

CODICE ETICO ENOPLASTIC SPA

Premessa

Enoplastic nasce nel 1957 dall'ingegno di un giovane imprenditore strettamente legato al mondo del vino ma con una grande passione per la meccanica.

Ogni singolo elemento partecipa alla realizzazione del progetto industriale che un uomo ha ideato e in cui tante persone oggi credono; la passione per il lavoro e la professionalità sono la linfa vitale di questo sistema.

I risultati non tardano ad arrivare, una serie di prodotti innovativi fanno da cornice ad una gestione imprenditoriale di successo e da lì a poco i prodotti di Enoplastic fanno il giro del mondo.

Enoplastic realizza capsule e chiusure per l'industria enologica e alimentare, con una spiccata adattabilità ad una vasta gamma di recipienti offrendo alle persone in tutto il mondo dispositivi fatti per garantire i prodotti in essi contenuti e destinati al consumo umano.

I prodotti realizzati possono essere suddivisi in quattro aree di business:

- Capsule in PVC, alluminio e polilaminato;
- Tappi sintetici;
- Tappi a vite in alluminio;
- Materiali plastici per produrre capsule.

Onestà, trasparenza, innovazione, responsabilità sociale e ambientale sono i valori, frutto di una forte e riconosciuta identità culturale, in cui Enoplastic s'identifica.

Oggi, la crescita del business fa sì che Enoplastic si trovi ad operare in una molteplicità di contesti in continua e rapida evoluzione.

Per via della complessità di questo scenario, è importante che Enoplastic affermi con forza la propria cultura, definendo con chiarezza l'insieme dei valori in cui l'Azienda si riconosce e che condivide, unitamente alle responsabilità che essa si assume sia verso

l'interno che verso l'esterno.

Strumento fondamentale, nell'ambito di tale processo di divulgazione e chiarimento dei principi aziendali, è il presente Codice Etico, il quale esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali assunti dai collaboratori di Enoplastic S.p.a. (siano essi amministratori o dipendenti).

Il Codice Etico e l'etica aziendale

Per Enoplastic la Responsabilità Sociale d'Impresa si configura come la capacità di integrare le proprie attività di business con il rispetto e la tutela degli interessi di tutti i partner e di tutti gli individui con cui si relaziona (di seguito stakeholder¹), con la salvaguardia delle risorse ambientali e la loro conservazione per le generazioni future.

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale per Enoplastic. All'esterno essa favorisce l'approvazione sociale, l'attrazione delle migliori risorse umane, la fedeltà dei clienti, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i terzi in genere.

Nella conduzione delle attività aziendali i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra Enoplastic e i suoi stakeholder. Non sono etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti prevenuti e ostili nei confronti dell'impresa, i comportamenti di chiunque, singolo o organizzazione, cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza.

La condivisione e l'applicazione dei principi raccolti in questo documento portano a definire lo stile Enoplastic.

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

Il benessere e il rispetto di tutti devono essere sempre presi in considerazione in ogni fase dell'agire quotidiano.

¹ Sono stakeholder quei soggetti (intesi nel senso di individui, gruppi, organizzazioni, istituzioni) i cui interessi sono, a vario titolo, coinvolti nell'attività del Gruppo.

Il presente Codice Etico è improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno.

In nessun modo la convinzione di agire a vantaggio della Società può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con tali principi. Il Codice Etico ha validità sia in Italia sia all'estero, pur in considerazione della diversità culturale, sociale, economica e normativa dei vari Paesi in cui la società opera o dovesse operare.

Introduzione

Con il Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231 è stata introdotta nel nostro ordinamento giuridico la "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica". Il Decreto prevede, a carico delle società, un regime di responsabilità amministrativa - equiparabile, nella sostanza, alla responsabilità penale che va ad aggiungersi alla responsabilità della persona che ha concretamente realizzato una delle ipotesi di reato contemplate dal Decreto stesso.

E' previsto tuttavia che la società non sia responsabile:

- qualora abbia adottato ed efficacemente attuato un Modello di Organizzazione, gestione e controllo idoneo a prevenire i reati indicati nel Decreto;
- qualora abbia nominato un Organismo di Vigilanza con il compito di vigilare sul funzionamento, sull'osservanza e sull'aggiornamento del Modello stesso;
- qualora le persone che hanno commesso il fatto abbiano agito in modo fraudolento;
- qualora vi sia stata omissione o insufficiente controllo da parte dell'*Organo di Vigilanza*.

Nel redigere il Codice Etico si è tenuto conto delle indicazioni fornite da Confindustria che ha elaborato le Linee Guida per la costruzione dei modelli di organizzazione, gestione e controllo. Tali Linee Guida prevedono, tra le componenti più rilevanti del sistema di controllo, l'adozione di un Codice Etico e raccomandano che le componenti del sistema di controllo siano uniformate ad una serie di principi di cui, nella predisposizione del presente Codice, si è tenuto conto. Il presente Codice Etico, pertanto, risulta una componente fondante del modello organizzativo e del sistema di controllo adottato.

Il presente Codice è un documento ufficiale di Enoplastic che contiene l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità che la Società assume nei confronti di tutti i portatori di interesse ed è parte integrante del Modello adottato dalla società.

La Società si impegna a garantire una puntuale diffusione interna ed esterna del Codice Etico mediante:

- distribuzione a tutti i componenti degli organi sociali e a tutto il Personale;
- affissione in luogo accessibile a tutti;
- messa a disposizione dei Terzi Destinatari e di qualunque altro interlocutore sul sito internet della Società e sulla intranet aziendale.

Nei contratti con i Terzi Destinatari, è inoltre prevista l'introduzione di clausole e/o la sottoscrizione di dichiarazioni volte sia a formalizzare l'impegno al rispetto del Modello e del Codice Etico, sia a disciplinare le sanzioni di natura contrattuale, per l'ipotesi di violazione di tale impegno.

Ambito di applicazione del Codice Etico

Il presente Codice etico si applica ai soggetti indicati nell'articolo 5, comma 1, del D.Lgs. n°231/2001 e in particolare:

- ai rappresentanti degli organi sociali e i manager, i quali devono conformare tutte le decisioni e le azioni al rispetto del Codice, diffonderne la conoscenza e favorirne la condivisione da parte di dipendenti e terzi soggetti che operano per conto della Società, quali agenti, partner (per semplicità di seguito definiti "*Intermediari*"). I manager devono inoltre costituire, attraverso il proprio comportamento, un modello di riferimento per il personale. Coloro che occupano posizioni di responsabilità in Enoplastic (i soggetti apicali) sono infatti 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 preposto tutte le informazioni utili circa eventuali carenze nei controlli, comportamenti sospetti ecc. e modificare i sistemi di controllo della propria funzione su indicazione dell'Organismo stesso.

- ai dipendenti, i quali, ai sensi dell'articolo 2104 e seguenti del codice civile sono tenuti ad agire nel rispetto del Codice e a segnalare all'Organismo di Controllo eventuali infrazioni;

- gli Intermediari e i fornitori di beni e servizi, i quali devono essere opportunamente informati delle regole di condotta contenute nel Codice e uniformarvi i propri comportamenti per tutta la durata del rapporto contrattuale con la Società.

I soggetti tenuti al rispetto del Codice vengono di seguito definiti “*Destinatari*”.

Enoplastic 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.

I principi etici generali

L'attività svolta da Enoplastic trova fondamento sui seguenti principi etici: onestà, correttezza, trasparenza, responsabilità sociale, centralità della persona, valorizzazione professionale, collaborazione tra colleghi, rispetto della dignità della persona, tutela del lavoro, salvaguardia dell'ambiente, rispetto di leggi, codici e regolamenti vigenti.

I suddetti principi e le disposizioni del Codice sono diffusi a tutti i destinatari, che le applicano nello svolgimento del proprio operato.

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

Onestà

L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività di Enoplastic.

I Destinatari devono avere la consapevolezza del significato etico delle proprie azioni e non devono perseguire l'utile personale o aziendale in violazione delle leggi vigenti e delle norme del presente Codice.

Correttezza

Il principio di correttezza implica il rispetto dei diritti di tutti i soggetti coinvolti nell'attività della Società. Ogni attività compiuta dai Destinatari deve essere coerente con la missione e la tutela della Società, secondo le leggi nazionali, i principi generali, i regolamenti e le procedure interne.

Tutti i Destinatari, qualunque sia la natura e la durata del contratto di lavoro, sono tenuti nei rapporti d'affari con terzi ad un comportamento etico e rispettoso delle leggi. Il perseguimento dell'interesse di Enoplastic non può mai giustificare una condotta contraria ai principi di correttezza ed onestà.

Trasparenza

Il principio della trasparenza richiede ed impone che ogni atto o comunicazione aziendale sia caratterizzato da veridicità, chiarezza, completezza, uniformità e tempestività. L'osservanza di tale principio implica l'impegno a fornire le dovute informazioni, sia all'esterno che all'interno della Società, in modo chiaro e completo, adottando modalità comunicative, verbali o scritte, che siano di facile ed immediata comprensione. Nelle informazioni rese nei confronti dei clienti e nella formulazione dei contratti, la Società adotta uno stile che risulti chiaro, comprensibile e non fuorviante.

Responsabilità sociale

Enoplastic crede che la propria attività imprenditoriale, per potersi qualificare come eticamente responsabile, debba perseguire modelli di produzione che rispettino e salvaguardino i diritti umani, le capacità rigenerative della Terra e il benessere delle comunità.

Centralità della persona: valorizzazione professionale, collaborazione tra colleghi e rispetto della dignità della persona.

Dal 2001, con l'entrata della famiglia Moglia come socio al 50%, la società ha aggiunto importanti risorse umane necessarie a supportare la crescita costante sostenuta dall'azienda; proprio per questo motivo per Enoplastic le risorse umane costituiscono il fattore primario e fondamentale per lo sviluppo e la crescita delle attività aziendali e, su questo presupposto, la Società ne tutela e ne promuove la crescita professionale allo scopo di accrescere il patrimonio di competenze possedute.

I comportamenti tra il Personale, a tutti i livelli e gradi di responsabilità, sono costantemente e reciprocamente mirati ad agevolare la migliore prestazione possibile.

Enoplastic rispetta i diritti fondamentali delle persone tutelandone l'integrità fisica, culturale, morale e garantendo eguali opportunità.

Enoplastic sostiene e rispetta i diritti umani in ogni ambito del proprio agire e della propria sfera d'influenza.

Tutela del lavoro

Enoplastic garantisce la libertà di associazione dei lavoratori e riconosce il diritto alla contrattazione collettiva. Si impegna a non usufruire, neppure indirettamente, sia del lavoro forzato e obbligatorio, sia del lavoro minorile. Rifiuta ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose e ripudia ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e nella gestione delle risorse umane.

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

Salvaguardia dell'ambiente

Enoplastic si impegna nella salvaguardia dell'ambiente come bene primario; in ogni fase del suo agire applica criteri di cautela (Principio di Precauzione²) con un approccio preventivo nei riguardi dell'ambiente e della sua biodiversità, promuove iniziative per una maggiore responsabilità ambientale aziendale e sviluppa l'impiego di mezzi e di tecnologie che non danneggino l'ambiente, ma al contrario, lo preservino attraverso:

- Impianti di abbattimento emissioni in atmosfera
- Utilizzo, ove possibile, di colle e materiali a base acqua e non a solvente
- Ripartizione del suolo aziendale in ampie aree verdi

² Per "Principio di Precauzione" è principio in base al quale, in caso di dubbio sull'innocuità per l'ambiente o per la salute di un prodotto o di un metodo di produzione, la dimostrazione della non nocività deve essere a carico del produttore.

Tutela della salute e sicurezza sul lavoro

Enoplastic si impegna a predisporre e mantenere ambienti di lavoro sicuri e salubri nel rispetto della normativa antinfortunistica vigente e a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza e salute sul lavoro sviluppando la consapevolezza dei rischi, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori.

A tal fine realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa specifici per la salute e la sicurezza sul lavoro.

Rispetto di leggi, codici e regolamenti vigenti

Enoplastic reputa il rispetto delle normative nazionali e internazionali come condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire.

Si impegna pertanto, anche con attenta opera di prevenzione sulla consumazione di illeciti, a rispettare tali normative nonché le prassi generalmente riconosciute.

Ispira inoltre le proprie decisioni e i propri comportamenti alle possibili evoluzioni del quadro normativo.

Norme e standard di comportamento

Rapporti con gli stakeholder

I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di assoluta correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto.

Pubblica Amministrazione

L'assunzione di impegni con le Istituzioni Pubbliche Locali, Statali, Comunitarie e Internazionali è riservata esclusivamente alle funzioni preposte e autorizzate. È opportuno che venga raccolta e conservata la documentazione che riassume le modalità attraverso le quali Enoplastic è entrata in contatto con le Istituzioni.

Tutti i rapporti intercorrenti con soggetti qualificabili come Pubblici Ufficiali o Incaricati di Pubblico Servizio devono essere condotti nel pieno rispetto delle leggi e delle norme vigenti, oltre che del Modello e del Codice Etico, al fine di assicurare l'assoluta legittimità dell'operato della Società.

E' fatto assoluto divieto di:

- accettare, offrire o promettere, anche indirettamente, denaro, doni, beni, servizi, prestazioni o favori (anche in termini di opportunità di impiego o a mezzo di attività - anche commerciali - direttamente o indirettamente riconducibili al dipendente) che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale per influenzarne le decisioni in vista di trattamenti più favorevoli o prestazioni indebite o per qualsiasi altra finalità, incluso il compimento di atti del loro ufficio;

- sollecitare od ottenere informazioni riservate.

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

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

Nel caso di indagini, ispezioni o richieste della Pubblica Autorità, il Personale è tenuto ad assicurare la dovuta collaborazione.

Conflitto d'interessi

Al fine di garantire la massima trasparenza, Enoplastic e i propri dipendenti evitano di porre in essere o agevolare operazioni in conflitto d'interesse effettivo o potenziale con la Società, nonché attività che possano interferire con la capacità di assumere, in modo imparziale, decisioni nel migliore interesse della Società e nel pieno rispetto delle norme del presente Codice.

Ciascun destinatario del presente Codice che ritenga di trovarsi in una situazione di conflitto tra il proprio interesse personale, per suo conto o per conto di terzi, e gli interessi della Società, deve darne comunicazione immediata secondo l'opportunità, al proprio superiore gerarchico, al Consiglio di Amministrazione, al Collegio Sindacale e all'Organismo di Vigilanza, restando valide le norme specifiche previste dal Codice Civile.

In particolare tutti i Destinatari con possibilità oggettiva di influenzare le scelte della Società, devono evitare assolutamente di utilizzare, anche solo implicitamente, la propria posizione per influenzare decisioni a proprio favore o a favore di parenti, amici conoscenti per fini prettamente personali di qualunque natura essi siano.

Omaggi, regalie e altre forme di benefici³

Non è ammessa alcuna forma di regalo, omaggio o altre forme di benefici, neanche in occasione di festività, che non siano di modico valore⁴.

Tutti coloro che ricevano, direttamente o indirettamente, richieste o offerte di omaggi o benefici eccedenti l'importo di riferimento, devono essere autorizzati dal responsabile di direzione o dal superiore diretto e devono darne debita comunicazione.

Corruzione e concussione

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

Non è consentito che siano versate somme di denaro o esercitare altre forme di corruzione allo scopo di procurare vantaggi diretti o indiretti all'Azienda stessa.

Si fa divieto di accettare doni o favori da parte di terzi che oltrepassino le normali regole di ospitalità e cortesia.

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

Rapporti con i clienti

Il cliente e la soddisfazione dei suoi bisogni costituiscono un obiettivo primario per la Società che, pertanto, si impegna a fornire alla propria clientela prodotti di qualità. Le persone che utilizzano i nostri prodotti hanno quattro diritti basilari:

³ Si precisa che per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio (partecipazione gratuita a convegni, promessa di n'offerta di lavoro, ecc.)

⁴ Come valore di riferimento: 50,00 Euro.

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

Le procedure interne e le tecnologie utilizzate supportano queste finalità.

La Società opera per garantire al cliente una informativa basata sulla massima chiarezza e trasparenza.

I reclami presentati dai clienti sono trattati in modo celere ed adeguato e rappresentano lo spunto per interventi migliorativi di tipo organizzativo e procedurale.

Tutela del Capitale Sociale, dei Creditori e del Mercato

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

Tutti i destinatari del presente Codice Etico, nell'ambito delle funzioni e attività svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo e sono tenuti a comunicare in forma scritta, al superiore e all'Organismo di Vigilanza, le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità contabili delle quali fossero venuti a conoscenza.

Marketing e Comunicazione

Enoplastic ha il dovere di garantire le condizioni necessarie affinché i suoi prodotti assicurino un corretto imbottigliamento di prodotti per l'alimentazione.

In particolare si impegna a svolgere la propria attività promozionale in modo tale da favorire la corretta e piena comprensione delle caratteristiche dei prodotti offerti ed assicura al cliente ogni informazione necessaria per compiere una scelta consapevole al momento dell'acquisto.

La comunicazione di Enoplastic:

- sarà sempre rispettosa della centralità della "persona", la logica di mercato non dovrà mai ostacolare la piena trasparenza informativa relativamente a contenuto e corretto utilizzo dei prodotti;
- rifiuterà messaggi volgari, contraddittori, incerti o ambigui;

- avrà sempre presente la propria responsabilità nell'influenzare le scelte delle persone, facendosi garante della qualità della relazione fra impresa e persone.

Informazione e rendicontazione

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

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

Ogni operazione e transazione deve essere correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

E' compito di ogni dipendente far sì che la documentazione di supporto sia facilmente rintracciabile e ordinata secondo criteri logici.

Nessuna scrittura contabile falsa o artificiosa può essere inserita nei registri contabili dell'Azienda (o del Gruppo) per alcuna ragione.

Nessun dipendente può impegnarsi in attività che determinino un illecito, anche se su richiesta di un superiore.

Controllo interno

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

Le disposizioni del presente codice costituiscono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dai destinatari del codice stesso.

L'inosservanza delle suddette norme da parte dei destinatari comporta sanzioni diverse a seconda del ruolo del destinatario interessato, oltre al risarcimento dei danni eventualmente derivanti da tale inosservanza.

Il rispetto delle regole, delle procedure aziendali e dei contenuti del presente codice etico e di comportamento costituisce parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei prestatori di lavoro dipendente ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104 e seguenti del codice civile.

Ogni violazione delle prescrizioni del presente codice viene, pertanto, considerata dalla Società come una violazione del rapporto di fiducia con l'azienda e può costituire inadempimento delle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, con le conseguenze previste dalla legge.

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

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

Diligenza e correttezza nella gestione dei contratti

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti.

Per una corretta gestione dei rapporti contrattuali Enoplastic si impegna a non sfruttare posizioni di dominio rispetto alle proprie controparti ed a garantire una informativa ampia ed esaustiva verso tutti i dipendenti e collaboratori coinvolti nelle attività previste dai contratti stipulati.

Istituzione dell'Organismo preposto al monitoraggio

Enoplastic si impegna a far rispettare le norme attraverso l'istituzione di un **Organismo di Vigilanza** al quale spettano, tra gli altri, i seguenti compiti:

- controllare il rispetto del Modello e del Codice Etico, nell'ottica di ridurre il pericolo di commissione dei reati previsti dal Decreto;
- segnalare eventuali violazioni del Codice di significativa rilevanza;
- fornire, ai soggetti interessati, tutti i chiarimenti e le delucidazioni richieste, incluse quelle relative alla legittimità di un comportamento o condotta concreti, ovvero alla

corretta interpretazione delle previsioni del Modello o del Codice Etico;

- seguire e coordinare l'aggiornamento del Codice Etico anche attraverso proprie proposte;
- promuovere e monitorare l'implementazione, da parte della Società, delle attività di comunicazione e formazione sul Modello e, in particolare, sul Codice Etico;
- segnalare agli organi aziendali competenti le eventuali violazioni del Modello o del Codice Etico, proponendo la sanzione da irrogare e verificando l'effettiva applicazione delle sanzioni eventualmente irrogate.

Segnalazione delle violazioni del Codice Etico

Qualora un soggetto tenuto al rispetto del Modello e del presente Codice Etico venga a conoscenza di un fatto e/o di una circostanza idonea ad integrare il pericolo di una loro violazione, è tenuto a farne tempestiva segnalazione all'OdV.

Enoplastic provvede a stabilire adeguati canali di comunicazione attraverso i quali i soggetti interessati possano rivolgere le proprie segnalazioni in merito all'applicazione o alle violazioni del Codice.

In ogni caso, l'Organismo di vigilanza si adopera affinché coloro che hanno effettuato le segnalazioni non siano oggetto di ritorsioni, discriminazioni o, comunque, penalizzazioni, assicurando, quindi, l'adeguata riservatezza di tali soggetti (salvo la ricorrenza di eventuali obblighi di legge che impongano diversamente).

Comunicazione e diffusione del Codice Etico

Enoplastic si impegna a favorire e garantire adeguata conoscenza del Codice Etico divulgandolo presso i soggetti cointeressati mediante distribuzione e pubblicazione dello stesso nella rete intranet aziendale.

Affinché il Codice entri sempre più a far parte di una cultura aziendale consapevole, diventando patrimonio comune condiviso a tutti i livelli e chiunque possa così uniformare i suoi comportamenti a quelli qui descritti, Enoplastic assicurerà un adeguato programma di formazione e una continua sensibilizzazione dei valori e delle norme etiche contenuti nel Codice stesso.