

## CODICE ETICO

*La montagna deve mantenere il controllo del suo ambiente e della gestione delle risorse naturali, con la coscienza che agisce non solo per le proprie necessità, ma nell'interesse dell'intera collettività.<sup>1</sup>*

**-o0o-**

*Occorre assicurare la conservazione o il ripristino degli elementi tradizionali del paesaggio rurale (boschi, argini boschivi, siepi, boscaglie, prati umidi, secchi e magri, alpeggi) e la loro coltivazione. Sono inoltre previste misure particolari per la conservazione delle fattorie e degli elementi architettonici rurali tradizionali, nonché per l'ulteriore impiego dei metodi e materiali caratteristici di costruzione...Occorre inoltre creare condizioni di commercializzazione favorevoli ai prodotti dell'agricoltura di montagna per aumentare sia la loro vendita in loco, sia la loro competitività nei mercati nazionali ed internazionali, adottando tra l'altro marchi di denominazione controllata dell'origine e di garanzia della qualità.<sup>2</sup>*

**-o0o-**

*Parlare con il linguaggio della modernità. Riflettendo secondo i canoni della tradizione: è questa, in fondo, la condizione che ci consentirà di vincere la sfida<sup>3</sup>*

**Approvato dal Consiglio di Amministrazione ad Asiago, il 2 settembre 2004**

<sup>1</sup> Dalla *Carta mondiale delle popolazioni di montagna* (Chambéry 9 giugno 2000 – Trad. di Franco Bertoglio)

<sup>2</sup> Dalla *Convenzione delle Alpi*, Protocollo di attuazione per l'Agricoltura di montagna (1994) – Sintesi a cura di CIPRA International.

<sup>3</sup> La montagna entra nella modernità – Doc. approvato a Roma dal Consiglio naz. Dell'UNECHEM il 19 luglio 2001, in vista degli Stati generali della montagna (TO, 27-28-29 sett. 2001).

## **Indice**

- 1) PREMESSA**
- 2) MISSIONE**
- 3) DESTINATARI**
- 4) PRINCIPI ETICI**
- 5) NORME E STANDARD DI COMPORTAMENTO**
- 6) RAPPORTI CON L'ESTERNO**
- 7) POLITICA INFORMATIVA**
- 8) OSSERVANZA DEL CODICE**

## **1) PREMESSA**

### **1.1 Necessità del Codice Etico**

La Rigoni di Asiago S.p.A. (di seguito La “Rigoni”) con sede in Asiago – via Oberdan, 28 e stabilimento in Foza – via Gecchelini senza n. civico, è uno dei maggiori protagonisti nel campo della lavorazione di miele e della frutta di produzione biologica. La sua missione è caratterizzata dall’offrire al mercato nazionale ed estero prodotti alimentari biologici di elevata qualità, accompagnati da una comunicazione trasparente, in grado di consentire al consumatore finale di conoscerne le caratteristiche qualitative e dietetiche, nonché di valorizzare l’ambiente di riferimento, costituito dall’Altopiano di Asiago – Sette Comuni (VI).

La “Rigoni” pertanto ha colto l’esigenza di definire un chiaro schema comportamentale di riferimento, capace di orientare l’impegno professionale di ciascun collaboratore e dipendente. Detto schema è costituito dal presente Codice, approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 2 settembre 2004

### **1.2 Obiettivi del Codice**

Nella consapevolezza che un’impresa viene valutata oltre che alla stregua della qualità dei prodotti e servizi che è in grado di offrire, anche sulla base della sua capacità di creare valore e benessere per la collettività, la “Rigoni” intende, attraverso il Codice:

- definire ed esplicitare i valori ed i principi che informano la propria attività e i propri rapporti con i consumatori finali, dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, azionisti, istituzioni ed ogni altro soggetto che abbia rapporti con la “Rigoni”;
- formalizzare l’impegno a comportarsi con lealtà e correttezza;
- ribadire l’impegno a tutelare i legittimi interessi dei propri investitori;
- indicare ai propri collaboratori i principi di comportamento, i valori e le responsabilità di cui richiede il puntuale rispetto nel corso dell’erogazione della prestazione lavorativa

con l’ulteriore consapevolezza che la reputazione è cosa fragile e che va pertanto evitata anche solo l’apparenza di scorrettezze.

La “Rigoni” assicura:

- la massima diffusione e conoscenza del presente Codice da parte dei dipendenti e collaboratori;
- la condivisione del presente Codice da parte delle eventuali società partecipate, mediante specifica assunzione di equivalenti codici etici e di comportamento;
- la massima divulgazione del presente Codice, ivi compresa la sua pubblicazione nel proprio sito Internet, presso i terzi con cui intrattiene rapporti e presso tutti coloro che,

operando a diverso titolo ed ai vari livelli di responsabilità per il conseguimento degli obiettivi sono tenuti all'osservanza e alla concreta attuazione delle disposizioni qui contenute.

## **2) MISSIONE**

### **2.1 Definizione**

La “Rigoni” intende offrire al mercato nazionale ed estero prodotti alimentari biologici di elevata qualità, le cui lavorazioni rispettino il principio della valorizzazione di ogni componente attuale e potenziale che possa derivare da produzioni agricole biologiche, qualificate e salutari, accompagnati da una comunicazione trasparente, in grado di consentire al consumatore finale di conoscerne le caratteristiche qualitative e dietetiche, nonché di valorizzare l'ambiente di riferimento nel quale è sorta l'azienda e trova origine il gruppo familiare che la dirige, costituito dall'Altopiano di Asiago – Sette Comuni (VI).

### **2.2 Principi di svolgimento dell'attività**

Nello svolgimento della propria attività dall'offrire al mercato nazionale ed estero prodotti alimentari biologici di elevata qualità, accompagnati da una comunicazione trasparente, in grado di consentire al consumatore finale di conoscerne le caratteristiche qualitative e dietetiche, nonché di valorizzare la conoscenza dell'ambiente di riferimento e nel quale si è radicato secolarmente l'attuale gruppo dirigente, assorbendo dal medesimo, dall'arte di vivere e produrre in montagna, la piattaforma fondamentale del proprio pensiero e dei principi che ispirano l'attività attuale e la progettazione futura.

La “Rigoni” si pone con senso di responsabilità e con integrità morale l'obiettivo di contribuire al processo di sviluppo dell'economia locale e pertanto:

- attua con trasparenza e rispetta modelli di comportamento ispirati all'autonomia, integrità morale e rigore professionale e sviluppa le azioni coerenti;
- osserva la normativa vigente di livello comunitario, nazionale e regionale e le disposizioni emanate dagli Organi Competenti;
- rispetta i legittimi interessi di clienti, fornitori, dipendenti, investitori, *partners*;
- si conforma ai principi contenuti nel presente Codice.

## **3) DESTINATARI**

### **3.1 Destinatari del Codice Etico**

Le norme del codice etico si applicano senza eccezione alcuna agli organi sociali, al management, al personale dipendente, ai collaboratori esterni, ai partner commerciali, ai fornitori e a tutti coloro che intrattengono rapporti con La “Rigoni”, di seguito definiti “Destinatari”.

### **3.2 Competenze e principi di applicazione**

Compete in primo luogo agli organi sociali e al management dare concretezza ai valori e ai principi contenuti nel Codice, facendosi carico delle responsabilità assunte verso l'interno e

verso l'esterno e rafforzando la fiducia dei consumatori e dei consulenti dei consumatori.

Infatti, l'esistenza di codici scritti di comportamento e la prova che il personale li abbia ricevuti e compresi, non ne assicura l'osservanza: il rispetto delle norme di comportamento non è intrinseco all'esistenza di codici, ma è piuttosto assicurato dalle azioni e dagli esempi del management. Risulta, quindi, centrale il ruolo degli organi sociali, cui è demandata l'attuazione concreta dei principi del Codice nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. In particolare, gli Amministratori della “Rigoni” sono tenuti ad ispirarsi ai principi del Codice nel fissare gli obiettivi imprenditoriali, nel proporre e realizzare i progetti e gli investimenti, nonché in qualsiasi decisione o azione che abbia riflessi sui prodotti immessi nel mercato, sui valori patrimoniali, gestionali e tecnologici dell'impresa, sul profitto degli azionisti ed il benessere dei dipendenti e della collettività.

Allo stesso modo, il management deve ispirarsi ai medesimi principi nell'esercizio delle proprie responsabilità, sia nei rapporti interni, rafforzando così la coesione e lo spirito di reciproca collaborazione, sia nei rapporti con i terzi con i quali entrano in contatto.

## **4) PRINCIPI ETICI**

### **4.1 Valore strategico delle risorse umane**

Le risorse umane sono il grande patrimonio della “Rigoni”. Ne costituiscono la forza, l'efficacia, l'intelligenza, la reputazione e una garanzia per l'avvenire. Solo con il pieno coinvolgimento ad ogni livello, nel lavoro di squadra, nella condivisione degli obiettivi, nonché nella loro tutela e promozione, il Gruppo può assolvere alla sua missione.

### **4.2 La redditività**

La redditività è necessaria a garantire autosufficienza, ricerca, sviluppo e crescita. Questa rappresenta sia un indicatore della qualità del lavoro svolto, della validità organizzativa nonché un indice della soddisfazione della clientela e la misura della capacità di contribuire alla realizzazione di ricchezza nazionale e locale.

In ogni caso, il valore della redditività, come sopra inteso, non deve in alcun modo indurre gli organi sociali, il management, il personale dipendente, i collaboratori esterni ed i partner commerciali alla violazione dei principi etici contenuti nel Codice.

### **4.3 L'integrità**

L'integrità è un elemento importante del patrimonio aziendale ed è la più forte garanzia dell'impegno civile dell'impresa nei confronti di tutte le persone che in essa lavorano, di tutti i fornitori, di tutti i suoi clienti e di tutti i suoi portatori di interesse, in generale.

Il rispetto di tale principio si ottiene applicando la legge e rispettando le regole dell'integrità morale in ogni settore di attività ed in ogni circostanza.

La “Rigoni” non tollera violazioni a questo principio e, pertanto, disincentiva in ogni modo pratiche di corruzione, per tutelarsi quale istituzione economica, culturale e sociale,

produttrice di ricchezza, di lavoro e di tecnologia. Non è, quindi, permesso corrispondere e/o promettere, direttamente o indirettamente, denaro o altra utilità a terzi, pubblici ufficiali, incaricati di pubblico servizio o privati, per condizionare o remunerare l'operato del loro ufficio o, comunque, per acquisire trattamenti di favore. Gesti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità, sono ammessi solo nel caso in cui siano di modico valore e comunque tali da non pregiudicare l'integrità o il credito di una delle parti e da non poter essere intesi come finalizzati ad ottenere vantaggi in modo improprio. In ogni caso, tale tipologia di spese deve essere sempre autorizzata dal proprio Responsabile e documentata in modo adeguato. Parimenti, è fatto divieto agli organi sociali, al management, al personale dipendente, ai collaboratori esterni, di ricevere e/o richiedere omaggi o trattamenti di favore non attribuibili a normali relazioni di cortesia e della situazione deve essere informato, anche verbalmente, il proprio Responsabile.

#### **4.4 Il Conflitto di interessi**

Tutto il personale della “Rigoni” nell’esercizio delle proprie funzioni – ai diversi livelli di responsabilità – non deve assumere decisioni o svolgere attività in conflitto con gli interessi della Società o incompatibili con i doveri di ufficio. Anche gli Amministratori devono attenersi rigorosamente a questo principio. Le situazioni in contrasto con questa norma devono essere immediatamente comunicate ai propri Responsabili.

In ogni caso, ogni collaborazione autonoma o subordinata del personale con terzi deve essere preventivamente autorizzata dalla Direzione Risorse Umane e Organizzazione.

In particolare, i componenti degli organi sociali, il management, il personale dipendente ed i collaboratori della “Rigoni” devono evitare conflitti di interesse tra eventuali attività economiche personali e familiari e le mansioni che svolgono all'interno della struttura di appartenenza. A titolo esemplificativo e non esaustivo, costituiscono conflitti di interesse le seguenti situazioni:

- interessi economici e finanziari del personale e/o delle rispettive famiglie in attività di fornitori, clienti e concorrenti;
- utilizzo della propria posizione nella “Rigoni” o delle informazioni acquisite nel proprio lavoro che determinino conflitto tra i propri interessi personali e gli interessi aziendali;
- svolgimento di attività lavorative, di qualsiasi tipo, presso clienti, fornitori, concorrenti;

#### **4.5 L'imparzialità**

Le relazioni con i Destinatari sono improntate con i criteri dell'imparzialità e dell'equità. Ogni tentativo di contravvenzione a questa regola deve essere comunicato alle strutture aziendali competenti.

#### **4.6 L'obbligo di riservatezza**

La riservatezza è uno dei valori fondamentali da rispettare nella concreta operatività, in quanto contribuisce alla reputazione della Società stessa. Tutto il personale, di ogni ordine e grado, ed i collaboratori esterni sono tenuti al rispetto di tale principio anche dopo la cessazione del rapporto di lavoro. In particolare, gli organi sociali, il management, il personale dipendente ed i collaboratori esterni della “Rigoni” devono garantire la riservatezza

su informazioni, documenti e dati di cui sono venuti a conoscenza nel corso della propria attività lavorativa e che sono considerati come appartenenti alla “Rigoni” e, come tali, non possono essere utilizzati, comunicati o diffusi senza specifica autorizzazione. L’obbligo di riservatezza sulle informazioni confidenziali acquisite è imposto anche ai soggetti con cui La “Rigoni” intrattenga rapporti contrattuali o di altro genere, mediante specifiche clausole contrattuali o mediante la richiesta di sottoscrizione di patti di riservatezza. Analogamente, La “Rigoni” si impegna a tutelare le informazioni relative al proprio personale e ai terzi, prodotte o acquisite all’interno e nelle relazioni d'affari, ad evitare ogni uso improprio di queste informazioni e a garantire la privacy degli interessati.

#### **4.7 La tutela del patrimonio aziendale**

Tutto il personale deve rispettare, proteggere e custodire i valori e i beni che gli sono stati affidati. E' vietato utilizzare - se non ad esclusivo profitto della “Rigoni” - risorse, beni o materiali di proprietà dello stesso.

#### **4.8 I comportamenti nel luogo di lavoro ed all’esterno**

Il personale del Gruppo deve sempre conformare la propria condotta alle disposizioni ed alle procedure aziendali nel rispetto delle regole stabilite dalla legge e dal contratto di lavoro. I comportamenti dirigenziali, in particolare, devono essere sempre improntati alla correttezza ed all'equità, in quanto vengono a costituire dei modelli di riferimento per tutti i collaboratori.

#### **4.9 La responsabilità individuale**

La qualità e la forza della “Rigoni” è il risultato dell'azione di tutto il suo personale. Ognuno è responsabile delle azioni poste in essere nello svolgimento della propria attività lavorativa. Inoltre, per coloro che svolgono funzioni direttive si aggiunge anche la responsabilità di sorvegliare l'attività svolta dal personale soggetto alla loro direzione e controllo.

#### **4.10 La responsabilità sociale**

La “Rigoni” considera prioritaria la propria funzione sociale. Questa consiste nell’offerta di prodotti e servizi corrispondenti alle caratteristiche pubblicizzate ed in particolare alla missione di cui al punto 2 del presente Codice. La “Rigoni” pertanto assume come valori essenziali della sua azione:

- 1. Il controllo della bontà delle materie prime, della loro conservazione, dei processi produttivi e di confezionamento;*
- 2. La correttezza del messaggio pubblicitario*
- 3. La sicurezza sul lavoro*
- 4. La salute*
- 5. Il rispetto dell'ambiente*
- 6. La responsabilità negli affari, assicurando che la conduzione degli affari sia improntata al rispetto dei principi di integrità e trasparenza.*

Gli organi sociali, il management, il personale dipendente ed i collaboratori esterni della “Rigoni” sono tenuti a fornire -nel corso delle trattative- informazioni complete, trasparenti,

comprensibili ed accurate, in modo tale che i Destinatari siano in grado .di prendere decisioni autonome e siano resi consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti. La “Rigoni” si impegna a non sfruttare eventuali lacune contrattuali o di informazioni e conoscenze, o condizioni di debolezza economica delle proprie controparti.

#### **4.11 Rapporti con la concorrenza**

Il Gruppo rispetta rigorosamente le disposizioni di legge in materia di concorrenza e si astiene da comportamenti ingannevoli, collusivi e di abuso di posizione dominante e da ogni forma di concorrenza sleale.

#### **4.12 Tutela del capitale sociale, dei creditori e del mercato**

Uno degli aspetti centrali che qualificano eticamente la condotta della “Rigoni” è costituito dal rispetto di principi di comportamento intesi a garantire l'integrità del capitale sociale, la tutela dei creditori e dei terzi, il regolare andamento del mercato e, in genere, la trasparenza e la correttezza dell'attività della “Rigoni” sotto il profilo economico e finanziario.

#### **4.13 Rispetto della legalità e dei valori democratici**

Il Gruppo si impegna a non operare alcuna forma di finanziamento, diretto o indiretto, e a non agevolare in alcun modo gruppi, associazioni o singoli che perseguano finalità illecite, garantendo viceversa il rispetto della legalità e dei valori dell'ordinamento democratico.

### **5) NORME E STANDARD DI COMPORTAMENTO**

La “Rigoni” riconosce la centralità delle risorse umane nella convinzione che il principale fattore di successo di ogni impresa sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano, in un quadro di lealtà e fiducia reciproca. Accanto alla formazione istituzionale, erogata in determinati momenti della vita aziendale del dipendente (ad esempio per i neo assunti), viene svolta una formazione ricorrente rivolta a tutto il personale e finalizzata allo sviluppo delle capacità e delle competenze di ciascuno e alla piena valorizzazione delle risorse nell'ambito delle attività lavorative.

La “Rigoni” si impegna a rispettare e far rispettare l'igiene, considerata uno dei valori aziendali rivolto ai Destinatari.

Gli organi sociali, il management, il personale dipendente, i collaboratori esterni sono tenuti a:

- 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 previste dalla legge e dirette ai soci o al pubblico, al fine di fornire un'informazione veritiera e corretta sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria delle singole Società e del Gruppo;
- tenere, in caso di eventuale redazione di prospetti informativi o di documenti da pubblicare ai sensi dell'art. 2623 c.c., comportamenti corretti, nel rispetto delle norme di legge, per la tutela del patrimonio degli investitori, nonché dell'efficienza e della

trasparenza del mercato dei capitali;

- osservare rigorosamente le norme poste dalla legge a tutela dell'integrità ed effettività del capitale sociale (ad es.: fusioni, scissioni, acquisizioni di Aziende, ripartizione di utili e riserve, ecc.) e ad agire sempre nel rispetto delle procedure interne aziendali, che su tali norme si fondano, al fine di non ledere le garanzie dei creditori e dei terzi in genere;

Inoltre:

- assicura il regolare funzionamento dei propri organi sociali, garantendo ed agevolando
- ogni forma di controllo sulla gestione sociale prevista dalla legge nonché, la libera e corretta formazione della volontà assembleare; non permette il compimento di alcuna attività fraudolenta tendente ad alterare la formazione del prezzo di strumenti finanziari sul mercato. A tal fine, è imposto agli organi sociali, al management, al personale dipendente e ai collaboratori esterni di ciascuna Società del Gruppo di osservare le regole che presiedono alla corretta formazione del prezzo degli strumenti finanziari, evitando rigorosamente di porre in essere comportamenti idonei a provocarne una sensibile alterazione in relazione alla concreta situazione del mercato o la destabilizzazione patrimoniale del sistema bancario;

In particolare, - con riferimento alla formazione del bilancio - il Gruppo considera la veridicità, correttezza e trasparenza della contabilità, dei bilanci, delle relazioni e delle altre comunicazioni sociali previste dalla legge e dirette ai soci o al pubblico, principio essenziale nella condotta degli affari e garanzia di equa competizione. Pertanto, tutti i collaboratori sia interni che esterni impegnati nel produrre, processare, contabilizzare tali informazioni sono responsabili della trasparenza dei conti e dei bilanci. Ogni operazione avente rilevanza economica, finanziaria o patrimoniale deve avere una registrazione adeguata e per ogni registrazione vi deve essere un adeguato supporto documentale, al fine di poter procedere, in ogni momento, all'effettuazione di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione e consentano di individuare chi ha autorizzato, effettuato, registrato, verificato l'operazione stessa.

## **6) RAPPORTI CON L'ESTERNO**

### *a) Rapporti con la clientela*

I rapporti con la clientela devono essere continuamente rafforzati attraverso l'efficienza e la qualità del servizio, il livello di sviluppo tecnologico e l'affidabilità dei prodotti, nonché mediante l'informazione tempestiva precisa e veritiera sui servizi e sulle prestazioni offerte.

E' fatto obbligo al personale di:

- rispettare le procedure interne per la gestione dei rapporti con la clientela;
- offrire con efficienza e cortesia e nel rispetto delle previsioni contrattuali, servizi di alta qualità che soddisfino o superino le ragionevoli aspettative e necessità dei clienti;

- dare, con efficienza e cortesia, accurate ed esaurienti informazioni concernenti l'oggetto, il prezzo e le modalità di erogazione di prodotti e servizi, affinché i clienti possano assumere decisioni consapevoli;
- fornire comunicazioni veritiere.

La “Rigoni” si impegna a garantire adeguati standard di qualità dei prodotti e servizi offerti sulla base di livelli predefiniti e a ricorrere a moderne metodologie di verifica e misurazione del livello di soddisfazione della clientela per impostare interventi correttivi e migliorativi (contatto diretto con la clientela, indagini di mercato).

Il Gruppo si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami dei clienti e delle associazioni a loro tutela, avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi (posta, e-mail, fax, telefono, siti internet). A tal fine, apposite strutture sono dedicate a questo tipo di dialogo, fornendo spiegazioni o risolvendo i problemi di volta in volta esposti dai singoli clienti.

#### *b) Rapporti con i fornitori*

La “Rigoni” garantisce un rapporto di reale e corretta concorrenza tra i fornitori. La selezione dei fornitori e gli acquisti devono essere effettuati in base a valutazioni obiettive aventi ad oggetto la qualità, il prezzo e gli altri requisiti di necessità e utilità aziendale. I contratti con i fornitori devono essere redatti nella forma prescritta dalle Disposizioni di Gruppo/procedure aziendali e comunque per iscritto. In ogni caso, il compenso da corrispondere deve essere esclusivamente commisurato alla quantità e qualità della fornitura erogata.

E' fatto quindi obbligo al personale di:

- non ostacolare ad alcun fornitore in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di concorrere per l'assegnazione di una fornitura, adottando nella selezione criteri di valutazione oggettivi, secondo modalità dichiarate e trasparenti, ottimizzando l'utilizzo delle risorse dell'azienda;
- rispettare le condizioni contrattualmente previste;
- inserire nei contratti con i fornitori l'obbligazione espressa di attenersi ai principi del Codice.

#### *c) Rapporti con i collaboratori esterni*

Ai collaboratori esterni (compresi consulenti, intermediari, agenti, etc.) è richiesto di attenersi ai principi contenuti nel Codice Etico. Il personale aziendale, in rapporto alle proprie funzioni, curerà di:

- operare solo con persone e imprese qualificate e di buona reputazione;
- informare tempestivamente il proprio l'Amministratore Delegato in caso di incertezze relativamente a possibili violazioni del Codice da parte di collaboratori esterni;
- inserire nei contratti di collaborazione esterna l'obbligazione espressa di attenersi ai principi del Codice.

Gli accordi con i collaboratori esterni devono essere redatti nella forma prescritta dalle procedure aziendali e comunque per iscritto. In ogni caso, il compenso da corrispondere deve essere esclusivamente commisurato alla prestazione indicata in contratto e,

comunque, alle capacità professionali ed all'effettiva prestazione eseguita

## **7) POLITICA INFORMATIVA**

### **7.1 L'informazione**

L'informazione verso l'esterno dev'essere veritiera e trasparente.

I rapporti con gli organi di stampa e gli altri organismi di informazione sono affidati all'Amministratore Delegato che rappresenta le posizioni e l'attività della "Rigoni" in qualsiasi forma ed occasione (conferenze, partecipazione a convegni ed altri pubblici interventi, redazione di articoli o altre pubblicazioni).

La circolazione interna delle informazioni è limitata ai soggetti portatori di un effettivo interesse aziendale a conoscerle e ad utilizzarle, i quali si astengono dal parlarne senza motivo o in luoghi non appropriati, anche per evitare di incorrere in rivelazioni involontarie.

La divulgazione a terzi delle informazioni riservate e comunque ad uso interno richiede l'autorizzazione dell'Amministratore Delegato.

La salvaguardia del patrimonio sociale ricomprende la custodia e la protezione dei beni materiali ed intellettuali della società, nonché delle informazioni e dei dati di proprietà aziendale. Per l'importanza strategica di tali informazioni, è necessaria una loro corretta condivisione, che consenta la realizzazione degli obiettivi comuni alle diverse funzioni, nella consapevolezza che la diffusione non autorizzata, la manomissione, l'uso indebito o la perdita possono arrecare danni alla "Rigoni" ed ai suoi azionisti.

La "Rigoni" garantisce il trattamento dei dati personali e sensibili relativi ai propri dipendenti e ai terzi secondo i criteri previsti dalla normativa vigente in materia di *privacy*.

La tenuta delle scritture contabili avviene in coerenza con i principi di trasparenza, veridicità, completezza dell'informazione che guidano l'intera politica informativa della "Rigoni".

Le evidenze contabili della "Rigoni" devono essere basate su informazioni precise, esaurienti e verificabili.

Ogni scrittura nei libri contabili deve riflettere la natura dell'operazione, rappresentarne la sostanza e deve essere basata su una adeguata documentazione di supporto in modo da consentire:

- l'agevole registrazione contabile;
- l'individuazione dei diversi livelli di responsabilità;
- l'accurata ricostruzione dell'operazione.

I Sindaci ed i Revisori hanno libero accesso ai dati, alla documentazione ed alle informazioni utili per lo svolgimento delle attività di controllo di loro competenza. Tutti i dipendenti sono tenuti a prestare la propria piena collaborazione a tale scopo.

## **7.2 Il Sistema di Controllo Interno**

Il Gruppo diffonde a tutti i livelli una cultura caratterizzata dalla consapevolezza dell'esistenza dei controlli e dalla assunzione di una mentalità orientata all'esercizio del controllo. Deve essere promossa e incentivata una positiva attitudine ai controlli da parte degli organi sociali e del management, a tutti i livelli, in considerazione dell'apporto che questi danno al miglioramento dell'efficienza. Per controlli interni si intendono tutti gli strumenti necessari o utili a indirizzare, gestire e verificare le attività dell'impresa con l'obiettivo di garantire il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, proteggere i beni aziendali, gestire in modo efficiente le attività e fornire dati contabili e finanziari accurati e completi.

Per lo svolgimento della propria attività il controllo di gestione, i sindaci e le Società di revisione hanno libero accesso ai dati, alla documentazione e alle informazioni necessarie.

## **7.3 Salute, sicurezza e ambiente**

La "Rigoni" affronta il futuro avendo come valori primari le politiche per la sicurezza e la tutela ambientale. L'obiettivo di lungo periodo è di far tendere a zero gli incidenti di esercizio, gli infortuni sul lavoro e l'impatto sull'ambiente.

Nel campo della sicurezza dell'esercizio, l'obiettivo generale è quello di una ulteriore riduzione del numero e delle conseguenze degli incidenti, facendo leva sugli investimenti tecnologici, su nuove politiche attive per il fattore umano e sulla formazione.

Riguardo alla sicurezza e salute dei lavoratori e degli ambienti di lavoro, La "Rigoni" è impegnato a stimolare sempre più il management e il personale dipendente al rispetto sostanziale del vasto quadro legislativo.

Relativamente all'ambiente, il Gruppo è fortemente impegnato ad orientare la cultura aziendale volta proteggere l'ambiente e a valorizzarlo senza mutarne le caratteristiche. In questo contesto, e più in generale, La "Rigoni" cerca di far conoscere ai Destinatari le valenze dell'ambiente dell'Altopiano di Asiago – Sette Comuni. In questo campo, gli obiettivi sono il pieno adeguamento dei comportamenti e degli *asset* aziendali alla legislazione vigente.

Tutto il personale del Gruppo, nell'ambito delle proprie mansioni, partecipa al processo di prevenzione dei rischi, di salvaguardia dell'ambiente e di tutela della salute e della sicurezza nei confronti di se stessi, dei colleghi e dei terzi.

## **7) OSSERVANZA DEL CODICE**

Chiunque venga a conoscenza di comportamenti non conformi o di violazioni del Codice Etico ad opera di qualsiasi soggetto che intrattenga relazioni con La "Rigoni" è tenuto ad informare tempestivamente l'Amministratore Delegato. E' assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.