

INDICE

PREMESSA	4
1.1 FINALITÀ E CONTENUTO	4
1.2 IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDERS	4
1.3 IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DELLA CREDIBILITÀ AZIENDALE.....	5
1.4 VALORE CONTRATTUALE DEL CODICE ETICO	5
1.5 STRUTTURA E AGGIORNAMENTI DEL CODICE ETICO	5
PARTE I “DISPOSIZIONI GENERALI”	7
ART. 1 – NATURA DEL CODICE ETICO	7
ART. 2 – AMBITO D’APPLICAZIONE E DESTINATARI	7
PARTE II “PRINCIPI ETICI DI RIFERIMENTO”	8
ART. 3 – LEGALITÀ, RESPONSABILITÀ, DISCIPLINARE DI PRODUZIONE E SOSTENIBILITÀ.....	8
ART. 4 – PRINCIPIO DI FEDELTA’	8
ART. 5 – VALORE DELLA PERSONA.....	9
ART. 6 – CORRETTEZZA, LEALTÀ E COLLABORAZIONE	9
ART. 7 – IMPARZIALITÀ E PRINCIPIO DI NON DISCRIMINAZIONE.....	9
ART. 8 – CONFLITTO DI INTERESSI	9
ART. 9 – SALUTE E SICUREZZA.....	10
ART. 10 – AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE.....	10
ART. 11 – RISERVATEZZA DELLE INFORMAZIONI	11
ART. 12 – TUTELA DEL PATRIMONIO AZIENDALE.....	11
ART. 13 – TUTELA DEL NOME E DEL LOGO.....	12
ART. 14 – REGALI, OMAGGI E BENEFICI	12
ART. 15 – EFFICIENZA	12
ART. 16 – SPIRITO DI SERVIZIO	12
ART. 17 – VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE	12
ART. 18 – SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO	13
ART. 19 – RAPPORTO CON I SOCI	13
PARTE III “NORME DI COMPORTAMENTO”	15
CAPO I “ RAPPORTI CON I DIPENDENTI”	15
ART. 20 – SELEZIONE E GESTIONE DEI DIPENDENTI E AMBIENTE DI LAVORO	15
ART. 21 – FORMAZIONE E VALUTAZIONE DEI DIPENDENTI.....	16
ART. 22– OBBLIGHI E DOVERI DEI DIPENDENTI.....	16

CAPO II.....	18
“RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE”	18
ART. 23 LEGALITÀ E IMPARZIALITÀ	18
ART. 25 – CONTRIBUTI, SOVVENZIONI E PERMESSI	19
ART. 26 – REGALI, OMAGGI, SPONSORIZZAZIONI.....	19
CAPO III “RAPPORTI CON I FORNITORI”	20
ART. 27 SCELTA DEL FORNITORE	20
ART. 28 – TRASPARENZA, EGUAGLIANZA, LEALTÀ, DILIGENZA NELL'ESECUZIONE DEI CONTRATTI E LIBERA CONCORRENZA.....	20
ART. 29 – CONOSCENZA E OSSERVANZA DEL CODICE ETICO	21
CAPO IV “RAPPORTI CON I COLLABORATORI ESTERNI E I CONSULENTI”	22
ART. 30 – CORRETTEZZA, BUONA FEDE E LEALTÀ.....	22
ART. 31 – CONOSCENZA E OSSERVANZA DEL CODICE ETICO	22
CAPO V “RAPPORTI CON I CLIENTI”	23
ART. 32 – TRASPARENZA E CORRETTEZZA.....	23
ART. 33 – CONTRATTI E COMUNICAZIONI	23
ART. 34 – CUSTOMER SATISFACTION.....	24
ART. 35 – QUALITÀ DEI PRODOTTI.....	24
PARTE IV “EFFICACIA DEL CODICE ETICO”	25
ART. 36 – DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO	25
ART. 37 – EFFICACIA DEL CODICE ETICO E SANZIONI	25
PARTE V “MODALITÀ DI ATTUAZIONE E CONTROLLO”	27
ART. 38 – ISTITUZIONE DELL’ORGANISMO DI VIGILANZA	27
ART. 39 – FUNZIONI DI AUDIT	27
ART. 40 – WHISTLEBLOWING	27
ART. 41 – SISTEMA DISCIPLINARE	28
PARTE VI “DISPOSIZIONI FINALI”	30
ART. 42 – ADOZIONE DEL CODICE ETICO	30

PREMESSA

1.1 FINALITÀ E CONTENUTO

Il Codice Etico di Guido Berlucchi & C. S.p.A. (di seguito anche solo “Berlucchi” o “Società”) ha l’obiettivo di stabilire le norme che disciplinano il comportamento etico di tutti i dipendenti e soci nello svolgimento quotidiano del proprio lavoro:

- Esprime l’insieme dei valori e dei principi di condotta ai quali si ispira l’attività dell’ente.
- Raccomanda, promuove o vieta comportamenti richiamandone l’osservanza da parte dei soggetti interni alla società.
- Informa i soggetti esterni circa i principi di deontologia aziendale che la società riconosce come propri e sui quali richiama l’osservanza da parte dei propri interlocutori (interni ed esterni alla società).
- Prevede sanzioni proporzionate alla gravità delle infrazioni commesse;
- Costituisce un valido codice di comportamento per accrescere la coscienza e la conoscenza della policy aziendale da parte dei dipendenti.

Tutti i principi qui esposti, previa verifica di compatibilità con la natura e modalità di ciascun rapporto, saranno estesi alle relazioni intercorrenti tra **Berlucchi** e i propri contraenti, subcontraenti, fornitori, consulenti, dipendenti, soci e tirocinanti con o senza retribuzione, ai sensi della normativa e legislazione in vigore.

Del Codice Etico è data ampia diffusione interna mediante affissione in luogo accessibile a tutti, pubblicato e scaricabile dal sito aziendale e messo a disposizione di qualunque interlocutore dell’azienda.

La società si impegna altresì a richiamare l’osservanza delle disposizioni del presente Codice Etico in tutti i rapporti economici da essa instaurati.

1.2 IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDERS

Il Codice Etico intende, in particolare, indirizzare la condotta dell’azienda alla cooperazione ed alla fiducia nei confronti degli stakeholders, cioè di quelle categorie di individui, gruppi ed istituzioni il cui apporto risulti necessario per la realizzazione dell’oggetto sociale e/o i cui interessi siano influenzati direttamente o indirettamente dall’attività di **Berlucchi**.

Berlucchi e i suoi dipendenti si impegnano al rispetto delle leggi, all’onestà, alla lealtà e alla trasparenza.

Il Codice Etico intende, in particolare, indirizzare la condotta dell’azienda alla cooperazione ed alla fiducia nei confronti degli stakeholders, cioè di quelle categorie di individui, gruppi ed istituzioni il cui apporto risulti necessario per la realizzazione degli obiettivi e dei fini aziendali.

1.3 IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DELLA CREDIBILITÀ AZIENDALE

La reputazione e la credibilità costituiscono delle risorse immateriali fondamentali. La buona reputazione e la credibilità aziendale favoriscono gli investimenti, i rapporti con le istituzioni locali, la fedeltà dei clienti, lo sviluppo delle risorse umane, la correttezza e l'affidabilità dei fornitori.

Nello svolgimento di qualunque attività aziendale, i comportamenti non improntati all'etica compromettono il rapporto di fiducia fra la società ed i propri portatori di interesse. A tale fine, non sono etici e favoriscono, al contrario, l'instaurarsi di comportamenti ostili e non trasparenti nei confronti di Berlucchi, le condotte e gli atteggiamenti di chiunque, singolo od organizzazione, appartenente o in rapporto di collaborazione esterna con la società, cerchi di procurare un indebito vantaggio o interesse per sé, per Berlucchi o per una società controllata o partecipata da essa o soggetta al medesimo controllo.

Per comportamenti non etici si intendono sia quelli che violano normative di legge sia quelli che si pongono in contrasto con regolamenti e procedure interne.

1.4 VALORE CONTRATTUALE DEL CODICE ETICO

L'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti dell'azienda ai sensi e per gli effetti degli articoli 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile.

La grave e persistente violazione delle norme del presente Codice lede il rapporto di fiducia instaurato con l'azienda e può portare ad azioni disciplinari e di risarcimento del danno, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure previste dall'art. 7 della L.300/1970 (Statuto dei lavoratori) e dai contratti collettivi di lavoro.

1.5 STRUTTURA E AGGIORNAMENTI DEL CODICE ETICO

Il presente Codice Etico comprende le Premesse che ne costituiscono parte integrante e sostanziale ed è strutturato successivamente in cinque parti:

- la PARTE I, dedicata alle disposizioni generali, in cui sono indicati la natura, l'ambito di applicazione e i destinatari del Codice Etico;
- la PARTE II, che esplica i principi etici di riferimento, cioè quei valori ritenuti fondamentali dalla Società, ai quali tutti i Destinatari devono attenersi e ispirarsi nel perseguimento delle finalità aziendali;
- la PARTE III, che detta le norme di comportamento, alle quali coloro che operano in Berlucchi devono conformarsi nello svolgimento delle proprie attività;
- la PARTE IV, descrive gli strumenti atti a garantire l'efficacia e l'applicazione del Codice Etico;
- la PARTE V, prevede i meccanismi di controllo per l'attuazione del Modello e del Codice Etico;
- la PARTE VI, relativa alle disposizioni finali.

Guido Berlucchi & C. S.p.A.

Con delibera del Consiglio di Amministrazione, il Codice può essere modificato e integrato, anche sulla scorta dei suggerimenti e delle indicazioni provenienti dall'Organismo di Vigilanza.

PARTE I
“DISPOSIZIONI GENERALI”

ART. 1 – NATURA DEL CODICE ETICO

1. Il presente Codice Etico (di seguito, per brevità, anche il “Codice”) è stato redatto, ai sensi del
2. D. Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, per esplicitare, insieme al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, un insieme di misure e procedure idonee a ridurre il rischio di commissione di reati all’interno dell’organizzazione aziendale. Del Codice Etico è data ampia diffusione interna mediante affissione in luogo accessibile a tutti, pubblicato e scaricabile dal sito aziendale e messo a disposizione di qualunque interlocutore dell’azienda
3. Il Codice è, inoltre, adottato al fine di assicurare che i principi etici, in base ai quali opera **Berlucci** (di seguito, per brevità, la “Società”) siano chiaramente evidenziati quale fondamento imprescindibile della cultura e del comportamento aziendale. Essi, quindi, dovranno ispirare l’attività di tutti coloro che lavorano per la Società, tenendo sempre presente i ruoli, le funzioni e le responsabilità ad essi affidati per la realizzazione degli scopi societari.

ART. 2 – AMBITO D’APPLICAZIONE E DESTINATARI

1. Il presente Codice si applica a tutti i soggetti definiti come “Destinatari”.
2. Sono considerati “Destinatari” e sono tenuti quindi a rispettare le disposizioni presenti in questo Codice Etico nelle parti per loro applicabili:
 - a. il personale dipendente;
 - b. i dirigenti;
 - c. gli amministratori;
 - d. tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, operano per la Società (in particolare collaboratori e consulenti esterni).

PARTE II
“PRINCIPI ETICI DI RIFERIMENTO”

ART. 3 – LEGALITÀ, RESPONSABILITÀ, DISCIPLINARE DI PRODUZIONE E SOSTENIBILITÀ

1. Nella realizzazione degli obiettivi aziendali i comportamenti di tutti i destinatari del presente Codice devono essere ispirati dall’etica della responsabilità. I Destinatari devono conoscere e rispettare le leggi e i regolamenti vigenti in tutti i Paesi in cui Berlucchi opera. In nessun caso l’interesse della Società può essere perseguito o realizzato in violazione delle disposizioni legislative.
2. La gestione caratteristica della Società impone il rispetto rigoroso e puntuale del **Disciplinare di produzione dei vini a denominazione di origine controllata e garantita “Franciacorta** . I principi, le norme e le modalità di produzione indicate nel suddetto Disciplinare, rappresentano essi stessi un sistema di regole che individua esattamente i controlli necessari per rispettare i requisiti di legge e garantire un livello qualitativo elevato per i consumatori. La Società effettua un monitoraggio continuo e documentato sulle proprie attività, al fine di garantire il rispetto del Disciplinare di produzione.
3. La Società, inoltre, nella convinzione che operare in maniera sostenibile sia un’opzione necessaria e non più rinviabile, si adopera al meglio delle sue possibilità per favorire la piena trasparenza in relazione agli impatti, risultati e performance di sostenibilità (dirette ed indirette) derivanti dalle sue attività e a comunicarle in modo completo, non fuorviante e veritiero.
4. Al contempo, la Società si impegna a formare e sensibilizzare costantemente i Destinatari in merito alle disposizioni del Codice Etico e sulle sanzioni da esso derivanti.

ART. 4 – PRINCIPIO DI FEDELITÀ

1. La Società ha instaurato un rapporto di fiducia e fedeltà reciproca con ciascun Destinatario. Perciò, il rispetto delle norme del presente Codice Etico deve essere considerato da parte dei Destinatari come parte essenziale delle proprie obbligazioni sociali.
2. In particolare, con riguardo all’obbligo di fedeltà, è fatto divieto per i dipendenti, durante la persistenza del rapporto contrattuale, di:
 - a. avere rapporti di lavoro, incarichi di consulenza con terzi, in particolare clienti e concorrenti, se questi sono incompatibili con le attività svolte per conto della Società, salvo che la Società li abbia autorizzati per iscritto; sono ritenute incompatibili, a titolo di esempio, quelle attività che possono comportare conflitti di interessi con la Società, che richiedono operazioni anche durante l’orario di lavoro presso la Società, che sono svolte in orari che possono condizionare la sicurezza e la prestazione lavorativa presso la Società;
 - b. svolgere attività incompatibili con i propri doveri d’ufficio o comunque contrarie agli interessi della Società;
 - c. divulgare a terzi qualsiasi informazione relativa al know-how aziendale, ai processi produttivi, alle specificità delle lavorazioni effettuate per i clienti. I dipendenti cessati si

impegnano in particolare a mantenere l'assoluta riservatezza su quanto appreso in azienda e a non utilizzarlo in alcun modo e a nessun fine.

ART. 5 – VALORE DELLA PERSONA

1. La Società propugna un impiego delle risorse umane che rispetti e valorizzi le caratteristiche individuali, tuteli le diversità e si fondi principalmente sull'utilizzo del dialogo e dell'ascolto, nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita professionale.
2. Tutti i Destinatari del presente Codice, nel perseguimento delle finalità aziendali, devono rispettare la dignità delle persone e la loro sfera privata. Molestie, offese e aggressioni anche solo verbali di qualsiasi natura non sono infatti tollerate. Essi devono, inoltre, mantenere all'interno dell'azienda un clima di rispetto reciproco.

ART. 6 – CORRETTEZZA, LEALTÀ E COLLABORAZIONE

1. La correttezza, la lealtà e la collaborazione costituiscono principi fondamentali per Berlucci.
2. I Destinatari del presente Codice devono svolgere la propria attività nel rispetto dei principi di condotta indicati. Il principio della correttezza implica il rispetto dei diritti, anche sotto il profilo della privacy e delle opportunità, di tutti i soggetti che risultino coinvolti nelle attività lavorative e professionali. Berlucci si impegna pertanto ad agire in modo equo ed imparziale, adottando lo stesso comportamento verso tutti gli interlocutori con i quali entra in contatto, pur nelle differenti forme di relazione e comunicazione richieste dalla natura e dal ruolo istituzionale dei diversi interlocutori.
3. Nelle relazioni interne e esterne, la Società esige che non si verifichino comportamenti molesti atti a:
 - a. creare un ambiente di lavoro ostile;
 - b. interferire ingiustificatamente con il lavoro altrui;
 - c. creare ostacoli/impedimenti alla crescita professionale altrui.

ART. 7 – IMPARZIALITÀ E PRINCIPIO DI NON DISCRIMINAZIONE

1. Nelle relazioni con i suoi interlocutori, interni e esterni, la Società si impegna a evitare ogni discriminazione avente ad oggetto:
 - a. età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute, disabilità, lingua, etnia e nazionalità;
 - b. convinzioni personali, politiche, filosofiche o religiose;
 - c. eventuale adesione o meno ad un'associazione sindacale; eventuale ritiro dalla stessa.

ART. 8 – CONFLITTO DI INTERESSI

1. Per conflitto di interessi si intende:

Guido Berlucci & C. S.p.A.

- a. qualunque situazione in cui il perseguimento dell'interesse personale sia contrastante rispetto all'interesse o alle finalità aziendali;
- b. qualunque situazione in cui ogni Destinatario possa trarre vantaggio o profitto indebito da opportunità conosciute nello svolgimento della propria attività aziendale.

2. I Destinatari del presente Codice devono sempre agire, evitando situazioni o attività in cui essi sono o possono apparire in conflitto di interessi.

3. Nell'ipotesi in cui un Destinatario si trovi in una situazione di conflitto di interessi, deve astenersi da prendere o concorrere in decisioni/deliberazioni afferenti alla materia cui attiene il conflitto, dichiarando espressamente la propria situazione.

ART. 9 – SALUTE E SICUREZZA

1. La Società si impegna a rispettare scrupolosamente le normative previste in materia di salute e sicurezza, nonché ad applicarle all'interno dei luoghi di lavoro.

2. La Società, al fine di preservare la salute, la sicurezza e l'integrità fisica dei Destinatari, s'impegna a consolidare e a diffondere la cultura della sicurezza, sviluppando una maggiore consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili.

3. Berlucci assicura la massima collaborazione da parte dei propri collaboratori e dipendenti nei confronti del Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione e di chiunque voglia ispezionare e controllare i locali e i relativi impianti di lavoro.

4. Nelle relazioni di lavoro non deve essere dato luogo, in alcun modo, a molestie. Berlucci si impegna a prevenire e comunque perseguire il mobbing e le molestie personali di ogni tipo e quindi anche sessuali. Ciascun destinatario è impegnato a evitare il verificarsi di tali situazioni, anche attraverso l'utilizzo di un linguaggio rispettoso delle persone e dell'ambiente di lavoro.

ART. 10 – AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE

1. Berlucci si impegna ad agire nel rispetto delle normative vigenti in materia di tutela ambientale. La Società è attenta alle problematiche ambientali, perciò:

- a. applica le migliori tecnologie disponibili, minimizzando così gli impatti ambientali causati, direttamente o indirettamente, dall'attività dei propri impianti produttivi;
- b. sviluppa le proprie attività, ottimizzando l'utilizzo delle risorse naturali;
- c. preserva l'ambiente circostante, adottando tecnologie eco-efficienti.

2. La Società si impegna pertanto ad integrare, nello svolgimento delle proprie attività, fattori valutativi e iniziative mirate a ridurre progressivamente l'impatto ambientale delle stesse, quali:

- i. minimizzazione della produzione dei rifiuti, corretta differenziazione, recupero e riciclo degli stessi, anche attraverso campagne di informazione ad hoc presso i collaboratori ed i clienti;
- ii. individuazione delle aree di miglioramento in materia ambientale per i prodotti che la stessa distribuisce e, ove possibile, scelta di materiali che siano rispettosi dell'ambiente in partnership con i propri fornitori

- iii. individuazione di canali e modalità di trasporto merci volti alla progressiva riduzione dell'impatto ambientale
- iv. attuazione, compatibilmente con le risorse finanziarie disponibili, di investimenti nelle proprie strutture rivolti ad un miglioramento continuo delle proprie prestazioni in materia ambientale.

3. La Società esige che i Destinatari del presente Codice, coinvolti in processi operativi che possano avere ripercussioni ambientali, svolgano il proprio lavoro in modo coscienzioso e rispettando le normative vigenti.

4. Berlucci si impegna a diffondere presso i propri collaboratori e presso i clienti la cultura del rispetto ambientale e ad informare efficacemente sulle modalità di comportamento a sostegno di tale impegno

ART. 11 – RISERVATEZZA DELLE INFORMAZIONI

1. Berlucci, uniformandosi alle prescrizioni in materia di protezione dei dati personali previste dal Regolamento Europeo 2016/6 ("GDPR"), dal D. Lgs. 30/06/2003 n. 166 ("Codice Privacy") come modificato e integrato dal D. Lgs. 101/2018, e dalle successive modifiche ed integrazioni, garantisce che il trattamento dei dati personali e delle informazioni riservate, raccolte e conservate dalla Società, è diretto esclusivamente ad espletare le finalità attinenti all'esercizio della propria attività.

2. I destinatari del presente Codice si impegnano ad agire in conformità con la Politica aziendale di sicurezza dei dati predisposta dalla Società e a tutelare la riservatezza dei dati personali raccolti e trattati.

ART. 12 – TUTELA DEL PATRIMONIO AZIENDALE

1. Al fine dell'espletamento dei propri compiti, a ciascun Destinatario sono affidati beni, fisici ed immateriali, e risorse, materiali o immateriali, di cui è direttamente e personalmente responsabile.

2. I beni aziendali, infatti, devono essere impiegati sempre conformemente alle leggi vigenti, al presente Codice e alle esigenze di funzionalità ed efficienza, nonché con diligenza e con una condotta responsabile e di tutela degli stessi, evitando che terzi possano farne un uso improprio.

3. È fatto divieto, mediante i sistemi informativi, di interferire con la produttività propria o di altri, o di accedere a siti non correlati con l'attività lavorativa.

4. Al fine di tutelare la proprietà intellettuale e industriale, Berlucci esige, inoltre, che ogni Destinatario rispetti la riservatezza delle scelte strategiche, adottate dalla Società, e del know-how scientifico, produttivo e commerciale della stessa.

5. In particolare, tutti i Destinatari si impegnano a mantenere la più ampia riservatezza su quanto concerne ogni aspetto dell'attività di Berlucci e di società collegate e/o collegabili alla stessa, sul contenuto dei documenti e su tutte le informazioni di cui siano venuti a conoscenza in ragione del rapporto con la Società, ivi comprese, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, le informazioni relative ai dipendenti, alla clientela e ai prodotti.

ART. 13 – TUTELA DEL NOME E DEL LOGO

1. I Destinatari del presente Codice Etico non devono commettere azioni capaci di mettere in pericolo o compromettere i valori, l'immagine e il buon nome della Società.
2. Tutti i Destinatari sono inoltre tenuti ad evitare qualsiasi utilizzo del nome e del logo di Berlucchi con modalità che non siano conformi alle finalità aziendali e che comunque possano arrecare pregiudizio al prestigio e al buon nome della Società.

ART. 14 – REGALI, OMAGGI E BENEFICI

1. Berlucchi, nel perseguimento delle proprie finalità aziendali, ritiene che l'insieme dei principi etici e dei valori espressi finora in questo Codice debba ispirare l'attività di tutti coloro che operano nella Società. Perciò, il personale dipendente non può in alcun modo richiedere, accettare e/o offrire regali, omaggi e benefici da/a soggetti terzi al fine di ottenere o concedere un vantaggio.
2. La Società ammette, invece, la possibilità di ricevere o offrire omaggi, regali o benefici di modica cifra conformemente agli usi commerciali, che non siano in grado di condizionare il giudizio e l'operato dei dipendenti e/o dei terzi. I regali e gli omaggi ricevuti dai dipendenti sono raccolti e ridistribuiti mediante estrazione in occasione di festività o ricorrenze.

ART. 15 – EFFICIENZA

1. Il principio dell'efficienza richiede che in ogni attività lavorativa venga realizzata l'economicità della gestione delle risorse impiegate nello svolgimento dei processi aziendali e venga assunto l'impegno di offrire servizi adeguati rispetto alle esigenze dei Clienti e secondo gli standard più avanzati.
2. Berlucchi si impegna a garantire costantemente l'efficacia e l'efficienza dei processi aziendali, mediante la predisposizione ed il rispetto di programmi per il miglioramento continuo della qualità dei servizi forniti attraverso l'adozione di soluzioni tecnologiche ed organizzative volte a coniugare la soddisfazione delle esigenze dei propri Clienti con l'efficienza ed economicità della gestione.

ART. 16 – SPIRITO DI SERVIZIO

1. Il principio dello spirito di servizio implica che ciascun destinatario del Codice sia sempre orientato, nei propri comportamenti, alla collaborazione e alla condivisione della missione aziendale.

ART. 17 – VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

1. Le risorse umane rappresentano un fattore fondamentale per lo sviluppo dell'azienda. Pertanto, Berlucchi ne tutela e ne promuove la crescita professionale allo scopo di accrescere il patrimonio di competenze possedute.

ART. 18 – SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO

1. Nel rispetto della normativa vigente e nell’ottica della pianificazione e della gestione delle attività aziendali tese all’efficienza, alla correttezza, alla trasparenza ed alla qualità, Berlucci adotta misure organizzative e di gestione idonee a prevenire comportamenti illeciti o comunque contrari alle regole di questo Codice da parte di qualunque soggetto che agisca per l’azienda.

In relazione all’estensione dei poteri delegati, la società attua Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo che prevedano misure idonee a garantire lo svolgimento delle attività nel rispetto della legge e delle regole di comportamento del presente Codice, a scoprire ed eliminare tempestivamente le situazioni di rischio.

2. Per la verifica e l’applicazione delle norme contenute nel presente Codice è istituito un apposito Organismo di Vigilanza.

L’Organismo di Vigilanza assiste il Consiglio di Amministrazione nella fissazione e nell’aggiornamento degli indirizzi del sistema di controllo interno, nella valutazione sull’adeguatezza e sull’effettivo funzionamento del medesimo e nella analisi dei rischi aziendali e svolge gli ulteriori compiti successivamente indicati nel presente Codice.

3. I Modelli di organizzazione, al fine di prevenire il rischio di commissione dei reati dai quali possa derivare la responsabilità della società ai sensi del D. Lgs. 231/2001, prevedono che siano individuate quali attività nel cui ambito possono essere commessi reati, tutte le attività aziendali riconducibili ai processi principali ed ai processi di supporto; siano definite le responsabilità riferite all’attuazione ed al relativo controllo e siano attribuite le funzioni di Audit all’Organismo di Vigilanza, al quale vengono riportate segnalazioni, eventuali violazioni dei e i risultati di verifiche.

4. L’Organismo di Vigilanza verifica periodicamente l’adeguatezza e l’effettivo funzionamento del sistema di controllo interno ed esegue gli interventi ritenuti necessari ed opportuni per assicurarne il miglior funzionamento.

Tale sistema si avvale di una attività di controllo svolta dalle singole funzioni rispetto ai procedimenti ed alle attività di propria competenza e dell’attività delle funzioni di Audit attribuite all’Organismo di Vigilanza nell’ambito delle specifiche competenze.

Esse hanno il compito di valutare e contribuire al miglioramento dei processi di risk management e di governance, verificando il sistema di controllo interno in tema di efficacia ed efficienza delle operazioni, di salvaguardia del patrimonio aziendale nonché di conformità a leggi, regolamenti e procedure interne.

ART. 19 – RAPPORTO CON I SOCI

1. Berlucci, consapevole dell’importanza del ruolo rivestito dal socio, si impegna a fornire informazioni accurate, veritiere e tempestive ed a migliorare le condizioni della sua partecipazione, nell’ambito delle sue prerogative, alle decisioni societarie.

2. Costituisce impegno dell'azienda tutelare ed accrescere il valore della propria attività, a fronte dell'impegno posto dai soci con i loro investimenti, attraverso la valorizzazione della gestione, il perseguimento di elevati standard negli impieghi produttivi e della solidità del patrimonio. L'azienda si impegna altresì a salvaguardare e custodire le risorse ed i beni aziendali.

**PARTE III
“NORME DI COMPORTAMENTO”**

**CAPO I
“ RAPPORTI CON I DIPENDENTI”**

ART. 20 – SELEZIONE E GESTIONE DEI DIPENDENTI E AMBIENTE DI LAVORO

1. Il processo di selezione del personale dipendente è effettuato nel rispetto delle pari opportunità, rifiutando qualunque forma di nepotismo, favoritismo o clientelismo.
2. Il processo di selezione si fonda esclusivamente sulla corrispondenza delle caratteristiche professionali ed attitudinali dei candidati al job profile ricercato; le persone sono reclutate, tenendo conto della loro esperienza, attitudine e competenza.
3. Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro, rispettando la normativa vigente e i Contratti di Lavoro di settore (in particolare, Berlucchi applica il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro Industria Alimentare, il Contratto Provinciale di lavoro per gli operai agricoli e florovivaisti della Provincia di Brescia e il Contratto collettivo nazionale di lavoro per gli operai agricoli e florovivaisti); non è consentita alcuna forma di lavoro irregolare.
4. Al momento della costituzione del rapporto di lavoro sono comunicate al neoassunto accurate informazioni in merito a:
 - a. funzioni e mansioni da svolgere;
 - b. elementi normativi e retributivi;
 - c. norme e procedure da adottare nello svolgimento delle attività aziendali.
5. L'azienda si impegna a tutelare l'integrità morale e fisica dei dipendenti, dei consulenti e dei clienti. A tal fine promuove comportamenti responsabili e sicuri ed adotta tutte le misure di sicurezza richieste dall'evoluzione tecnologica per garantire un ambiente lavorativo sicuro e salubre, nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione.
6. In particolare, per la gestione degli aspetti relativi alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, la Società ha adottato ed attuato un Modello di organizzazione e gestione in conformità all'art. 30 del D. Lgs. 81/2008, implementando un Sistema di gestione della Salute e Sicurezza sul luogo di lavoro.
7. Berlucchi si impegna a garantire il rispetto delle condizioni necessarie per l'esistenza di un ambiente di lavoro collaborativo non ostile e privo di qualsiasi comportamento discriminatorio riguardante razza, religione, sesso, opinioni politiche e sindacali, inclinazioni sessuali, età, origine, handicap o altri fattori, che nulla hanno a che vedere con le prestazioni lavorative del personale.
8. L'azienda esige la collaborazione di tutti al fine di mantenere un clima di rispetto della dignità, dell'onore e della reputazione di ciascuno. A tale scopo attiva periodicamente indagini sul clima aziendale e si adopera per migliorarlo costantemente. Non sono ammesse nelle relazioni di lavoro molestie di alcun tipo comprese quelle sessuali.

9. Altri comportamenti vietati in quanto avrebbero un impatto negativo sull'ambiente di lavoro sono, a mero titolo esemplificativo e non esaustivo i seguenti:

- d. minacce
- e. comportamenti violenti
- f. possesso di armi di qualunque tipo
- g. uso di registratori, inclusi videotelefoni o macchine fotografiche per scopi diversi da quelli approvati dai responsabili di funzione
- h. uso, distribuzione, vendita o possesso di droghe o altre sostanze stupefacenti, che non abbiano ad essere assunte per ragioni mediche.

Inoltre, il lavoratore non deve restare nei locali o in un ambiente lavorativo di Berlucci se è sotto l'influenza di bevande alcoliche o droghe o altre sostanze stupefacenti assunte non per uso medico.

10. Berlucci non tollera alcun atteggiamento intimidatorio o discriminante e adotterà misure disciplinari adeguate nei confronti di coloro che assumessero tali atteggiamenti o abusassero della propria posizione di autorità all'interno dell'azienda.

11. I dipendenti che siano a conoscenza o che sospettino una delle violazioni previste dalla normativa sul Whistleblowing, ex D. Lgs. n. 24 del 10 marzo 2023, possono effettuare una segnalazione secondo le modalità descritte dalla Policy Whistleblowing di Berlucci.

12. Berlucci adotterà misure disciplinari adeguate nei confronti di coloro che assumessero atteggiamenti intimidatori o discriminanti o condotte ritorsive contro chiunque fornisca notizie su violazioni o condotte illecite ai sensi della predetta Policy Whistleblowing.

ART. 21 – FORMAZIONE E VALUTAZIONE DEI DIPENDENTI

1. Berlucci mette a disposizione di tutti i dipendenti piani informativi e formativi al fine di valorizzare le specifiche competenze ed implementare il valore professionale del personale dipendente.

2. La Società programma la formazione in base alle specifiche esigenze di sviluppo professionale, ossia tenendo conto del percorso di carriera e delle specifiche necessità aziendali.

3. I Responsabili di ciascun'area aziendale valutano periodicamente il rendimento dei propri sottoposti e, nel caso in cui identifichino eventuali aree di miglioramento, adottano adeguate misure di intervento.

ART. 22 – OBBLIGHI E DOVERI DEI DIPENDENTI

1. Ogni dipendente deve agire secondo correttezza, lealtà ed integrità nello svolgimento delle attività aziendali, rispettando gli obblighi sottoscritti nel proprio contratto di lavoro e quelli derivanti dalle normative vigenti e dal presente Codice Etico.

Deve altresì improntare la propria condotta al rispetto reciproco e alla collaborazione.

CAPO II

“RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE”

ART. 23 LEGALITÀ E IMPARZIALITÀ

1. Nelle relazioni con la Pubblica Amministrazione, tutte le attività e le trattative condotte dai dipendenti o dai collaboratori esterni/consulenti della Società, competenti secondo le norme interne della Società, sono improntate al massimo rispetto dell'onestà, della trasparenza, della chiarezza, della correttezza, della buona fede e della legalità, in modo da proteggere la reputazione e l'immagine aziendali.
2. Il personale dipendente e i collaboratori che dialogano con la Pubblica Amministrazione, nello svolgimento delle proprie funzioni, non devono assolutamente ledere l'imparzialità di giudizio dei rappresentanti di quest'ultima. Perciò, a titolo esemplificativo:
 - a. il dipendente/collaboratore deve astenersi in caso di conflitto di interessi dal trattare con la Pubblica Amministrazione o con un suo rappresentante, dichiarando ogni situazione di conflitto, anche solo apparente o potenziale;
 - b. è fatto divieto di indurre in errore o alterare le capacità di analisi e decisionali dei rappresentanti della Pubblica Amministrazione attraverso la produzione di documenti sociali che non rappresentano fatti rispondenti al vero.

ART. 24– TRATTATIVE DI AFFARI

1. Se i dipendenti o i collaboratori della Società seguono una qualsiasi trattativa di affari, gara o rapporto istituzionale con la Pubblica Amministrazione o un suo rappresentante, devono operare nel rispetto della legge e della corretta pratica commerciale, evitando di influenzare impropriamente le decisioni della controparte e quelle dei funzionari.
2. A titolo esemplificativo e non esaustivo, la Società vieta d'intraprendere le seguenti azioni:
 - a. ottenere o sollecitare l'ottenimento di informazioni riservate che possano ledere l'integrità o la reputazione di Berlucci o della Pubblica Amministrazione;
 - b. avvantaggiare a titolo personale i rappresentanti della Pubblica Amministrazione, proponendo loro opportunità d'impiego e/o commerciali;
 - c. indurre i rappresentanti della Pubblica Amministrazione a fare o ad omettere di fare attività che violino le leggi vigenti dell'ordinamento;
 - d. rifiutarsi di dare, dare in ritardo o nascondere informazioni che la Pubblica Amministrazione ha richiesto nell'espletamento della propria funzione ispettiva.

ART. 25 – CONTRIBUTI, SOVVENZIONI E PERMESSI

1. La Società vieta di conseguire, da parte della Pubblica Amministrazione o altro Ente Pubblico, qualsiasi tipo di finanziamento, contributo, permesso o autorizzazione all'esercizio di attività, utilizzando documenti e/o dichiarazioni modificate o non corrispondenti al vero, o per mezzo di informazioni omesse o attraverso artifici o raggiri, che possano indurre in errore l'Ente erogatore/che rilascia l'autorizzazione.

2. Inoltre, è fatto divieto di distarre o destinare un finanziamento, una sovvenzione o un contributo, ottenuti dalla Pubblica Amministrazione o da altro Ente Pubblico, ad altre finalità diverse da quelle per cui essi sono stati elargiti.

ART. 26 – REGALI, OMAGGI, SPONSORIZZAZIONI

1. La Società condanna qualsiasi comportamento, posto in essere dai Destinatari di questo Codice, che consista nel promettere o offrire, direttamente o indirettamente, denaro o altre utilità ai rappresentanti della Pubblica Amministrazione o a loro parenti e affini, al fine di conseguire, anche solo potenzialmente, un interesse o un vantaggio per la Società.

CAPO III
“RAPPORTI CON I FORNITORI”

ART. 27 SCELTA DEL FORNITORE

1. La selezione dei fornitori avviene esclusivamente tenendo presente i criteri di competitività, qualità, sostenibilità, economicità e prezzo, nonché la capacità di fornire e garantire servizi di livello adeguato.

Nessuna pratica discriminatoria è posta in essere durante la scelta del contraente.

2. In particolare, la Società si adopera a predisporre le procedure necessarie a garantire la massima trasparenza ed efficienza nel processo di selezione, in modo da:

- a. assicurare durante la selezione una concorrenza sufficiente tra fornitori (per esempio, organizzando gare e considerando le candidature di almeno tre fornitori);
- b. durante le diverse fasi della procedura di selezione, porre in essere una separazione dei ruoli, documentando le scelte effettuate;
- c. non vietare a nessun fornitore la possibilità di partecipare alle gare indette per la stipula dei contratti.

ART. 28 – TRASPARENZA, EGUAGLIANZA, LEALTÀ, DILIGENZA NELL'ESECUZIONE DEI CONTRATTI E LIBERA CONCORRENZA

1. I rapporti con i fornitori sono improntati ai principi di trasparenza, eguaglianza, lealtà e libera concorrenza. Perciò i Destinatari del presente Codice, nell'esercizio delle attività volte ad intrattenere i rapporti di fornitura, devono:

- a. rispettare le normative vigenti e le condizioni contrattuali previste;
- b. attenersi alle procedure interne della Società relative alla gestione dei rapporti con i fornitori;
- c. assicurare il soddisfacimento delle esigenze di qualità, sicurezza e tempi di consegna di beni/servizi, collaborando con il fornitore;
- d. avere una corrispondenza coi fornitori trasparente e completa;
- e. non subire alcuna forma di condizionamento da parte dei fornitori, durante l'assunzione di decisioni o l'esecuzione di atti attinenti alla propria attività lavorativa;
- f. astenersi dall'imporre condizioni di lavoro antieconomiche o modalità di esecuzione ingiustificate.

2. Berlucchi instaura con i Fornitori un rapporto caratterizzato da elevata professionalità ed improntato alla disponibilità, al rispetto, alla cortesia, alla ricerca ed all'offerta della massima collaborazione.

3. La società ed il fornitore devono operare al fine di costruire un rapporto collaborativo e di reciproca fiducia. Berlucci si impegna ad informare in maniera corretta e tempestiva il fornitore riguardo alle caratteristiche dell'attività, alle forme ed ai tempi di pagamento nel rispetto delle norme vigenti e delle aspettative della controparte, considerate le circostanze, le trattative effettuate, il contenuto complessivo del contratto stipulato.

4. L'adempimento delle prestazioni contrattuali da parte del fornitore dovrà essere conforme ai principi di equità, correttezza, diligenza e buona fede e dovrà avvenire nel rispetto della normativa vigente.

ART. 29 – CONOSCENZA E OSSERVANZA DEL CODICE ETICO

1. Il contenuto del presente Codice Etico deve essere portato a conoscenza dei fornitori da parte della Società, sottoscrivendo una dichiarazione di conoscenza dello stesso.

2. Sottoscrivendo la dichiarazione di cui al primo comma, i fornitori si impegnano a non porre in essere alcun comportamento idoneo a indurre Berlucci e i suoi dipendenti/collaboratori a violare i principi sanciti nel presente Codice.

3. Berlucci si aspetta che ciascun fornitore con cui intrattenga una relazione commerciale condivida gli impegni ed i valori espressi dal Codice. Il compimento di condotte contrarie ai principi qui espressi è considerato dalla Società grave inadempimento ai doveri di correttezza e buona fede e motivo di lesione del rapporto di fiducia.

In particolare, Berlucci si aspetta che tutti i suoi fornitori:

- agiscano nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti locali, nazionali e internazionali applicabili nello svolgimento delle loro attività commerciali;
- acquisiscano tutte le autorizzazioni, le licenze e le registrazioni obbligatorie ai sensi della normativa applicabile;
- proteggano l'ambiente e riducano al minimo l'impatto delle attività aziendali sulle risorse naturali e sugli ecosistemi;
- agiscano con integrità e onestà in tutti i rapporti commerciali;
- rendano disponibile, su ragionevole richiesta di Berlucci, un'adeguata documentazione che dimostri la conformità ai requisiti di legge applicabili e l'attuazione dei principi delineati nel presente Codice.

4. La società richiede ai propri fornitori di esser preventivamente informata sul possibile coinvolgimento di subfornitori/subappaltatori nella produzione di prodotti e/o componenti a lei destinati. L'utilizzo di subfornitori/subappaltatori deve essere esplicitamente autorizzato da Berlucci ed è soggetto all'adesione anche di questi ultimi ai principi del presente codice.

CAPO IV

“RAPPORTI CON I COLLABORATORI ESTERNI E I CONSULENTI”

ART. 30 – CORRETTEZZA, BUONA FEDE E LEALTÀ

1. La Società esige che i collaboratori a qualunque titolo e i consulenti della Società si comportino, nell'esecuzione del rapporto contrattuale instaurato con quest'ultima, con correttezza, lealtà e buona fede. Essi devono rispettare le disposizioni del presente Codice, le istruzioni e le prescrizioni impartite dalla Società, per quanto loro applicabili.

ART. 31 – CONOSCENZA E OSSERVANZA DEL CODICE ETICO

1. La Società cura la diffusione presso i collaboratori esterni e i consulenti del presente Codice; questi ultimi al contempo sono obbligati a osservarne, per le parti di competenza, le disposizioni.

2. La conoscenza dei principi del Codice Etico è attestata dalla sottoscrizione da parte dei collaboratori esterni e dei consulenti di una dichiarazione di conoscenza e accettazione.

3. Sottoscrivendo la dichiarazione di cui al secondo comma, i collaboratori esterni e i consulenti si impegnano a non porre in essere alcun comportamento idoneo a indurre la Società e i suoi dipendenti a violare i principi sanciti nel presente Codice.

4. Il compimento di condotte contrarie ai principi espressi dal Codice Etico è considerato dalla Società grave inadempimento ai doveri di correttezza e buona fede e motivo di lesione del rapporto di fiducia. Di conseguenza, nell'ipotesi in cui questi comportamenti si verificano, Berlucchi può decidere di risolvere i rapporti contrattuali per giusta causa.

CAPO V
“RAPPORTI CON I CLIENTI”

ART. 32 – TRASPARENZA E CORRETTEZZA

- 1.** La Società impronta i propri rapporti con i clienti alla massima trasparenza e correttezza e li gestisce sempre rispettando le normative vigenti.
- 2.** Affinché il cliente possa effettuare una scelta consapevole e razionale, la Società dà informazioni chiare e veritiere sui prodotti/servizi da essa offerti. In particolare, nei rapporti coi clienti, i Destinatari devono:
 - a. rispettare le disposizioni normative applicabili;
 - b. osservare le procedure interne per la gestione dei rapporti con il cliente;
 - c. astenersi da valutazioni denigratorie di prodotti/servizi concorrenti;
 - d. agevolare la formazione da parte del cliente di scelte consapevoli in merito ai prodotti/servizi, offrendogli un'adeguata formazione.
- 3.** La Società si impegna a soddisfare i propri Clienti in adempimento agli obblighi fissati dal relativo contratto, impegnandosi altresì a non discriminare i propri Clienti. Berlucchi instaura con i Clienti un rapporto caratterizzato da elevata professionalità ed improntato alla disponibilità, al rispetto, alla cortesia, alla ricerca ed all'offerta della massima collaborazione.
- 4.** La soddisfazione dei propri Clienti rappresenta un obiettivo fondamentale per Berlucchi e, a tal fine, la Società è impegnata a garantire la qualità dei prodotti erogati. Berlucchi si impegna ad adottare nei confronti della Clientela uno stile di comportamento improntato ad efficienza, collaborazione e cortesia, fornendo, in modo chiaro e trasparente, informazioni accurate, complete e veritiere circa le caratteristiche dei prodotti offerti, utilizzando un linguaggio semplice e comprensibile ed assicurando eguaglianza di trattamento di tutti i Clienti.

ART. 33 – CONTRATTI E COMUNICAZIONI

- 1.** I contratti e le comunicazioni con i Clienti devono essere:
 - a. chiari e semplici, formulati con il linguaggio più vicino possibile a quello della clientela;
 - b. conformi alle normative vigenti.
- 2.** L'azienda si impegna a comunicare tempestivamente e nel modo più appropriato ogni informazione relativa ad eventuali modifiche e variazioni nella fornitura dei propri prodotti.

ART. 34 – CUSTOMER SATISFACTION

1. L'azienda si impegna a favorire l'interazione con i clienti attraverso la gestione e la risoluzione rapida di eventuali reclami e/o avvalendosi di appropriati sistemi di comunicazione.
2. Berlucchi ripudia il contenzioso come strumento volto ad ottenere indebiti vantaggi e vi ricorre di propria iniziativa esclusivamente quando le sue legittime pretese non trovino nell'interlocutore la dovuta soddisfazione.
3. La Società tutela la privacy dei propri Clienti, secondo le norme vigenti in materia, impegnandosi a non comunicare, né diffondere, i relativi dati personali, economici e di consumo, fatti salvi gli obblighi di legge.

ART. 35 – QUALITÀ DEI PRODOTTI

1. Al fine di garantire la massima soddisfazione del Cliente, la Società si impegna a raggiungere e a mantenere elevati standard di qualità nei prodotti offerti.
2. Adeguati meccanismi di controllo sono assicurati dalla Società, al fine di evitare la consegna di un prodotto diverso da quello dichiarato o pattuito, con riguardo alla natura, origine, provenienza, qualità e quantità, sempre nel rispetto del Disciplinare di produzione.

PARTE IV
“EFFICACIA DEL CODICE ETICO”

ART. 36 – DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO

1. Berlucci si impegna a diffondere il presente Codice e i suoi eventuali aggiornamenti presso i Destinatari attraverso le modalità ritenute, di volta in volta, più opportune. In particolare, per esempio:

- a. trasmissione tramite e-mail ai dipendenti o ai collaboratori/consulenti esterni della Società, prevedendo, se opportuno, la sottoscrizione di una dichiarazione, con cui attestare la ricezione, presa visione e accettazione del Codice da parte del Destinatario;
- b. pubblicazione sul sito internet e sulla rete intranet aziendale;
- c. affissione nella bacheca aziendale, ai sensi dell’art. 7, comma 1 della L. n. 300/1970;
- d. informativa ai collaboratori/consulenti esterni occasionali relativa all’esistenza e ai contenuti del Codice;
- e. inserimento in tutti i contratti stipulati di una clausola che informi i terzi dell’esistenza del presente Codice Etico, in modo che questi ultimi possano accettarlo ed impegnarsi, per quanto loro applicabili, a rispettare i principi e le regole di comportamento in esso contenuti;
- f. predisposizione di piani di formazione/informazione specifici e differenziati a seconda del ruolo aziendale svolto dal destinatario, che divulghi i principi e le regole di comportamento su cui l’attività della Società si basa.

ART. 37– EFFICACIA DEL CODICE ETICO E SANZIONI

1. La Società considera l’osservanza delle norme del presente Codice parte integrante ed essenziale degli obblighi facenti capo ai Destinatari. La violazione delle regole comportamentali o procedurali del Codice Etico costituisce inadempimento ai predetti obblighi, ha rilievo disciplinare e potrà dare luogo a una procedura disciplinare nei confronti dei responsabili.

2. Anche i Destinatari, che effettuino denunce contenenti informazioni false e/o infondate ed effettuate con scopo ritorsivo, vessatorio e/o malizioso o effettuate al fine di danneggiare l’immagine del presunto autore dell’atto denunciato, potranno essere passibili di una procedura disciplinare.

3. Nei casi anzidetti potranno essere irrogate sanzioni disciplinari, proporzionate alle violazioni del Codice e conformi alle disposizioni previste dal CCNL applicabile.

4. Comportamenti messi in atto da collaboratori esterni, consulenti, clienti, fornitori ed altri soggetti esterni in contrasto con le regole e i principi del presente Codice e che abbiano comportato o possano comportare, a giudizio delle funzioni aziendali competenti e sentito



Guido Berlucchi & C. S.p.A.

Piazza Duranti, 4 - 25040 Borgonato di Corte Franca - Brescia
Tel +39 030 984381 - berlucchi.it - info@berlucchi.it

