

TOSCANA • I T A L I A



*

Codice etico

*

Approvato dall'Amministratore Delegato
di Italian Food S.p.A. il 09/11/2020

.....Pasquale Petti.....

Indice

Premessa.....	2
Mission e Vision Aziendale	3
Assetto Istituzionale	4
Mappa degli stakeholder	4
Valori di riferimento	4
PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON TUTTI GLI STAKEHOLDER	7
PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I COLLABORATORI.....	8
PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI.....	14
PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI	16
PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ, L'AMBIENTE E LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA.....	16
PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI AZIONISTI, ORGANISMI DI CERTIFICAZIONE E DI CONTROLLO, LE AUTORITA', LE ISTITUZIONI PUBBLICHE E I PARTNER FINANZIARI.....	17
MECCANISMI DI ATTUAZIONE E CONTROLLO	19

Premessa

L'incessante evoluzione del contesto economico e sociale in cui Italian Food S.p.A. si trova ad operare e la crescente importanza di una corretta gestione delle variabili socio-ambientali hanno imposto ininterrotti mutamenti nelle politiche e nelle decisioni gestionali e strategiche dell'organizzazione, al fine di raggiungere performance dai confini sempre più ampi, in quanto capaci di includere anche aspetti diversi da quelli di mera natura economica. Italian Food S.p.A. ha, pertanto, assunto precise responsabilità economiche, ambientali nonché morali, basate su principi etici socialmente condivisi, in risposta ad una serie di pressioni ed istanze provenienti dalla collettività e dal territorio, oltre che dal mondo istituzionale ed economico. Naturalmente, in modo simmetrico, ha avviato, nel corso del tempo, una progressiva elaborazione e successiva adozione di programmi improntati al *Quality Management*, all'*Environmental and Social Quality Management* e ha elaborato, quale principale strumento di autoregolamentazione e di attuazione della responsabilità etico-sociale, il Codice Etico.

Con la predisposizione del Codice Etico, Italian Food S.p.A. definisce ed enuncia gli orientamenti comportamentali e i valori ai quali sono ispirati i suoi rapporti con tutti gli stakeholder, interni ed esterni.

Esso introduce una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità etiche e sociali di ogni partecipante alla compagine organizzativa verso i gruppi di stakeholder, ponendo le basi per una gestione equa ed efficace delle transazioni e delle relazioni umane e sostenendo la reputazione dell'impresa, in modo da generare un clima di fiducia e di collaborazione reciproca.

Un ruolo nevralgico riveste, pertanto, l'impegno costante assunto da Italian Food S.p.A. nel promuovere la conoscenza del Codice da parte di tutti i componenti dell'organizzazione e degli altri stakeholder che direttamente o indirettamente, interagiscono con essa. Dal dialogo costruttivo con i vari stakeholder, infatti, deriva un processo che, attraverso l'ascolto delle istanze e il bilanciamento di queste rispetto alle strategie aziendali, si propone di attivare un circolo virtuoso teso ad un miglioramento continuo delle proprie performance.

Mission e Vision Aziendale

Dal 1925 la famiglia Petti ha fatto del pomodoro il protagonista indiscusso dell'attività dell'azienda, tramandando di generazione in generazione una dedizione unica per il pomodoro italiano di alta qualità e facendone conoscere il gusto in tutto il mondo.

Oggi, l'obiettivo della Italian Food S.p.A. è quello di portare i propri prodotti sulle tavole dei consumatori di tutto il mondo facendoli così conoscere ai palati più esigenti.

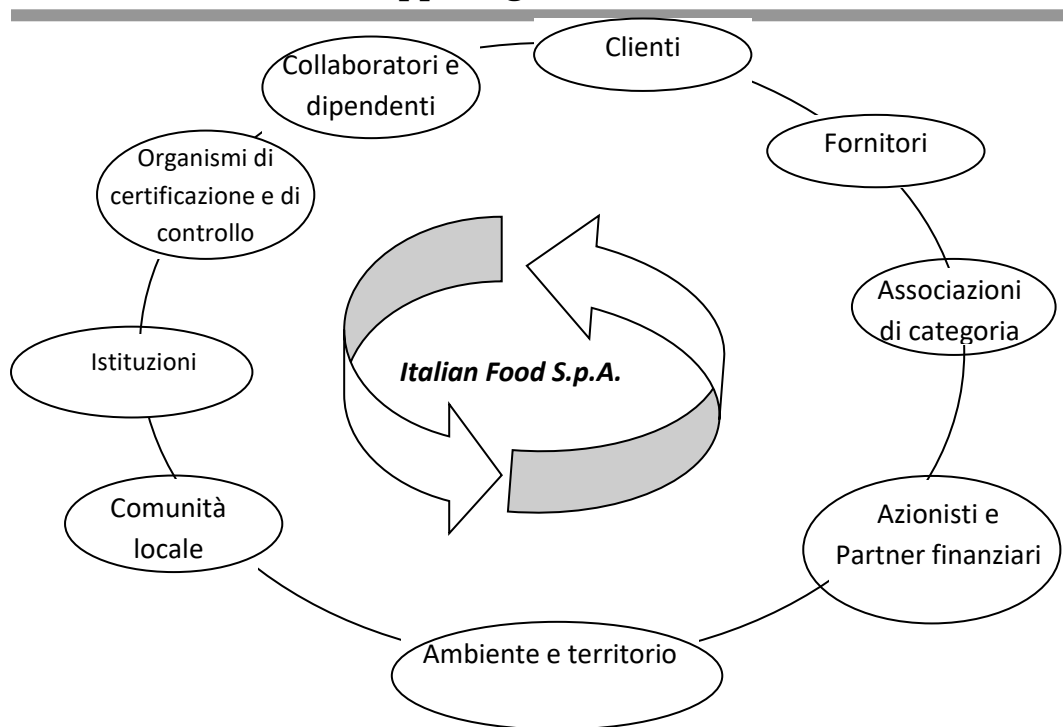
Italian Food S.p.A. si propone di produrre e commercializzare sul mercato italiano e internazionale la linea di conserve di pomodoro toscano di alta qualità a marchio Petti, per soddisfare i consumatori più sensibili alla qualità, all'innovazione e all'origine della materia prima.

L'azienda ha l'obiettivo di realizzare tutti i prodotti Petti utilizzando esclusivamente pomodoro toscano, accuratamente selezionato e lavorato con l'esclusivo processo a bassa temperatura, per conferire ai prodotti un sapore distintivo e la genuinità tipica della conserva fatta in casa.

Assetto Istituzionale

L'organizzazione ha creato e mantiene attivo un Comitato per la Salute e Sicurezza, (composto dal rappresentante del management e dai rappresentanti dei lavoratori, nonché dal Responsabile del Servizio Prevenzione Protezione e dal Consulente per la Sicurezza) le cui decisioni sono efficacemente comunicate a tutto il personale. Il Comitato è adeguatamente formato e periodicamente aggiornato per potersi impegnare con competenza nel miglioramento continuo delle condizioni di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Tale Comitato effettua periodicamente delle valutazioni dei rischi reali e potenziali per la salute e sicurezza e intraprende, se necessario, azioni correttive e preventive. Tali registrazioni sono adeguatamente conservate.

Mappa degli stakeholder



Essere capaci di comunicare i valori di cui l'impresa è portatrice è la base per avere buoni rapporti con la platea sempre più vasta degli stakeholder, ovvero con tutti i soggetti con i quali l'impresa entra in contatto giorno per giorno, per i motivi più diversi.

In particolare, considerando le parti interessate che l'azienda reputa rilevanti per il sistema di gestione aziendale:

- **collaboratori e dipendenti:** le risorse umane costituiscono il primo patrimonio dell'impresa. Per riuscire ad attirare e mantenere i collaboratori più validi e i

dipendenti più efficienti è necessario fornire loro motivazioni che vadano al di là del semplice rapporto economico, che stimolino un senso di lealtà e appartenenza a una squadra che opera per un fine comune;

- **clienti e potenziali clienti:** non soltanto la clientela consolidata, ma anche quella vasta platea di potenziali clienti in tutto il mondo che la globalizzazione dei mercati rende sempre più facile contattare ma sempre più difficile convincere della propria eccellenza e motivare a scegliere i propri prodotti o servizi;

- **fornitori e partner commerciali:** l'azienda non è un'isola. Per operare con efficacia ha bisogno di relazioni qualificate con i soggetti capaci di fornire le soluzioni migliori nel momento e nel luogo più appropriato. E per trovarli occorre essere capaci di convincerli di essere per loro il partner più appropriato;

- **Azionisti e Partner finanziari:** il mercato dei capitali per le imprese si sta trasformando. Le vecchie garanzie di tipo patrimoniale stanno cedendo il passo a concetti dinamici, come il project financing. Alle aziende non si chiede più soltanto di avere una buona patrimonializzazione: riescono a ottenere capitale a condizioni più vantaggiose solo quelle in grado di dimostrare di avere buone idee e di essere capaci di metterle in pratica. E per dimostrare questa capacità bisogna prima di tutto comunicare i vantaggi che l'azienda può apportare non solo a sé stessa ma anche ai suoi alleati;

- **Istituzioni:** per operare in un mercato allargato e complesso occorre essere capaci di proporsi come interlocutori seri, affidabili e responsabili non solo nei riguardi delle istituzioni locali e nazionali, ma sempre più spesso anche verso le istituzioni dei paesi stranieri e verso le organizzazioni internazionali;

- **gruppi sociali qualificati:** dalle relazioni con le comunità locali, con i consumatori, con le associazioni dipende una parte sempre più consistente del successo di un'azienda. Investire in questi rapporti aiuta considerevolmente l'impresa a migliorare la sua immagine e la preserva da conflitti che possono rivelarsi rovinosi in momenti critici;

- **Ambiente e territorio:** la complessità delle normative di riferimento e l'ipersensibilità sociale impongono alle imprese di non essere soltanto soggetti passivi o conservativi, in balia degli umori del momento, ma di attuare precise strategie di gestione delle problematiche di impatto ambientale, capaci di dimostrare un impegno e una responsabilità che si traduca in vantaggio competitivo nei rapporti con le istituzioni e con la società civile.

Valori di riferimento

I comportamenti che caratterizzano il *modus operandi* di ogni partecipante alla compagine organizzativa di Italian Food S.p.A. si fondano sull'osservanza della legge, dei regolamenti, delle disposizioni statutarie, dei codici di autodisciplina, sull'integrità etica e sulla correttezza in un quadro di trasparenza, onestà, buona fede e nel pieno rispetto delle regole poste a tutela della concorrenza. In particolare la strategia di crescita di Italian Food S.p.A. si basa sui seguenti valori:

Trasparenza

Nello svolgimento delle sue relazioni Italian Food S.p.A. assicura ai propri interlocutori un accesso chiaro, completo e tempestivo alle informazioni utili a interpretare correttamente – e rendere trasparente – gli impatti economici, sociali e ambientali delle attività aziendali.

Correttezza

Tutte le azioni, le operazioni e le negoziazioni compiute e, in genere, i comportamenti posti in essere dai componenti dell'organizzazione nello svolgimento dell'attività lavorativa sono ispirati alla massima correttezza, all'onestà, alla chiarezza e alla legittimità sotto l'aspetto formale e sostanziale.

Coerenza

Per Italian Food S.p.A., essere coerenti significa impegnarsi ad adottare e mantenere nel tempo una condotta in linea con i valori, la mission e i principi di funzionamento dell'azienda. Essi sono ritenuti base fondante della pianificazione strategica, degli obiettivi e della gestione operativa e, inoltre, concorrono a determinare la sua identità aziendale e la sua filosofia imprenditoriale.

Alla stessa stregua, a parità di condizioni, Italian Food S.p.A. predilige gli interlocutori che, nei loro comportamenti, sono coerenti con i propri valori.

Professionalità

Tutte le attività di Italian Food S.p.A. devono essere svolte con impegno e rigore professionale, nel rispetto delle funzioni e delle responsabilità assegnate, al fine di tutelare il prestigio e la reputazione dell'azienda. Gli obiettivi dell'organizzazione, la proposta e realizzazione di progetti, investimenti e azioni sono indirizzate ad

accrescere nel lungo periodo i valori patrimoniali, gestionali, tecnologici e conoscitivi dell'impresa nonché la creazione di valore e il benessere per tutti gli Stakeholder.

Pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni, dirette e/o attraverso terzi, di vantaggi personali e di carriera per sé o per altri, sono senza eccezione proibiti.

PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON TUTTI GLI STAKEHOLDER

Nello svolgimento delle proprie attività Italian Food S.p.A. si ispira alla tutela e alla promozione dei *diritti umani* inalienabili e imprescindibili presupposti per la costruzione di una società fondata sulla tutela dei diritti civili e politici, dei diritti sociali, economici e sullo sviluppo sostenibile.

È ripudiata ogni sorta di discriminazione, di corruzione, di lavoro forzato o minorile. Sono tenuti in particolare considerazione il riconoscimento e la salvaguardia della dignità, della libertà e dell'uguaglianza degli esseri umani, la tutela del lavoro e delle libertà sindacali, della salute, della sicurezza, dell'ambiente e della biodiversità,

A tale riguardo, Italian Food S.p.A. opera in conformità sia ai principi affermati nella Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite che a quelli stabiliti dalle Convenzioni fondamentali dell'ILO - *International Labour Organization*.

Inoltre, Italian Food S.p.A. contribuisce alla lotta contro la corruzione, sostenendo le linee guida dell'OECD (*the Organization for Economic Cooperation and Development*) e i principi anti-corruzione statuiti dalle Nazioni Unite nel 2003, anche mediante l'atteggiamento di "tolleranza zero" rispetto a eventuali episodi di corruzione.

Inoltre, richiede la massima trasparenza dei comportamenti aziendali e favorisce l'emersione di tutti gli elementi che possano determinare situazioni di conflitto di interesse anche solo potenziale.

Tutte le persone appartenenti alla compagine aziendale, senza distinzioni o eccezioni, conformano le proprie azioni e i propri comportamenti ai principi e ai contenuti del Codice nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità, nella consapevolezza che il

rispetto del Codice costituisce parte essenziale della qualità della prestazione di lavoro e professionale.

In nessun modo la convinzione di agire a vantaggio o nell'interesse di Italian Food S.p.A. può giustificare, nemmeno in parte, l'adozione di comportamenti in contrasto con i principi e i contenuti del Codice.

PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I COLLABORATORI

La risorsa umana è un elemento indispensabile per l'esistenza dell'azienda.

La dedizione e la professionalità del management e dei collaboratori sono valori e condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi di Italian Food S.p.A.

Italian Food S.p.A. si impegna a valorizzare e sviluppare le capacità e le competenze di tutti i lavoratori, a promuovere la cooperazione e lo scambio di conoscenze, affinché il lavoro sia fonte di soddisfazione, orgoglio per le persone oltre che fattore rilevante per il successo dell'organizzazione. Italian Food S.p.A. mira a far crescere e consolidare, attorno a un'identità aziendale forte e condivisa, lo spirito di appartenenza di tutti i collaboratori, al fine di creare un ambiente lavorativo coeso e integrato.

La politica delle assunzioni, oltre a valutare la competenza professionale e l'esperienza specifica sul campo, privilegia soprattutto la predisposizione del candidato all'apprendimento e all'aggiornamento continuo e ne valuta la capacità di lavorare in gruppo e la dimostrazione di interesse per i temi professionali trattati.

Italian Food S.p.A., pertanto, elabora e attua un piano di formazione annuale per i propri collaboratori, coniugando le esigenze di crescita aziendale con il fabbisogno formativo espresso dai lavoratori e mettendo a disposizione gli adatti strumenti di aggiornamento e sviluppo professionale.

Promuove, altresì, politiche che agevolino l'equilibrio fra vita personale e professionale, favorendo forme di flessibilità e realizzando iniziative per la conciliazione tra impegni lavorativi e privati, nella consapevolezza che tale equilibrio è fondamentale nella ricerca del benessere di ciascuno.

Italian Food S.p.A. adotta sistemi di valutazione dei comportamenti, delle competenze, delle conoscenze e del potenziale secondo criteri di trasparenza, di valorizzazione del merito e di rispetto delle diversità al fine di rafforzare la motivazione, premiare con equità e favorire il conseguimento di risultati di eccellenza.

L'indagine conoscitiva, riproposta ogni anno, consente di interpretare sulla base dei riscontri ottenuti il trend evolutivo dell'opinione che i dipendenti hanno dell'azienda e del consenso sulle azioni intraprese, offrendo anche chiare indicazioni sulle possibili aree di miglioramento.

Lavoro infantile

Italian Food S.p.A. non utilizza né dà in alcun modo sostegno all'utilizzo del lavoro infantile. In Italian Food S.p.A. non sono presenti lavoratori con età inferiore a 18 anni. Italian Food S.p.A. ha predisposto delle procedure specifiche per la selezione e l'assunzione del personale che prevedono vari momenti di controllo per garantire che tutto il personale venga assunto in conformità alla normativa nazionale vigente e dopo il raggiungimento della maggiore età.

Italian Food S.p.A. richiede ai partner contrattuali le opportune informazioni circa il rispetto della norme in tema di lavoro minorile ed evita di concludere affari con parti contrattuali implicate nello sfruttamento del lavoro minorile, lavoro forzato o altre violazioni dei diritti umani. Il Management, in collaborazione con i responsabili, ha la responsabilità di attuare la presente procedura qualora, a seguito di verifiche ispettive presso i fornitori, o tramite qualunque altra fonte di informazione, il personale dell'azienda venga a conoscenza di impiego di lavoro infantile presso l'azienda o ad opera di fornitori o subfornitori.

In tal caso ne dà immediata comunicazione al Responsabile del Sistema Etico che apre una NC secondo quanto indicato nella relativa procedura.

Le **azioni di rimedio** previste nel caso in cui venga impiegato **lavoro infantile** sono le seguenti:

- Far cessare nel più breve tempo possibile l'impiego di lavoro minorile;
- Nel caso in cui la situazione economica della famiglia sia particolarmente grave e possa peggiorare in relazione al licenziamento del bambino l'azienda deve impegnarsi, tramite il coinvolgimento, se necessario, delle amministrazioni locali, a far assumere altri familiari del minore.
- Assicurare che il minore continui a frequentare regolarmente la scuola, impegnandosi o richiedendo al fornitore l'impegno finanziario al sostenimento di tutte le spese necessarie (per es tasse, acquisto dei libri e spese di altro tipo) per la frequenza a scuola.

- Coinvolgere assistenti sociali, associazioni di volontariato ecc, che possano coadiuvare nel monitoraggio della situazione del minore e del suo contesto familiare.

L'azione di rimedio da porre in essere, fra quelle elencate, è decisa in base alla situazione specifica.

Le **azioni di rimedio** previste nel caso in cui vengano impiegati **giovani lavoratori** sono le seguenti:

nel caso in cui siano impiegati, in azienda o presso un fornitore dei giovani lavoratori, il Management deve assicurarsi, tramite verifiche ispettive, ecc. che i lavoratori suddetti:

- siano impiegati solo dopo aver effettuato le ore scolastiche previste, laddove siano soggetti ad istruzione obbligatoria
- non svolgano lavori pesanti
- lavorino in condizioni di sicurezza e non siano esposti a situazioni pericolose, rischiose o nocive per la salute fisica e mentale e per il loro sviluppo
- non vengano a contatto con apparecchiature pericolose
- non lavorino per un tempo superiore alle 8 ore giornaliere
- le ore di lavoro sommate alle ore di scuola ed a quelle di viaggio per la scuola ed il lavoro non superino le 10 ore.
- non lavorino durante i turni notturni

Chiunque sappia di violazioni delle suddette condizioni dovrà aprire una non conformità dandone immediata comunicazione al Management.

Laddove il peso dell'azienda nei confronti del fornitore non lasciasse prevedere il successo di una delle suddette iniziative, si provvederà a promuovere la ricerca di un canale più appropriato per il coinvolgimento del fornitore (ad esempio, attraverso la sensibilizzazione ad opera di ONG).

Lavoro obbligato

Italian Food S.p.A., in ottemperanza alle leggi vigenti, dichiara di non ricorrere all'utilizzo del lavoro obbligato né di sostenere la tratta di esseri umani e di non richiedere al personale, all'inizio del rapporto di lavoro con l'Azienda, di lasciare "depositi" o documenti di identità in originale. Pertanto si impegna a non trattenere parte del salario o delle indennità retributive, al fine di obbligarlo a continuare a lavorare per l'Azienda stessa, né a sostenere costi o commissioni relative

all'assunzione. Inoltre, la Italian Food S.p.A. assicura al lavoratore il diritto di lasciare il luogo di lavoro al termine della giornata lavorativa e la libertà di porre fine al rapporto di lavoro dandone ragionevole preavviso al datore di lavoro.

Discriminazione

Italian Food S.p.A., in ottemperanza alla legislazione vigente, non attua o dà sostegno alla discriminazione nell'assunzione, nella remunerazione, nell'accesso alla formazione, promozione, licenziamento o pensionamento, in base a razza, ceto, origine nazionale, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, affiliazione politica, età.

Italian Food S.p.A. non interferisce con l'esercizio del diritto del personale di seguire principi o pratiche, o di soddisfare bisogni connessi a razza, ceto, origine nazionale, religione, invalidità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale o affiliazione politica.

L'organizzazione non permette comportamenti, inclusi gesti, linguaggio o contatto fisico, che siano sessualmente coercitivi, minacciosi, offensivi o volti allo sfruttamento.

Orario di lavoro

Italian Food S.p.A. rispetta le leggi vigenti, gli standard amministrativi applicabili sull'orario di lavoro, i riposi e le festività pubbliche e segue le indicazioni del CCNL di riferimento. Le ore di lavoro effettuate dal personale sono registrate giornalmente su un apposito registro presenze e archiviate dal Responsabile Risorse Umane.

Il lavoro straordinario che dovesse rendersi necessario viene svolto dai lavoratori che si rendono disponibili secondo le necessità del reparto ed è disciplinato attraverso il contratto di lavoro e, in nessuna circostanza, supera le 12 ore per dipendente alla settimana.

In caso di superamento occasionale delle 48 ore di lavoro settimanali per dipendente a causa di eventi particolari, l'ufficio del personale provvede a effettuare la segnalazione agli organi competenti.

Retribuzione

Italian Food S.p.A. assicura relativamente alle retribuzioni il rispetto dei requisiti espressi in conformità a quanto prescritto dai CCNL e dalle altre forme contrattuali relative a rapporti lavorativi regolati secondo dalla legislazione vigente. Italian Food S.p.A. riconosce ai propri lavoratori i livelli contrattuali e retributivi adeguati al ruolo ed alle mansioni svolte per l'Azienda, conformemente alle leggi di settore.

I salari e le trattenute sono regolate dalle forme contrattuali e dai riferimenti legislativi ed Italian Food S.p.A. garantisce la corretta informazione relativa al lavoratore per garantire la leggibilità e trasparenza della busta paga.

Per la prestazione a progetto non sussistendo vincoli relativamente a tempi, luoghi, o di esclusività di rapporto di lavoro non si applica il vincolo a garantire che quanto retribuito garantisca la sussistenza ed il guadagno discrezionale.

Le modalità di pagamento degli stipendi (assegno, bonifico, contanti, ecc.) sono liberamente scelte dai lavoratori stessi all'atto dell'assunzione. Eventuali contestazioni dei pagamenti o richieste di chiarimenti vengono gestite tempestivamente dall'ufficio del personale nel momento stesso in cui vengono sollevate.

L'azienda garantisce che eventuali trattenute sul salario non sono dovute a scopi disciplinari e che la composizione dei salari e delle indennità retributive è indicata chiaramente e regolarmente a beneficio dei lavoratori.

Il personale, al momento dell'assunzione viene formato in merito alle clausole contrattuali, che sottoscrive, ed alla composizione della busta paga.

In Italian Food S.p.A., vengono organizzati e pianificati incontri con il personale per mantenerlo informato sui requisiti contrattuali che disciplinano i rapporti di lavoro con l'azienda.

Libertà di associazione

In Italian Food S.p.A. i dipendenti sono liberi di aderire a qualunque organizzazione sindacale e di eleggere i propri rappresentanti sindacali (RSU). L'elezione e la nomina di RSU, il loro orario di lavoro, i permessi sindacali di cui usufruiscono sono gestiti secondo quanto previsto dal CCNL e dagli accordi sindacali interni in vigore. L'organizzazione non interferisce in alcun modo nella formazione, nel funzionamento o nella gestione delle organizzazioni dei lavoratori o nel processo di contrattazione collettiva.

Italian Food S.p.A., comunque, garantisce che i rappresentanti sindacali nominati dal personale non sono soggetti a discriminazione e che tali rappresentanti possono comunicare coi propri iscritti nel luogo di lavoro.

I rappresentanti sindacali dei lavoratori, presenti in Italian Food S.p.A. partecipano in maniera attiva alle scelte aziendali inerenti la gestione del personale e la loro sicurezza.

Pratiche disciplinari

L'organizzazione tratta tutto il personale con dignità e rispetto. Non utilizza e non tollera l'utilizzo di punizioni corporali, coercizione fisica e mentale nonché abusi verbali nei confronti del personale.

A fronte di violazioni del regolamento interno, della sicurezza o del CCNL, il Management determina le sanzioni da irrogare.

Le sanzioni differiscono in base alla gravità della violazione, alla recidività del comportamento e alle conseguenze provocate sia verso gli stakeholder che verso l'azienda stessa, in termini di danno economico e reputazionale. Nei confronti degli stakeholder esterni le sanzioni si applicano sulla base dei vincoli contrattuali esistenti. Nei riguardi dei dipendenti vengono irrogate prevalentemente sulla base della procedura disciplinare del CCNL (titolo V-VI).

Salute e sicurezza

Italian Food S.p.A., tenendo presente lo stato delle conoscenze prevalenti relative ai rischi connessi alle attività aziendali, garantisce un luogo di lavoro sicuro e salubre e adotta adeguate misure per prevenire incidenti e danni alla salute che possono verificarsi durante lo svolgimento del lavoro o in conseguenza di esso, minimizzando, per quanto sia ragionevolmente praticabile, le cause di pericolo ascrivibili all'ambiente di lavoro.

Italian Food S.p.A. ha nominato esternamente un Responsabile del Servizio Prevenzione Protezione (RSPP) ed internamente un ASPP, per l'implementazione dei requisiti di sicurezza e salute previsti nella norma. Inoltre, il personale ha eletto un proprio Rappresentante dei lavoratori per la Sicurezza, adeguatamente formato su tali tematiche.

Sono stati valutati tutti i rischi del luogo di lavoro per tutti i lavoratori, in base alla mansione svolta ponendo particolare attenzione alle lavoratrici puerpere, in gravidanza e in allattamento come risulta dal Documento di Valutazione dei Rischi Aziendali.

Tutto il personale dell'Azienda riceve una regolare e documentata formazione in materia di salute e sicurezza, in modo che tutti possano tenere comportamenti adeguati all'utilizzo sicuro delle attrezzature di lavoro, all'uso corretto dei dispositivi di protezione individuale e alla corretta gestione delle anomalie e delle emergenze.

Tale formazione viene riproposta per il personale nuovo o assegnato a nuove mansioni, nonché in caso di incidenti e di interventi tecnologici che possano presentare nuovi rischi per la salute e sicurezza del personale.

L'Azienda ha stabilito procedure per individuare, prevenire, eliminare o, eventualmente, fronteggiare potenziali rischi alla salute e alla sicurezza di tutto il personale.

Inoltre, viene effettuato in Azienda il monitoraggio degli incidenti, dei quasi incidenti e mancati infortuni al fine di monitorare e prevenire situazioni potenzialmente pericolose che possono verificarsi nell'ambiente di lavoro.

Il personale ha il diritto di allontanarsi dal lavoro in caso d'imminente e grave pericolo senza chiedere il permesso all'organizzazione.

Italian Food S.p.A. è, inoltre, impegnata in attività di studio, sviluppo e attuazione delle strategie, delle politiche e dei piani operativi volti a prevenire e superare ogni comportamento colposo o doloso che potrebbe provocare danni diretti o indiretti al proprio personale e/o alle risorse materiali e immateriali dell'azienda.

Tutti i dipendenti di Italian Food S.p.A. sono tenuti a contribuire attivamente al mantenimento di uno standard ottimale di sicurezza aziendale, astenendosi da comportamenti illeciti o comunque pericolosi e segnalando al proprio superiore o Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza, eventuali attività svolte da terzi ai danni del patrimonio o delle risorse umane di Italian Food S.p.A.

Tutti i dipendenti dell'azienda sono a conoscenza della possibilità di sporgere reclamo anche in forma anonima, alla Direzione e/o al Rappresentante dei lavoratori, nel caso in cui ritengano che le dichiarazioni effettuate siano state violate.

Tutti i collaboratori sono tenuti a evitare e segnalare situazioni di conflitti d'interesse tra le attività economiche personali e familiari e le mansioni che ricoprono all'interno dell'organizzazione.

Parimenti, si devono astenere dall'avvantaggiarsi personalmente della posizione, delle informazioni e della discrezionalità connesse alla propria funzione.

PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI

L'attenzione al Cliente è perseguita da Italian Food S.p.A. con competenza, professionalità, cortesia, trasparenza, correttezza ed imparzialità, nella consapevolezza che è fondamentale garantire la soddisfazione delle aspettative e consolidare la fiducia nell'organizzazione.

Italian Food S.p.A., pertanto si impegna:

- a coltivare il dialogo e l'ascolto, considerandoli imprescindibili leve di crescita e di miglioramento della relazione con i propri clienti, al fine di consolidare il rapporto nel lungo periodo;
- a fornire informazioni comprensibili, complete e veritiere in modo da consentire al Cliente una decisione razionale e consapevole;
- a concordare, in fase di attivazione del rapporto, con trasparenza l'oggetto e le condizioni dello scambio, recependoli nella formalizzazione del contratto;
- ad attenersi ai suoi valori di riferimento anche nelle aree del rapporto che non sono state formalizzate, nella consapevolezza che in cooperazione con il cliente si trasmette il valore dell'etica al consumatore.

Italian Food S.p.A., inoltre, adotta strumenti di monitoraggio e valutazione della soddisfazione dei clienti elaborando, con cadenza annuale, dati e informazioni sulla qualità percepita, che costituiscono la base per intraprendere le azioni di miglioramento.

Italian Food S.p.A. garantisce che le consegne vengano effettuate in base alle condizioni definite nei capitolati di fornitura, nelle norme ISO adottate e nelle norme relative ai sistemi di controllo e rintracciabilità nella filiera, al fine di assicurare al consumatore le migliori condizioni di qualità e sicurezza dei prodotti.

Italian Food S.p.A., infatti, s'impegna a rispettare il diritto dei consumatori a non ricevere prodotti dannosi per la loro salute e a disporre di informazioni complete sui prodotti offerti.

A tal fine, Italian Food S.p.A. adotta e attua costantemente un sistema di gestione integrata che permette il monitoraggio e il controllo sia delle materie prime che del processo produttivo e distributivo del prodotto finito, garantendone qualità, sicurezza e salubrità, secondo le norme vigenti e gli standard internazionali adottati volontariamente da Italian Food S.p.A.

L'eccellenza dei prodotti e dei servizi offerti e la disponibilità a fornire una risposta immediata e qualificata alle richieste costituiscono, pertanto, gli elementi caratterizzanti del rapporto dell'organizzazione con la clientela.

Italian Food S.p.A. si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti e delle associazioni a loro tutela avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi (per esempio mediante posta elettronica).

È tassativamente vietata qualsiasi forma di forzatura nelle decisioni del rappresentante del Cliente, sia sotto forma di regali che di incentivi economici.

PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI

Italian Food S.p.A. si impegna a ricercare nei fornitori professionalità, correttezza e condivisione dei principi e dei valori aziendali, al fine di instaurare un rapporto fondato sulla cooperazione, sulla fiducia e sul confronto. Tali aspetti costituiscono, infatti, il presupposto necessario per migliorare e rafforzare le relazioni dell'organizzazione con i fornitori ma anche per assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze di clienti e consumatori rispetto alle loro legittime aspettative, in termini di qualità, costo e tempi di consegna.

Nei rapporti di approvvigionamento e, in genere, di fornitura di beni e/o servizi è obbligatorio osservare le procedure interne per la selezione e qualificazione dei fornitori, basate su criteri di valutazione trasparenti, oggettivi e documentati.

In fase di stipula del contratto, Italian Food S.p.A. informa in modo esauriente il fornitore sulle modalità e sui tempi di pagamento, sugli altri aspetti della relazione di maggior rilievo per il fornitore e utilizza una informazione completa, chiara e comprensibile, evitando clausole che non rendano possibile una univoca interpretazione.

Italian Food S.p.A. si impegna ad inviare una mail ai fornitori assicurandosi di ricevere la conferma di aver preso conoscenza del Codice nonché di osservare e richiedere l'osservanza delle condizioni contrattualmente previste.

Nella prospettiva di conformare l'attività di approvvigionamento ai principi etici adottati, Italian Food S.p.A. ha stabilito di coinvolgere tutti i fornitori attraverso l'invio di un questionario per raccogliere dati sulla gestione aziendale della responsabilità sociale e dei principi etico ambientali.

Il personale di Italian Food S.p.A. coinvolto nelle relazioni con i fornitori si impegna a riferire tempestivamente al proprio superiore e al Responsabile del Sistema Etico le possibili violazioni del Codice.

PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ, L'AMBIENTE E LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

La tutela dell'ambiente è una delle dimensioni chiave dell'impegno sociale di Italian Food S.p.A. perseguita attraverso una gestione sostenibile delle proprie attività.

In tale ottica Italian Food S.p.A. si impegna a:

- garantire il pieno e sostanziale rispetto delle prescrizioni legislative in materia ambientale;
- definire specifici obiettivi ambientali e programmi di miglioramento, volti alla minimizzazione degli impatti ambientali significativi;
- fornire alle istituzioni tutte le informazioni necessarie a comprendere gli eventuali rischi ambientali legati all'attività dell'impresa;
- perseguire un consumo responsabile delle risorse necessarie per svolgere la propria attività, anche attraverso l'implementazione di un sistema di gestione ambientale e la diffusione di tecnologie eco-efficienti nonché mediante attività di sensibilizzazione, formazione e confronto sulle tematiche ambientali, etiche e sociali presso i dipendenti e gli interlocutori diretti.

Nelle fasi di attuazione di modifiche strutturali e tecnologiche Italian Food S.p.A. tiene conto degli impatti ambientali che queste possono provocare.

Italian Food S.p.A. si impegna ad attivare, presso il proprio contesto di riferimento e lungo la filiera di fornitura, strumenti e pratiche di sensibilizzazione alla valutazione degli impatti ambientali, etici e sociali soprattutto nei confronti di quegli operatori la cui attività risulta a più alto rischio.

Italian Food S.p.A. si impegna a prestare attenzione alla vita delle comunità in cui opera e ad ascoltare le sollecitazioni da esse provenienti. A questo scopo realizza iniziative di consultazione, informazione, ascolto e coinvolgimento.

Ciò vale in modo particolare per le comunità insediate nei pressi dei propri impianti.

Inoltre, Italian Food S.p.A. è aperta al dialogo e al confronto con tutti gli interlocutori diretti e con le associazioni che rappresentano gli interessi dei propri stakeholder, con l'obiettivo di cooperare nel rispetto dei reciproci interessi e prevenire possibili situazioni di conflitto.

PRINCIPI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON GLI AZIONISTI, ORGANISMI DI CERTIFICAZIONE E DI CONTROLLO, LE AUTORITA', LE ISTITUZIONI PUBBLICHE E I PARTNER FINANZIARI

Italian Food S.p.A. si impegna a mantenere un costante dialogo con gli Azionisti, nel rispetto delle leggi e norme secondo cui ogni Investitore e potenziale Investitore ha il diritto di ricevere le medesime informazioni per assumere ponderate scelte di investimento.

Italian Food S.p.A. ritiene necessario garantire a tutti gli Azionisti la documentazione informativa relativa alle attività svolte ed ai risultati raggiunti. L'azienda tutela e fa prevalere l'interesse degli Azionisti nel complesso, rispetto all'interesse particolare del singolo.

Il personale di Italian Food S.p.A. coopera attivamente e pienamente con le Autorità, le Istituzioni pubbliche e gli Organismi di certificazione e di controllo fornendo le informazioni richieste e garantendo in sede di verifica ispettiva o di sopralluogo la disponibilità del proprio personale, l'accesso guidato alle strutture e la fruibilità della documentazione.

Italian Food S.p.A., infatti, s'impegna ad orientare la propria condotta nei rapporti con le Autorità, le Istituzioni pubbliche, gli Istituti di credito e gli Organismi di certificazione e di controllo ai principi di correttezza e trasparenza, al fine di tutelare non solo il proprio interesse aziendale, ma anche di favorire un ottimale espletamento delle funzioni dei soggetti con cui si relaziona, nel pieno rispetto delle norme vigenti. Tali rapporti sono riservati esclusivamente alle funzioni e posizioni competenti, nel rispetto dei programmi approvati e delle procedure aziendali.

Il management aziendale assegna a ciascuna funzione la responsabilità della veridicità, autenticità ed originalità della documentazione prodotta e delle informazioni rese nello svolgimento dell'attività di propria competenza.

I dipendenti di Italian Food S.p.A. che – a qualsiasi titolo - concorrono alla comunicazione dei dati ai soggetti portatori d'interesse, alla realizzazione della valutazione ed alla redazione dei documenti societari, devono sempre tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e delle procedure aziendali interne, in tutte le attività finalizzate alla formazione del bilancio e delle altre comunicazioni sociali, al fine di fornire ai terzi una informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della società. In caso di eventuali rilievi da parte dell'organo di controllo, Italian Food S.p.A. si attiva prontamente a gestirli ed accogliere tempestivamente i suggerimenti forniti, instaurando un rapporto ispirato ai principi della collaborazione e della fiducia reciproca.

Tali rilievi costituiscono, infatti, opportunità di miglioramento da tenere in considerazione nella definizione di strategie e politiche.

È fatto divieto di rendere, indurre o favorire dichiarazioni mendaci alle Autorità, Istituzioni pubbliche, Istituti di credito e Organismi di certificazione e di controllo.

MECCANISMI DI ATTUAZIONE E CONTROLLO

I meccanismi di attuazione e controllo sono finalizzati all'integrazione delle strategie, delle politiche e delle procedure aziendali con i principi ed i valori etici assunti dall'azienda nei confronti degli stakeholder nonché alla verifica e controllo della conformità delle azioni e dei comportamenti rispetto alle norme etiche.

Le segnalazioni relative alla violazione del Codice Etico possono anche essere inviate per iscritto, in forma anonima, ed eventualmente, non anonima con le seguenti modalità:

- ✓ e-mail: quality@apeconserve.com ;
- ✓ lettera all'indirizzo: Via E. Cerrini, 67 57021 Venturina Terme (LI) – ITALIA;
- ✓ compilando il modulo M7P72.3 Lista comunicazioni, presso la portineria o semplicemente inserendo le segnalazioni nell'apposita cassetta di posta predisposta in portineria

Il codice etico viene portato a conoscenza degli stakeholder interni ed esterni mediante apposite attività di comunicazione (quali ad esempio, via mail o attraverso la consegna a tutti i collaboratori interni e esterni di una copia cartacea del Codice al momento dell'assunzione o dell'inizio del rapporto di collaborazione o ancora l'inserimento di una nota informativa dell'adozione del Codice in tutti i contratti, etc.).

La responsabilità di realizzare un sistema di controllo interno e gestione dei rischi efficace è comune ad ogni livello della struttura organizzativa di Italian Food S.p.A.; di conseguenza, tutti i membri dell'organizzazione, nell'ambito delle funzioni e responsabilità ricoperte, sono impegnate nel definire e nel partecipare attivamente al corretto funzionamento del sistema di controllo interno e gestione dei rischi.

Il presente Codice ha la validità di tre anni, alla scadenza dei quali sarà sottoposto a verifica e a eventuale revisione a cura del Management.