

CODICE ETICO



Sommario

Introduzione	3
1. L'Azienda	3
2. Norme e Principi Etici e Sociali	4
2.1 Etica	4
2.2 Imprenditorialità.....	4
2.3 Efficienza.....	4
2.4 Efficacia.....	5
2.5 Relazioni.....	5
3. Osservanza del codice etico: indicazione dei provvedimenti interni attuabili in caso di violazione di una norma del codice etico e delle modalità di controllo per la garanzia di osservanza	5
3.1 Rapporti con i Clienti	6
3.2 Rapporti con i Fornitori.....	7
3.3 Rapporti con Professionisti esterni, Interlocutori e Partner	7
3.4 Provvedimenti interni e modalità di controllo	7
4. Promozione delle norme e dei principi	8

Introduzione

Il presente documento, denominato Codice Etico, regola il complesso di diritti e modi di condotta che l'Azienda assume nei confronti di coloro con i quali interagisce nello svolgimento della propria attività.

L'Azienda intende contribuire con il proprio operato, senso di responsabilità ed integrità morale, al processo di sviluppo dell'economia italiana ed alla crescita civile del Paese.

Il Codice Etico ha, inoltre, lo scopo di introdurre e rendere vincolanti principi e regole di condotta rilevanti ai fini della ragionevole prevenzione dei reati indicati nel Modello di Organizzazione e Gestione, ex D. Lgs. 231/2001.

Il presente documento, quindi, considerato nel suo complesso e unitamente a tutte le procedure attuative approvate dall'Azienda, è da considerarsi parte integrante dei contratti di lavoro subordinato in essere e da stipulare, ai sensi dell'art. 2104, co. 2, codice civile (Diligenza del Prestatore di lavoro), costituisce inoltre parte integrante del Modello di Organizzazione e Gestione, ex art. 6 D. Lgs. 231/2001, secondo le Linee Guida Confindustria.

1. L'Azienda

L'Azienda Aldo Romeo SpA opera nella distribuzione dei ricambi auto, prodotti da principali marchi del settore, attivi sia in primo impianto (OE) che in aftermarket (IAM).

È presente su tutto il territorio nazionale ed è in grado di offrire ai propri Clienti l'intera gamma di ricambi, accessori ed attrezzature per Officina dei marchi più prestigiosi, originali e di qualità certificata corrispondente, secondo le specifiche norme di produzione fornite dai costruttori delle case automobilistiche.

Aldo Romeo SpA nasce come azienda a carattere familiare nel 1939, inizia a svilupparsi negli anni '60 fino a raggiungere l'attuale dimensione e presenza sul mercato.

L'Azienda attualmente opera attraverso nove piattaforme logistiche situate a Napoli, Ancona, Pescara, Padova, Brescia, Bari, Cosenza, Catania, Cagliari, sviluppando oltre 20.000mq di aree di stoccaggio e logistica. La sede principale dell'azienda si trova a Casavatore (NA), dove sono presenti gli Uffici Direzionali, l'Amministrazione, l'Ufficio del Personale, Acquisti e quello di Coordinamento e Assistenza alla Forza Vendita.

L'utilizzo di un sistema informatico di ultima generazione e l'organizzazione di frequenti corsi di formazione tenuti nelle aule attrezzate presso le sedi aziendali, supportano i Clienti in un processo di continuo aggiornamento ed al passo con le innovazioni che il mercato propone. Aldo Romeo SpA, inoltre, attraverso i grossisti partner, contribuisce alla crescita di circa 1.300 officine indipendenti, appartenenti ai principali network del mercato "IAM". L'Azienda ha da sempre comunicato i valori di Appartenenza, Sviluppo, Assistenza post vendita, Formazione ed Informazione, quali pilastri fondamentali del suo agire.

2. Norme e Principi Etici e Sociali

Aldo Romeo SpA individua nel presente Codice Etico i valori aziendali di riferimento evidenziando l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità di tutti coloro che, a qualsiasi titolo, operano al suo interno o vi collaborano, siano essi Dipendenti, Professionisti, Partner, Fornitori, Clienti, Azionisti e più in generale, ogni altro soggetto con il quale si instauri un contatto.

L'Azienda conforma la propria condotta operativa, e promuove la conformazione dei propri interlocutori, ai valori del presente Codice Etico con spirito di onestà, professionalità e trasparenza, rinnegando quei comportamenti che si pongano in contrasto non solo con le disposizioni normative ma anche con i valori che l'Azienda intende promuovere.

Il presente Codice Etico esprime l'insieme delle linee di comportamento che consentono di attuare tali valori in ogni aspetto dell'attività.

I valori aziendali sono i principi che ispirano le azioni e le decisioni dell'Azienda e possono così sintetizzarsi:

2.1 Etica

Lealtà. Perseguire gli obiettivi comuni con compattezza e unità di sforzi, esprimendo la propria opinione, anche se difforme, ma riconoscendo unitarietà alle scelte e decisioni aziendali.

Rispetto della Persona e dell'Ambiente. Offrire e pretendere attenzione e rispetto nei confronti della dignità umana e dell'ambiente.

Discriminazione. Rispettare la dignità di ciascuno ed offrire pari opportunità a tutti, rifiutando qualunque forma di discriminazione.

2.2 Imprenditorialità

Dialogo con gli Stakeholders: Promuovere cultura, orientamenti e opportunità realizzando un'offerta commerciale coerente e innovativa e sviluppando attività capaci di differenziarci dai concorrenti. Promuovere la collaborazione ad ogni livello, incentivando forme innovative di sviluppo e crescita.

Governance ed integrità del business: Sviluppare il proprio business con lealtà e trasparenza, in grado di generare valore per tutti gli Stakeholders, favorire la diffusione di una cultura della legalità.

Sistema organizzativo. Promuovere un'organizzazione aziendale dinamica, in grado di reagire con efficacia e tempestività a tendenze ed evoluzioni del mercato.

2.3 Efficienza

Attenzione ai costi. Perseguire i risultati, ottimizzando gli sforzi, anche attraverso l'utilizzo di strumenti e metodi evoluti di misurazione. Investire nello sviluppo di un processo continuo di Pianificazione Aziendale, anche attraverso la misurazione degli Obiettivi strategici e Piani di Funzione del Singolo, affinché l'attenzione ai costi non rappresenti un saving indiscriminato ma una scelta ragionata di investimento.

Velocità e tempestività. Rispondere con puntualità e rapidità alle richieste del cliente interno ed esterno, in coerenza con le sue esigenze ed aspettative.

Soddisfazione del Cliente: Creare relazioni di fiducia con il Cliente mediante l'attivazione di canali di ascolto delle esigenze e delle aspettative.

2.4 Efficacia

Orientamento al risultato. Lavorare con volontà e determinazione, per il successo dell'impresa ed il raggiungimento degli obiettivi fissati.

Confronto e competizione. Confrontarsi internamente ed esternamente, misurandosi con le prestazioni più elevate, per raggiungere migliori risultati.

Coerenza organizzativa. Agire nel rispetto della struttura, con comprensione dei ruoli assegnati, senza interferenza e sovrapposizioni di responsabilità.

2.5 Relazioni

Trasparenza. Perseguire una comunicazione chiara, completa e corretta, per favorire una idonea comprensione delle conoscenze.

Connessioni. Essere consapevoli che i successi aziendali nascono dal lavoro comune, dall'interscambio delle diverse competenze e dal contributo di tutti.

Riconoscimento. Promuovere la collaborazione e la cooperazione in un contesto aziendale inclusivo che favorisce lo scambio di idee, il confronto di opinioni ed esperienze e lo sviluppo di competenze multidisciplinari.

3. Osservanza del codice etico: indicazione dei provvedimenti interni attuabili in caso di violazione di una norma del codice etico e delle modalità di controllo per la garanzia di osservanza

La conformità dei comportamenti alla legge è un requisito inderogabile per tutti i destinatari del Codice Etico nello svolgimento delle loro attività.

Ogni Collaboratore deve essere a conoscenza delle implicazioni di legge relative alla propria attività.

Il comportamento di ciascuno, oltre che ad essere in sintonia con le politiche aziendali, deve fondarsi su principi di responsabilità, professionalità, diligenza, collaborazione. Laddove la coerenza tra le norme di diligenza professionale e di legge non sia di immediata comprensione, verranno in rilievo capacità di giudizio e buon senso; ogni Collaboratore potrà consultarsi e ricevere consigli e indicazioni dai rispettivi responsabili di funzione.

È fatto dovere di evitare situazioni in cui si possano manifestarsi conflitti di interesse, con particolare riferimento a interessi affettivi personali o familiari che potrebbero influenzare l'indipendenza di giudizio nel decidere quale sia il miglior interesse della Società e il modo più opportuno di perseguirlo.

Trasparenza, fiducia e integrità sono valori che devono essere in ogni caso rispettati.

È fatto dovere di astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente, tramite familiari, colleghi o interposta persona, di opportunità di affari connesse allo svolgimento delle proprie funzioni o in relazione all'attività esplicata per conto della Società.

In particolare, è fatto preciso dovere di informare previamente il responsabile di funzione circa la sussistenza di interessi e/o interessenze finanziarie in un Fornitore o in una Azienda concorrente e che possano comportare l'insorgere di conflitti d'interesse. Laddove siano presenti o possano sorgere situazioni di potenziale conflitto, il Dipendente deve previamente comunicarlo al proprio superiore al fine della risoluzione della questione.

Ogni Dipendente, in relazione alle proprie funzioni, avrà cura, al fine di attuare le norme sopra elencate, di osservare scrupolosamente i principi etici e sociali richiamati relative alla selezione ed alla gestione dei rapporti con Collaboratori, Fornitori e Clienti, nonché selezionare accuratamente Persone e Imprese qualificate e con buona reputazione e di riferire tempestivamente di ogni variazione della situazione.

Ogni Dipendente ha l'obbligo di riferire immediatamente all'Organismo di Vigilanza e/o al Responsabile Interno Whistleblowing in merito ad eventuali violazioni del presente Codice Etico.

L'Azienda ripudia e sanziona qualsiasi comportamento di tipo corruttivo (ad esempio, comprensivo della dazione o promessa di elargizioni in danaro o altra utilità, anche sotto forma di omaggi, agevolazioni di qualsiasi tipo, assunzione, ecc.) nei rapporti con Professionisti esterni, Interlocutori e Partners.

In particolare, è censurato il comportamento di Chi promette o conferisce denaro o utilità a qualsiasi Soggetto appartenente ad altri Enti privati (ad esempio, Amministratori, Dirigenti, Dipendenti, ecc.) affinché questi ultimi violino gli obblighi inerenti il proprio ufficio o i loro obblighi di fedeltà nei confronti dell'Ente a cui appartengono, anche qualora tale condotta possa prestarsi ad arrecare un vantaggio, diretto od indiretto, all'Azienda.

In tale ottica la Società condanna altresì ogni comportamento corruttivo volto ad ottenere da parte dei propri Interlocutori o Partners qualsiasi informazione relativa a terzi o la rivelazione di segreti industriali ed aziendali o comunque di dati riservati o di know how. In ogni caso i Dipendenti, nei rapporti con qualsiasi Interlocutore, non dovranno: ricevere denaro o alcuna forma di corrispettivo (in qualsiasi forma o utilità) da parte di chiunque per l'esecuzione di un atto del proprio ufficio o contrario ai doveri d'ufficio; dare o ricevere, sotto alcuna forma, sia diretta che indiretta, beni, regali, omaggi, ospitalità, e vantaggi in genere, salvo che si tratti di doni o utilità d'uso di modico valore e che vengano rispettate le procedure relative alle spese di rappresentanza; subire alcuna forma di condizionamento da parte di terzi per l'assunzione di decisioni e/o l'esecuzione di atti relativi alla propria attività lavorativa.

Il Dipendente che riceva 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 senza ritardo il proprio Responsabile di Funzione, l'Organismo di Vigilanza e/o il Responsabile Interno Whistleblowing.

3.1 Rapporti con i Clienti

Nello svolgimento della propria attività, l'Azienda persegue un obiettivo di eccellenza nella soddisfazione delle aspettative del Cliente e ritiene essenziale che i propri Clienti siano sempre trattati in modo corretto e onesto.

Pertanto, l'Azienda chiede espressamente ai propri Dipendenti e dagli altri Destinatari del Codice etico che ogni rapporto e contatto con la clientela sia improntato a onestà, correttezza professionale e trasparenza.

A tal fine, è fatto obbligo ai Dipendenti di: osservare scrupolosamente le procedure interne relative alla gestione dei rapporti con i Clienti; fornire accurate, veritiere ed esaurienti informazioni circa prodotti e servizi

offerti dall'Azienda, affinché il Cliente possa assumere decisioni consapevoli; fornire prodotti e servizi di alta qualità che soddisfino le ragionevoli aspettative del Cliente e ne tutelino sicurezza e incolumità; attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie, commerciali o di qualsiasi altro genere.

3.2 Rapporti con i Fornitori

L'Azienda si impegna a ricercare, in Fornitori e Collaboratori esterni, professionalità idonee e impegno alla condivisione dei principi e contenuti del presente Codice Etico. Nei rapporti di acquisto, ovvero di approvvigionamento e fornitura di beni e servizi, è fatto obbligo ai Dipendenti di attenersi ai principi etici e sociali enunciati, nonché delle procedure interne.

In ogni caso la selezione deve essere effettuata in modo da garantire l'osservanza di requisiti di qualità, capacità ed efficienza. Nell'ambito dei loro rapporti con l'Azienda, i Fornitori dovranno prestare particolare attenzione alla tutela del lavoro minorile e dei diritti dei Lavoratori così come alla tutela della sicurezza dell'ambiente e dei luoghi di lavoro. In particolare i Dipendenti devono: adottare nella selezione delle eventuali aziende fornitrici, in possesso dei requisiti richiesti, criteri di valutazione oggettivi e trasparenti; ottenere la collaborazione dei Fornitori nell'assicurare il soddisfacimento delle esigenze dei Clienti in termini di qualità, costo e tempi di consegna; osservare e rispettare nei rapporti di fornitura le disposizioni di legge applicabili e le condizioni contrattualmente previste; ispirarsi ai principi di correttezza e buona fede nel dialogo e nella corrispondenza.

3.3 Rapporti con Professionisti esterni, Interlocutori e Partner

Qualsiasi rapporto con Professionisti esterni, Interlocutori e Partners, o comunque con soggetti terzi, deve ispirarsi a criteri di massima correttezza e trasparenza.

L'Azienda chiede ai propri Dipendenti di facilitare e favorire con la massima collaborazione il lavoro e l'attività dei Professionisti esterni, Interlocutori e Partners, normalmente svolto nell'interesse ed a beneficio dell'Azienda, garantendo il giusto accesso ai dati ed alle informazioni aziendali, con l'obiettivo di non ostacolare o rallentare il lavoro e l'attività svolta.

3.4 Provvedimenti interni e modalità di controllo

La violazione delle disposizioni del Codice Etico configurerà un illecito di natura disciplinare e, come tale, sarà perseguito e sanzionato dall'Azienda ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 7 (Sanzioni disciplinari) della Legge n. 300/1970 (Statuto dei Lavoratori – Norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell'attività sindacale nei luoghi di lavoro) e potrà comportare il risarcimento dei danni procurati all'Azienda.

Eventuali violazioni da parte di Professionisti esterni, Interlocutori e Partner, di specifiche disposizioni del Codice Etico, in base alla loro gravità, possono legittimare il recesso da parte dell'azienda dei rapporti contrattuali in essere con detti soggetti e possono altresì essere individuate ex ante come cause di risoluzione automatica del contratto ai sensi dell'art. 1456 c.c. (clausola risolutiva espressa).

Uno degli aspetti che qualificano la condotta di Aldo Romeo SpA è costituito dal rispetto dei principi di comportamento intesi a garantire l'integrità del Capitale Sociale, la tutela dei Creditori e dei Terzi che instaurano rapporti con la Società. Tali valori sono tutelati anche da norme penali che in Italia, ai sensi del D. Lgs. 231/01, possono costituire fonte di responsabilità per l'Azienda.

A tal fine è posto l'espresso divieto a carico degli Esponenti Aziendali di attuare, collaborare o dare causa, alla realizzazione di comportamenti tali da integrare le fattispecie di reato previste dall'art. 25 ter del D. Lgs.

231/01 e attuare, collaborare o dare causa, alla realizzazione di comportamenti che, sebbene risultino tali da non costituire di per sé fattispecie di reato rientranti tra quelle sopra considerate, possano potenzialmente divenirle, ovvero comportamenti che possano favorire la commissione dei già menzionati reati. Tutti gli Esponenti Aziendali, nell'ambito delle funzioni e attività svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo e sono tenuti a comunicare in forma scritta all'Organismo di Vigilanza le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità delle quali fossero venuti a conoscenza.

4. Promozione delle norme e dei principi

Il presente Codice è stato adottato, con delibera, del Consiglio di Amministrazione della Società, in data 30/09/2024, con efficacia immediata. Ogni aggiornamento, modifica o aggiunta al presente Codice deve essere approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società. Il Codice Etico e i suoi aggiornamenti saranno disponibili in formato elettronico nel sito aziendale.

I Responsabili delle Unità periferiche dovranno rendere disponibile in formato cartaceo il Codice a tutti i propri Dipendenti e Collaboratori con le più idonee modalità.

La responsabilità dell'applicazione è affidata al Consiglio di Amministrazione.

L'Azienda, attraverso i suoi Esponenti Aziendali, si impegna a collaborare con ogni Autorità Pubblica, per favorire una cultura aziendale caratterizzata dalla consapevolezza e dalla mentalità orientata all'esercizio del controllo. Cercherà, inoltre, di approfondire e aggiornare il Codice Etico al fine di adeguarlo all'evoluzione della sensibilità civile e delle normative di rilevanza per il Codice Etico stesso. In particolare, il management è tenuto ad osservare il Codice nel proporre e realizzare i progetti, le azioni e gli investimenti della società.

I componenti del Consiglio di Amministrazione, nel fissare gli obiettivi di impresa, devono ispirarsi ai principi del Codice. Coloro che occupano posizioni di responsabilità (i soggetti apicali) sono tenuti ad essere d'esempio per i propri Dipendenti, a indirizzarli all'osservanza del Codice e a favorire il rispetto delle norme. Devono inoltre riferire all'Organismo di Vigilanza tutte le informazioni utili circa eventuali carenze nei controlli, comportamenti sospetti, e modificare le prassi di monitoraggio della propria funzione su indicazione dell'Organismo stesso.