux dispositions commerciales. Dans la communication des informations à des tiers, permise pour des raisons de poste ou professionnelles, le caractère confidentiel des informations devra être indiqué et l'exécution de l'obligation de confidentialité au tiers devra être exigée.

Dans le cas d'accéder aux informations de type électronique protégées par mot de passe, seuls les sujets récepteurs ne pourront les connaître, qui seront tenus de ne pas les divulguer ni de les conserver.

2.6 Valeur de la personne et des ressources humaines

Les ressources humaines représentent une valeur indispensable et précieuse pour la croissance et le développement de la Société.

Afin d'évaluer les capacités et les compétences de chacun, des critères de mérite seront adoptés et l'égalité des chances sera garantie à tous. Par conséquent, la gestion des ressources humaines vise à l'amélioration et à l'augmentation des capacités de chacun.

L'organisation du travail vise à éviter toute situation d'oppression organisationnelle et/ou de violence psychologique. Des conditions de travail qui aident à exercer les propres missions dans un climat de collaboration, de respect et de calme, seront garanties.

Carapelli s'engage de même à exercer l'autorité avec équité et correction, en évitant tout abus. L'autorité ne devra jamais, concrètement, se transformer en exercice du pouvoir au détriment de la dignité et de l'autonomie des employés et collaborateurs au sens large.

2.7 Garantir la sécurité

La Société promet et garantit la santé et la sécurité professionnelle de ses employés et collaborateurs partout où ceux-ci doivent exercer leur activité professionnelle, en plus de développer des conditions de travail sûres.

La Société s'engage à garantir des conditions de travail respectueuses avec la dignité individuelle et des environnements de travail sûrs et salubres, à travers également la diffusion d'une culture de la sécurité et de la sensibilisation sur les risques, en promouvant des comportements responsables et respectueux avec le système de sécurité adopté et avec les procédures commerciales qui font partie de celui-ci. Les employés, les collaborateurs et toute autre personne accédant -à tout titre- aux annexes de la Société, devront contribuer personnellement à garantir la sécurité.

Par conséquent, la Société s'engage, dans cette perspective, à :

- exercer des activités sûres en faveur de l'intégrité et de la santé de ses employés et de tous ceux qui travaillent pour la Société, accédant à ses bureaux et usines de production ;
- garantir que tous ceux qui exercent leur activité professionnelle pour la Société soient informés et formés sur les risques associés à la sécurité auxquels ceux-ci s'exposent -dans chaque cas-, en garantissant tous les moyens et les équipements de protection individuelle exigés par la réglementation en vigueur par rapport à la typologie d'activité exercée ;
- reconsidérer périodiquement et superviser de manière continue les prestations et l'efficacité du système lui-même pour faire face aux risques associés à la sécurité, pour maintenir des lieux de travail sûrs où l'intégrité de toutes les personnes impliquées dans les activités de la Société est garantie.

2.8 Racisme et xénophobie

La Société condamne fermement et catégoriquement toute forme de racisme et de xénophobie. Par conséquent, tous les Destinataires du Code de déontologie, chacun en raison de leur mission, doivent empêcher des phénomènes de propagande, ou des phénomènes d'instigation et d'incitation des crimes de génocide, des crimes contre l'humanité et des crimes de guerre et d'informer immédiatement les sujets compétents, lorsqu'ils sont connaisseurs de phénomènes associés à des formes de racisme et de xénophobie.

2.9 Protection de l'environnement

La Société respecte l'environnement comme ressource qui doit être protégée, au bénéfice de la collectivité et des générations futures. En effet, elle s'engage dans un développement économique compatible avec le développement durable, en garantissant un environnement prospère et sain.

Les activités de la Société seront menées à bien en prenant en compte des critères environnementaux orientés vers la prévention de la pollution et le contrôle de la consommation des ressources naturelles, afin de minimiser les impacts négatifs dans l'environnement.

Par conséquent, les destinataires du présent Code de déontologie doivent :

- collaborer dans la promotion du respect et du soin de l'environnement ;
- utiliser les technologies disponibles pour prévenir, ou réduire, l'émission de gaz, déversements et la pollution sonore ;
- gérer les déchets en promouvant le recours aux pratiques de recyclage et de récupération ;
- limiter la consommation de ressources, en encourageant des systèmes d'économie.

2.10 Orientation à la qualité et à la satisfaction du consommateur

Carapelli poursuit son succès en choisissant ses huiles directement de fournisseurs sélectionnés pour offrir aux consommateurs finaux une gamme distinctive d'huiles afin de satisfaire leurs besoins.

La Société reconnaît que l'évaluation des demandeurs de produits est d'une importance capitale pour le succès de la Société et, par conséquent, elle s'engage à :

- fournir avec efficacité et courtoisie des produits de haute qualité répondant et dépassant les attentes raisonnables du client, en respectant les normes les plus élevées dans la sélection des matières premières, dans les techniques de production utilisées et dans les contrôles réalisés ;
- transmettre des informations précises et exhaustives sur les produits de sorte que le client puisse prendre des décisions consciemment ;
- garantir des standards de qualité appropriés des produits/services offerts ;
- se conformer à la vérité dans les communications publicitaires ou d'autre

type.

2.11 Concurrence

Il est très important pour la Société que le marché se base sur une concurrence correcte et loyale, c'est pourquoi elle s'engage :

- à observer absolument les lois en la matière ;
- à collaborer avec les autorités régulant le marché ;
- à s'abstenir d'avoir et/ou d'encourager des comportements pouvant supposer des formes de concurrence déloyale.

TROISIÈME SECTION

3. NORMES DE COMPORTEMENT

3.1 Système de surveillance

Le système de surveillance représente un outil essentiel pour gérer et superviser les activités commerciales. Par conséquent, la Société promeut et diffuse, au niveau commercial, la culture de la surveillance, en sensibilisant sur l'importance du système de contrôles internes et du respect, dans l'exercice des activités, de la réglementation en vigueur.

Doivent être considérés comme contrôles internes tous les outils nécessaires ou utiles pour diriger, gérer et vérifier l'activité, afin de garantir le respect des lois et des procédures commerciales, protéger les biens commerciaux, gérer de manière efficace les activités et offrir des données comptables et financières exactes et complètes.

Tout le personnel, dans le cadre des fonctions exercées, sera responsable de la définition et du fonctionnement correct du système de contrôle à travers les contrôles de ligne, constitués par l'ensemble des activités de surveillance que chaque unité opérationnelle réalise dans les processus.

Les employés et les collaborateurs devront, dans le cadre de leur compétence :

- collaborer activement dans le fonctionnement correct et efficace du système de contrôles internes ;
- garder les biens commerciaux de manière responsable, qu'ils soient corporels ou incorporels, nécessaires pour l'activité exercée et à ne pas en faire un usage inapproprié.

Le libre accès aux données, à la documentation et à toutes informations utiles pour l'exercice de l'activité de surveillance sera garanti aux fonctions commerciales responsables et à l'Organisme de surveillance.

3.2 Informations sociétaires

Toute action, opération ou transaction devra être correctement enregistrée dans le système de comptabilité commerciale selon les critères indiqués par la loi et par les principes comptables applicables, et elle devra de plus être dûment autorisée, vérifiable, légitime, cohérente et conséquente.

De sorte que la comptabilité réponde aux conditions requises de véracité, d'exhaustivité et de transparence de la donnée enregistrée, une documentation justificative complète et appropriée de l'activité exercée devra être conservée pour chaque opération, afin de permettre :

- l'écriture comptable exacte ;
- l'identification immédiate des caractéristiques et des motifs sous-jacents à cette opération ;
- la simple reconstruction formelle et chronologique de l'opération ;

- la vérification du processus de décision, d'autorisation et de réalisation, ainsi que l'identification des différents niveaux de responsabilité.

Chaque opérateur sera responsable, dans le cadre de sa compétence, d'enregistrer rapidement et correctement tout fait relatif à la gestion de la Société dans la comptabilité. Chaque écriture comptable devra exactement refléter les résultats de la documentation justificative. Par conséquent, permettre que la documentation soit facilement localisable et ordonnée par des critères logiques reviendra au personnel responsable.

La circulation des informations, dans l'intérêt de la rédaction des comptes annuels et afin de garantir une représentation claire et véridique de la situation économique, patrimoniale et financière de la Société, devra être réalisée conformément aux principes de véracité, d'exhaustivité et de transparence.

3.3 Communications sociétaires

La communication prêté aux moyens d'informations exerce un rôle essentiel aux fins de l'évaluation de l'image de la Société et de la création / maintenance des canaux de dialogue ouverts et transparents avec les intéressés.

Par conséquent, toutes les informations faisant référence à la Société, devront être prêtées de manière ponctuelle, véridique et transparente, pour offrir à l'extérieur une image positive de la Société non seulement en termes de sujet commercial, mais également comme sujet respectueux de l'intégrité et de la conservation de l'environnement.

À la lumière de ce qui précède, chaque communication à l'extérieur de documents et d'informations sur Carapelli, les associés ou autres sujets avec lesquels celle-ci est liée, devra être réalisée en respectant les lois, les règlements et les pratiques de conduite professionnelle en vigueur. Il est en tout cas interdit ce qui suit :

- la divulgation de fausses nouvelles ou tendancieuses faisant référence à la Société, aux associés ou autres sujets avec lesquels celle-ci est liée dans l'exercice de ses activités ;
- toute forme de pression orientée vers la réception d'un traitement de faveur de la part des organes de communication/informations au public ;
- en référence spécifique aux informations de nature financière, la divulgation d'éventuelles informations confidentielles obtenues en raison des activités commerciales.

Pour garantir des informations complètes et cohérentes, la gestion des relations de la Société est exclusivement réservée aux sujets responsables ; par conséquent, les employés de la Société ne peuvent pas fournir d'informations de toute nature aux représentants de la presse et aux organes d'informations en général, ni avoir avec ceux-ci aucun type de contact pour la diffusion de nouvelles commerciales, sans l'autorisation des fonctions compétentes.

3.4 Prévention des conflits d'intérêt

Dans la gestion des propres activités, les Destinataires doivent éviter des situations dans lesquelles les sujets impliqués dans les transactions sont, ou

simplement peuvent sembler l'être, en conflit d'intérêt.

Est considéré comme étant un conflit d'intérêt le cas où le Département poursuit un intérêt autre que la mission de la Société ou qu'il réalise des activités qui peuvent, en tout cas, interférer avec sa capacité d'assumer des décisions dans l'intérêt exclusif de celle-ci, ou qu'il bénéficie personnellement d'opportunités commerciales.

À titre d'exemples non exhaustifs, les conduites suivantes supposent des situations de conflit d'intérêt :

- détention, également indirecte, de participations ou de prises en charge d'intérêts économiques et financiers dans des sociétés qui sont des fournisseurs, clients ou concurrents de la Société ;
- prise en charge de postes sociaux ou exercice d'activités professionnelles, de tout type, chez des fournisseurs.

Les Destinataires s'abstiendront d'exercer des activités contraires à l'intérêt de la Société, étant conscients que la poursuite de cet intérêt ne pourra toutefois pas légitimer des conduites contraires aux principes du présent Code de déontologie.

En cas de conflit d'intérêt, les Destinataires informeront sans retard l'organe social compétent, respectant les décisions prises par cet organe à cet égard.

3.5 Prévention du blanchiment/auto-blanchiment

Les Destinataires, dans le cadre des différentes relations établies avec la Société, ne devront, d'aucune sorte et dans aucune circonstance, être impliqués dans des affaires associées au blanchiment de capitaux provenant d'activités délictueuses ou au recel de biens ou autres bénéfiques de provenance illicite.

Avant d'établir des relations ou de conclure des contrats avec des fournisseurs et d'autres collaborateurs dans des relations commerciales, la Société et ses employés et/ou collaborateurs devront s'assurer, en se basant sur les informations disponibles, de l'intégrité morale, de la réputation et de la bonne réputation de la contrepartie.

Chaque département commercial devra incorporer des mesures appropriées pour garantir que les formes de paiement identifiées comme des instruments de blanchiment d'argent illicite ne sont pas acceptées. La Société s'engage à pleinement respecter toutes les lois de lutte contre le blanchiment en vigueur au niveau mondial, y compris celles qui prescrivent le signalement de transactions suspectes en argent en liquide ou d'autre nature. En particulier, comme Société de droit italien, la Fondation est soumise, entre autres normes légales et réglementaires, aux dispositions de la loi n° 197/1991 et du Décret législatif n° 231/2007, qui transposent les principes repris dans les directives de référence de l'Union européenne en matière de lutte contre le blanchiment et de sauvegarde de l'intégrité du système financier, ainsi que les dispositions en matière de lutte contre le blanchiment (loi n° 186, du 15 décembre 2015 -

Journal officiel n° 292, du 17 décembre 2014).

QUATRIÈME SECTION

4. RELATIONS AVEC LES TIERS

4.1 Relations avec le client

Carapelli base l'activité commerciale et la gestion des activités sur la qualité, considérée non seulement comme la noblesse du produit mais également comme l'attention prêtée aux exigences spécifiques des clients, le professionnalisme, la disponibilité et la rapidité dans la réponse aux demandes commerciales et à l'examen ponctuel des réclamations, en misant sur l'entière satisfaction des propres clients.

Dans les relations avec les clients, les Destinataires devront avoir des positions correctes et claires en priorisant, tant que possible, la forme écrite pour éviter des ambiguïtés ou des malentendus en ce qui concerne le contenu des rapports commerciaux existants.

4.2 Relations avec l'administration publique

Les relations avec les Institutions publiques, à tout niveau (local, régional et national), ainsi qu'avec les fonctionnaires publics ou responsables de services publics, ou bien, les organes, représentants, mandataires, exposants, membres, employés, conseillers, responsables des fonctions publiques, d'institutions publiques, d'autorités de surveillance et/ou d'autres autorités administratives indépendantes et, en tout cas, toute relation à caractère publicitaire, devront être toujours guidées par l'observance la plus rigoureuse des dispositions légales applicables, des principes de transparence, d'honnêteté et de correction, et ne pourront engager d'aucune manière l'intégrité et la réputation de la Société.

La Société s'engage à maintenir avec ces sujets, avec lesquels elle a une relation constante dans l'exercice de ses activités commerciales, une position de collaboration maximale, caractérisée par la transparence et la correction.

Il est interdit aux Destinataires de donner ou de promettre des gratifications, de l'argent, des bénéfices et/ou tout autre avantage, personnel ou d'un autre type, dans le cadre des activités exercées pour Carapelli, de sorte qu'ils puissent générer, chez un tiers impartial, simplement la suspicion d'avoir agi dans son intérêt ou pour son compte, à l'exception des gratifications d'une valeur modeste associées aux relations de courtoisie normales ou à des pratiques commerciales.

Les éventuelles gratifications d'une valeur modeste ou les actes de courtoisie ou d'hospitalité, qui n'engagent pas l'intégrité ni la réputation d'une des parties, devront en tout cas être préalablement autorisées.

La gestion des relations avec les membres de l'administration publique est exclusivement réservée aux fonctions commerciales chargées et autorisées pour ce faire. Dans les relations avec l'administration publique, les Destinataires ne doivent pas influencer de manière improprie sur les décisions des

administrations en question, concrètement des fonctionnaires qui traitent ou décident pour leur compte.

4.3 Relations avec les fournisseurs

La Société maintiendra des relations exclusivement avec des fournisseurs et des sous-fournisseurs qui observent les lois en matière de droits de l'homme, droits du travail et environnementaux, par conséquent, la Société vérifiera que le comportement éthique de ses fournisseurs et sous-fournisseurs s'adapte aux prévisions du présent Code et, en cas d'identifier des conduites non éthiques, elle appliquera les mesures de sanction prévues.

La Société basera sa relation avec les fournisseurs et les sous-fournisseurs sur la confiance par le biais de la gestion commune de technologie, d'informations et de formation afin de favoriser les processus d'innovation, de création et de génération de valeur.

Les relations avec les fournisseurs seront gérées avec loyauté, correction et professionnalisme, en développant des collaborations continues et des relations de confiance solides et durables.

La sélection des fournisseurs et la détermination des conditions d'achat de biens et de services sont réalisées par le biais d'évaluations objectives et impartiales, basées sur la qualité, le prix et les garanties offertes.

Le personnel doit concrètement se remettre aux principes suivants :

- les critères de compétence, de loyauté, de capacité, d'économicité, de transparence, de correction et de professionnalisme dans le choix des fournisseurs/professionnels et dans la gestion des relations avec ceux-ci ;
- le principe d'égalité dans l'assignation de toutes les rémunérations et/ou montants payés par des fournitures/missions professionnelles, sur la base d'évaluations objectives et impartiales, ainsi que la traçabilité appropriée de la documentation relative aux offres ;
- l'impartialité dans la sélection des fournisseurs/professionnels et dans la détermination des conditions d'achat de biens et de services, de sorte qu'ils sont réalisés en vertu d'évaluations objectives, basées sur la qualité, le prix et les garanties offertes ;
- aucune forme de « réciprocité » n'est admise avec les fournisseurs : les biens/services que la Société demande ne sont sélectionnés et achetés que sur la base de leur valeur en termes de prix et de qualité ;
- toute négociation avec un fournisseur, actuel ou potentiel, ne devra faire référence qu'aux biens et services objet de négociation avec le fournisseur ;
- le personnel chargé d'acheter des biens et des services ne devra subir aucune forme de pression, de la part des fournisseurs, pour le don de matériaux, produits et/ou sommes d'argent en faveur d'associations de bienfaisance/solidarité ou semblables.

La prise en charge d'engagements et la gestion des relations, actuelles et potentielles, devront être développées en respectant les directives en matière de conflit d'intérêt.

4.3 Relations avec les organisations, politiques, syndicales et sociales

Carapelli contribuera au bien-être et à la croissance dans les communautés où elle opère, en favorisant le dialogue avec les communautés locales, les institutions publiques qui les représentent, les associations syndicales ou d'autre type.

Les relations avec des partis politiques ou leurs représentants seront caractérisées par le respect le plus rigoureux de la réglementation en vigueur et les directives commerciales.

La Société favorisera et soutiendra des initiatives sociales, humanitaires et culturelles, le cas échéant également par le biais de la concession de subventions en faveur de fondations, d'institutions, d'organisations ou d'entités consacrées aux activités sociales, culturelles et, en général, orientées vers l'amélioration des conditions de vie et vers la diffusion d'une culture de paix et de solidarité. Le processus de concession de ces aides sera mené à bien en respectant les dispositions réglementaires en vigueur, en plus d'être documenté correctement et de manière appropriée.

La Société ne promouvra ni ne maintiendra aucun type de relations avec des organisations, associations ou mouvements qui poursuivent, directement ou indirectement, des buts illicites ou, en tout cas, interdits par la loi.

Les relations de la Société avec des établissements privés, tels que ONLUS (organisations non lucratives d'utilité sociale selon ses sigles en italien) et autres organismes à but non lucratif, devront s'inspirer de l'observance la plus rigoureuse des dispositions légales applicables et ne pourront compromettre, d'aucune manière, l'intégrité ni la réputation de la Société.

Il est interdit d'avoir des relations avec des organisations, associations ou mouvements qui poursuivent, directement ou indirectement, des buts illicites du point de vue pénal ou, en tout cas, interdits par la loi.

CINQUIÈME SECTION

5. DISPOSITIONS FINALES

5.1 Système de sanction

Tous les employés et les collaborateurs, s'ils prenaient connaissance de violations présumées du présent Code de déontologie, devront informer sans délai l'Organisme de surveillance dûment créé conformément au Décret.

Cet organe vérifiera le fondement des violations présumées en écoutant, s'il y a lieu, la personne plaignante et/ou l'auteur présumé. Les sanctions appliquées, par l'organe commercial compétent, seront proportionnelles à la gravité des infractions commises et, en tout cas, seront adaptées aux dispositions en vigueur en matière de relations professionnelles.

Les informations relatives aux actes officiels conséquents au manquement des normes du Décret devront de plus être obligatoirement transmises à l'Organisme de surveillance (par ex. les mesures de la part d'organes de la police judiciaire, les demandes d'assistance légale remises par les dirigeants et/ou par les employés en cas d'ouverture d'une procédure judiciaire, etc.).

L'observance des dispositions du présent Code de déontologie devra être considérée comme partie essentielle des obligations contractuelles des employés conformément et aux fins de l'article 2104 du Code civil. L'éventuelle violation des dispositions du Code de déontologie pourra constituer un manquement des obligations de la relation professionnelle et/ou une infraction disciplinaire, conformément aux procédures prévues à l'article 7 du Statut des travailleurs et à la convention collective applicable, avec les conséquences légales, également par rapport à la maintenance de la relation professionnelle, et cela pourra impliquer l'indemnisation des dommages survenus à cause de celle-ci.

Le respect des principes du présent Code de déontologie fait partie des obligations contractuelles assumées par les collaborateurs, conseillers et autres sujets qui ont des relations commerciales avec la Société. Par conséquent, l'éventuelle violation des dispositions que celui-ci contient pourra constituer un manquement des obligations contractuelles assumées, avec toutes les conséquences légales faisant référence à la résiliation du contrat ou de la mission confiée, et à l'indemnisation des dommages dérivés.

5.2 Adoption du code de déontologie et modifications

L'organe d'administration approuve le présent Code de déontologie. Ses éventuelles modifications et/ou mises à jour seront approuvées par le même organe et immédiatement communiquées aux Destinataires.