MANNI GROUP
BUILDING FUTURE

CODICE ETICO

LUGLIO 2018

INDICE

1. IL GRUPPO E LA SUA STORIA **3**

2. L'ETICA PER MANNI GROUP **6**

2.1 La nascita del Nuovo Codice Etico di Manni Group 6
2.2 L'importanza degli stakeholder 6
2.3 Sostenibilità vuol dire partecipazione 6
2.4 Il sistema dei valori: la nostra voce, la nostra forza, le nostre regole 7
2.5 Le parole chiave delineate nel rapporto con gli stakeholder 7

3. PAROLE CHE CONTANO: SONO I NOSTRI VALORI **8**

3.1 Il sistema dei valori 8
3.2 Correttezza 10
3.3 Relazioni 11
3.4 Obiettivi 12
3.5 Miglioramento 12
3.6 Compliance 14

4. COME LI TRADUCIAMO IN PRATICA: LE PAROLE CHIAVE DIVENTANO VALORI **15**

4.1 Fiducia 15
4.2 Onestà e trasparenza 15
4.3 Centralità delle risorse umane 15
4.4 Tutela del lavoro 15
4.5 Lealtà, correttezza e rispetto delle norme vigenti 16

5. IL PENTA VALUE **16**

5.1 Il cliente 16
5.1.1 Regole nei rapporti con la clientela 17
5.2 Collaboratori, la sicurezza e la tutela 17
5.2.1 Sicurezza sul lavoro 18
5.2.2 Tutela della privacy e della proprietà intellettuale 18
5.3 Fornitori 18
5.3.1 Valutazione e qualificazione dei fornitori 19
5.4 Istituzioni 19
5.4.1 Le regole principali nei rapporti con le istituzioni 20
5.4.2 Rapporti con le autorità regolatrici 20
5.4.3 Rapporti con la comunità 20
5.4.4 Sostegno a iniziative sociali e culturali 20
5.4.5 Donazioni e liberalità 20
5.4.6 Regole specifiche nei rapporti con la pubblica amministrazione 21
5.5 Manni Group nelle relazioni esterne 21
5.5.1 Gli shareholders 21
5.5.2 L'ambiente 22

6. L'APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO **22**

6.1 Comitato etico per la diffusione e l'attuazione del codice 22
6.2 La prevenzione dei reati ed il flusso di reporting 22
6.3 Destinatari 22
6.4 Obblighi destinatari 22

1. IL GRUPPO E LA SUA STORIA

1945
LE ORIGINI

1945
Luigi Manni avvia un'attività di commercio di materiali ferrosi e recuperi metallici.

1960
IL CAMBIAMENTO

1960
Sotto la guida di Giuseppe Manni inizia lo sviluppo industriale

1960
Nasce Manni Prodotti Siderurgici (Verona, IT)

1969
Nasce Manni Siderurgica (Verona, IT)

1970
L'INDUSTRIALIZZAZIONE

1972
Nasce **Sipre** a Mozzecane primo centro servizi di prelavorazione di travi laminate in Europa (Verona, IT)

1980
LA DIVERSIFICAZIONE

1980
Acquisizione delle Officine Riunite dei F.lli Lancini (Crema, IT)

1980
Nasce il secondo centro Sipre di prelavorazione travi (Crema, IT)

1982
Inaugurazione del Palazzetto, sede di Verona (IT)

1989
Acquisizione di **Isopan**. Produzione pannelli metallici coibentati. È l'inizio di una forte crescita. (Frosinone, IT)

OLTRE 70 ANNI DI ACCIAIO

MANNI GROUP BUILDING FUTURE

MANNI INOX CENTRO SERVIZI INOX

MANNI ENERGY ENERGY SOLUTIONS

MANNI STORE

MANNI GREEN TECH

1990
LA RIORGANIZZAZIONE

1993
Acquisizione di Commerciale Siderurgica Veronese

1995
Nasce **Manni Group SpA** (Verona, IT)

1996
Nasce Icom Engineering per la progettazione di strutture metalliche e la consulenza

2000
L'ESPANSIONE IN EUROPA

2000
Nasce Manni Group HP, la nuova Holding industriale (Verona, IT)

2001
Nasce Isopan Ibérica (Tarragona, Spagna). Partecipazione in Malavolta SpA

2002
Nasce Isopan a Trevenzuolo (Verona, IT)

2007
Nasce Isopan Est a Bucarest (Romania)

2008
Nasce **C.S.I. Centro Servizi Inox** (Verona, IT)

2010
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE: L'ENERGIA SI RINNOVA

2010
Ampliamento Sipre a Mozzecane (Verona, IT)

2011
Nasce **Manni Energy**

2012
Nasce Isopan Deutschland (Halle, Germania)
Fusione di Malavolta in Manni Sipre
Costituzione della International Business Division

2014
Avvio Isopan Rus (Volgograd, Russia) e Isocindu (Guanajuato, Messico)

2015-17
70 ANNI

2015
Manni Sipre e Isopan sono fornitori di Expo Milano 2015.
Manni Energy partecipa al progetto Demo Field del Parco Tecnologico Padano patrocinato da Expo

2016
Nuova global brand image: Gruppo Manni diventa Manni Group e con esso cambiano anche i marchi Manni Inox (Centro Servizi Inox) e Manni Immobilia

Nasce **Manni Store**

2017
Sturt-up di **Manni Green Tech** e di Digital Marketing & Communication

Sviluppo della partnership con REbuild

2. L'ETICA PER MANNI GROUP

2.1 LA NASCITA DEL NUOVO CODICE ETICO DI MANNI GROUP

La nuova Vision del Gruppo, i cui pilastri si basano su Innovazione, Internazionalizzazione e Sostenibilità, comporta l'adeguamento dell'organizzazione, dei comportamenti e pertanto anche una revisione del Codice Etico di Gruppo.
La presenza di diversi sistemi giuridici ha richiesto l'elaborazione di un Modello Organizzativo e di Compliance Internazionale, con il risultato di un controllo e di una rendicontazione integrate, per tutte le Nazioni in cui il Gruppo si trova ad operare.
Gli stakeholder, in questa nuova versione, sono stati ulteriormente coinvolti, affinché offrissero il loro punto di vista e fornissero in prima persona gli spunti per una nuova visione dell'Etica di Gruppo.

2.2 L'IMPORTANZA DEGLI STAKEHOLDER

Con il termine stakeholder (portatori di interesse) si intendono individui o gruppi che direttamente o indirettamente influenzano o sono influenzati da un'organizzazione e dalle sue attività. La lista dei soggetti identificati come stakeholder cambia secondo l'organizzazione e dipende da diversi fattori.
Sempre più membri e gruppi sociali esprimono il loro diritto di essere informati, consultati e coinvolti nei processi decisionali delle organizzazioni. Il coinvolgimento degli stakeholder è in grado di generare numerose opportunità per migliorare la gestione e la performance.
Nello specifico della rendicontazione sociale, il loro coinvolgimento è necessario in diverse fasi del processo, attraverso una partecipazione attiva e l'ascolto. Il Bilancio Sociale rappresenta anche il punto di vista dei portatori di interesse, essendo non solo uno strumento di comunicazione e rendicontazione, ma anche di ascolto e dialogo.
Lo stakeholder engagement più evoluto permette di allineare la performance sociale, ambientale ed economica alla strategia.

2.3 SOSTENIBILITÀ VUOL DIRE PARTECIPAZIONE

La formazione è stato il punto di partenza di questo progetto; si è basata sulla condivisione dei valori presenti nel Codice Etico già presente in Manni Group.
I partecipanti sono stati invitati a fare propri questi valori, nonché a rielaborarli in base alla propria sensibilità, esprimendo concetti che portassero ad un'esperienza nuova, con lo scopo di partecipare a creare il Nuovo Codice Etico.
Il progetto rientra nella ferma intenzione di Manni Group di operare secondo i criteri della sostenibilità ambientale, economica e sociale.
Se un processo o uno stato può essere mantenuto ad un certo livello, anche indefinitamente, si può definire sostenibile. Operare sulla sostenibilità sociale significa favorire condizioni di benessere umano (sicurezza, salute, istruzione) equamente distribuite per classi e genere. Ciò è possibile mettendo in pratica delle azioni per consentire l'adozione di metodologie o percorsi di valorizzazione delle pratiche responsabili già in corso, accompagnate da ulteriori piani di miglioramento in materia di responsabilità sociale e partecipazione in accordo con le norme nazionali, comunitarie e internazionali.
Il punto di partenza di questo percorso è stato quindi individuato nella formazione a tutti i livelli, con specifico riferimento ai temi dell'etica e della responsabilità.
Il risultato è un segnale molto positivo di collaborazione e partecipazione dei Dipendenti del Gruppo, che ha connotato questa nuova edizione del Codice Etico.

2.4 IL SISTEMA DEI VALORI: LA NOSTRA VOCE, LA NOSTRA FORZA, LE NOSTRE REGOLE

La formalizzazione del presente Codice Etico rappresenta per Manni Group un punto importante del proprio processo evolutivo sviluppatosi nel corso degli anni di attività. In coerenza con l'ideologia e le convinzioni che da sempre costituiscono la base dell'attività imprenditoriale posta in essere, si è percepita la necessità di diffondere la propria concezione di "Impresa Etica" a tutti i soggetti dell'organizzazione ed a tutti coloro che in modo diretto o indiretto entrino in contatto con la stessa. L'esigenza di definire in modo inequivocabile la visione etico-sociale-aziendale del Gruppo è cresciuta nel tempo, di pari passo con l'evoluzione sociale degli ultimi anni. In quest'ottica si inserisce anche l'adozione del Modello Organizzativo 231 che può essere considerato parte integrante del Codice Etico.

Il modello di sviluppo proposto è quello di un Gruppo che si pone sul mercato:

- come portatore di valori moralmente elevati;
- nella piena osservanza delle leggi;
- rispettando l'ambiente che ci circonda;
- garantendo una leale concorrenza alle altre strutture operanti nel medesimo settore;
- consentendo nuove opportunità di lavoro;
- sviluppando l'attitudine a coniugare i risvolti economici con quelli sociali della vita aziendale.

Su questi presupposti si realizza la Vision del Gruppo che prevede un completo coinvolgimento delle risorse umane nella comprensione dei bisogni reali dei Clienti, dell'Ambiente e della Società.
Fedele alle scelte di base, Manni Group si fonda sui valori dell'onestà e trasparenza, della democrazia, dell'equità e della solidarietà e si vincola al rispetto del presente Codice di comportamento in tutti i suoi atti interni o rivolti al mondo esterno.
In questo contesto il presente Codice Etico costituisce un riferimento al quale tutti i soggetti che partecipano alle attività delle Società controllate da Manni Group S.p.A. (ed in primo luogo i soggetti chiamati a gestirle) devono uniformare la condotta. Questo implica l'accettazione delle regole, dei ruoli, degli assetti e responsabilità connesse, la cui violazione, pur non determinando responsabilità aziendale verso terzi, porterà il soggetto che non si sia uniformato a rispondere verso l'interno e verso l'esterno del Gruppo.

2.5 LE PAROLE CHIAVE DELINEATE NEL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER

La raccolta dei valori è scaturita principalmente in occasione di alcune sessioni formative interne rivolte ai propri Collaboratori, i principali stakeholder dell'Azienda, senza distinzione di mansione, estrazione culturale, collocazione geografica e rapporto con l'Azienda.
A ciascuno di loro è stato chiesto di scrivere su un post-it quali fossero i valori più importanti, su cui volevano che fosse fondato il nuovo Codice Etico di Manni Group.
Dopo aver raccolto spunti, valori ed indicazioni, sono state estrapolate tutte le parole chiave, proseguendo con la differenziazione dei termini, secondo criteri di analogia, e suddividendole in gruppi omogenei, al fine di pervenire ad una somma di valori essenziali, e generare un prospetto che rendesse più chiara e veloce l'analisi di tali parole, anche con l'ausilio di grafici selettivi.

3. PAROLE CHE CONTANO: SONO I NOSTRI VALORI

La raccolta dei dati così elaborati, è stata la base per la creazione del Nuovo Codice Etico di Gruppo.
Esso costituisce un'evoluzione del Codice Etico precedente, che contiene più diffusamente i contributi degli Stakeholder, in modo fluido e fondante, a dimostrazione che gli elevati valori etici da sempre espressione della volontà del Gruppo, possono essere stimolati e rafforzati dal connubio con quelli espressi dalle persone che portano interessi diversi ma contigui.

3.1 IL SISTEMA DEI VALORI

Le parole chiave espresse dagli stakeholder sono state raggruppate con lo scopo di ottenere alcuni insiemi omogenei che descrivessero efficacemente i valori essenziali. Il risultato è uno schema di valori positivo e propositivo, che rappresenta sia i principi etici che ciascuno sente di esprimere nella propria vita, non solo professionale, sia quelli che desidera vedere espressi ed applicati dalla propria Azienda e dai propri colleghi.
Come si può osservare nel grafico, il gruppo di valori più sentito è quello che si riconduce al concetto di correttezza, che presenta un numero di ricorrenze più che doppio rispetto agli altri. Si tratta di una scelta che testimonia l'attenzione verso i valori base della convivenza umana, indipendentemente dal ruolo o dalla natura del rapporto.
Gli altri gruppi di valori presentano un numero di ricorrenze sostanzialmente simile, testimoniando un notevole equilibrio ed una sincera comunanza di scopo fra tutti i dipendenti coinvolti. Una leggera prevalenza viene assegnata al gruppo degli Obiettivi, nonché a quello delle Relazioni, dove le parole chiave esprimono efficacemente il desiderio di valorizzazione delle persone ed il senso di appartenenza all'Azienda.

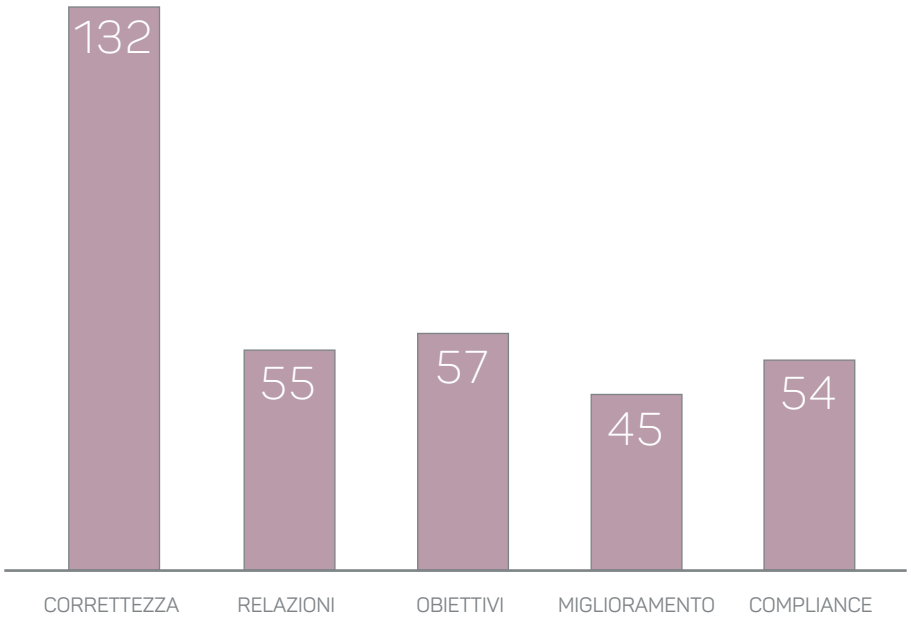
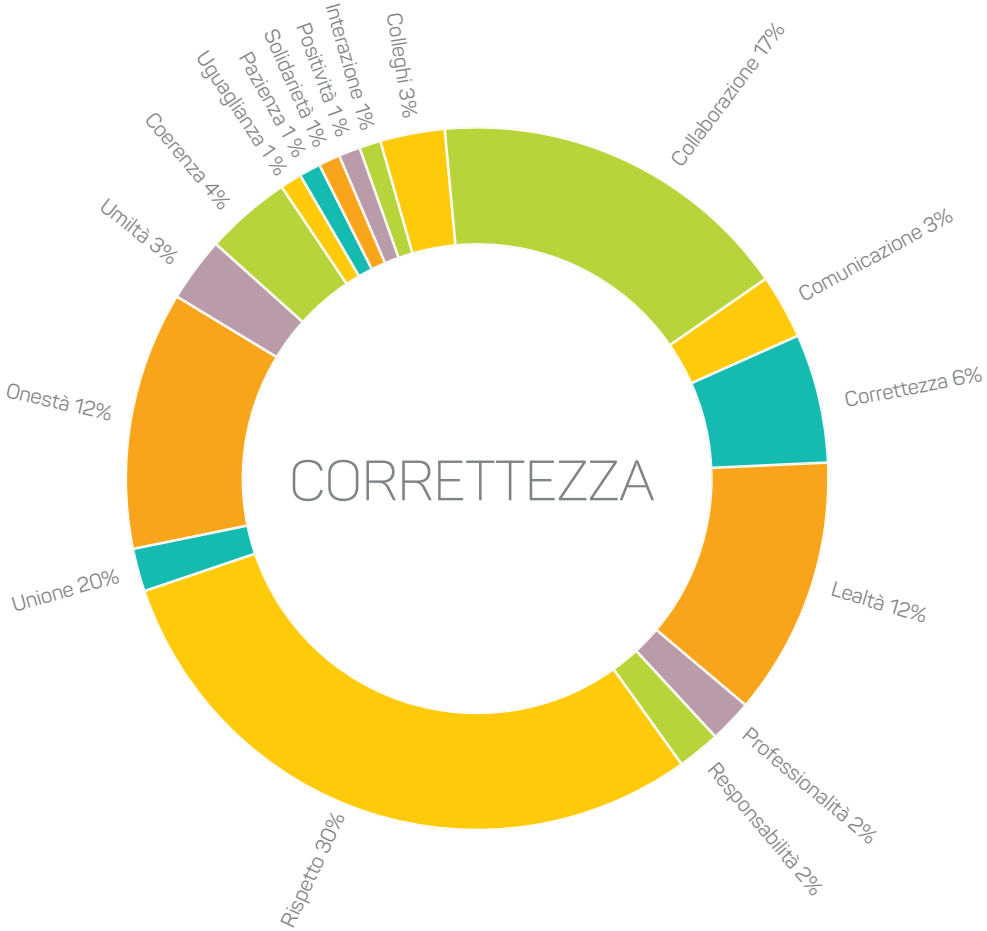


Grafico realizzato con le parole chiave degli stakeholder

3.2 CORRETTEZZA

Il valore della correttezza è il più sentito dagli stakeholder di Manni Group, e rappresenta il punto cardine su cui si snoda la coscienza etica di tutta l'Azienda. Le parole chiave più sentite sono il rispetto, la lealtà, la collaborazione e l'onestà. Nel sentire degli stakeholder, hanno quindi un grande rilievo le declinazioni concrete di quel principio di onestà che deve improntare ogni azione umana: ecco quindi che la lealtà ne diventa il primo aspetto concreto, insieme al rispetto e alla collaborazione, che assumono la portata di criteri guida dell'operare di ogni giorno, soprattutto nel contesto professionale. Emergono altresì, con un sensibile numero di ricorrenze, i valori dell'umiltà e della comunicazione.

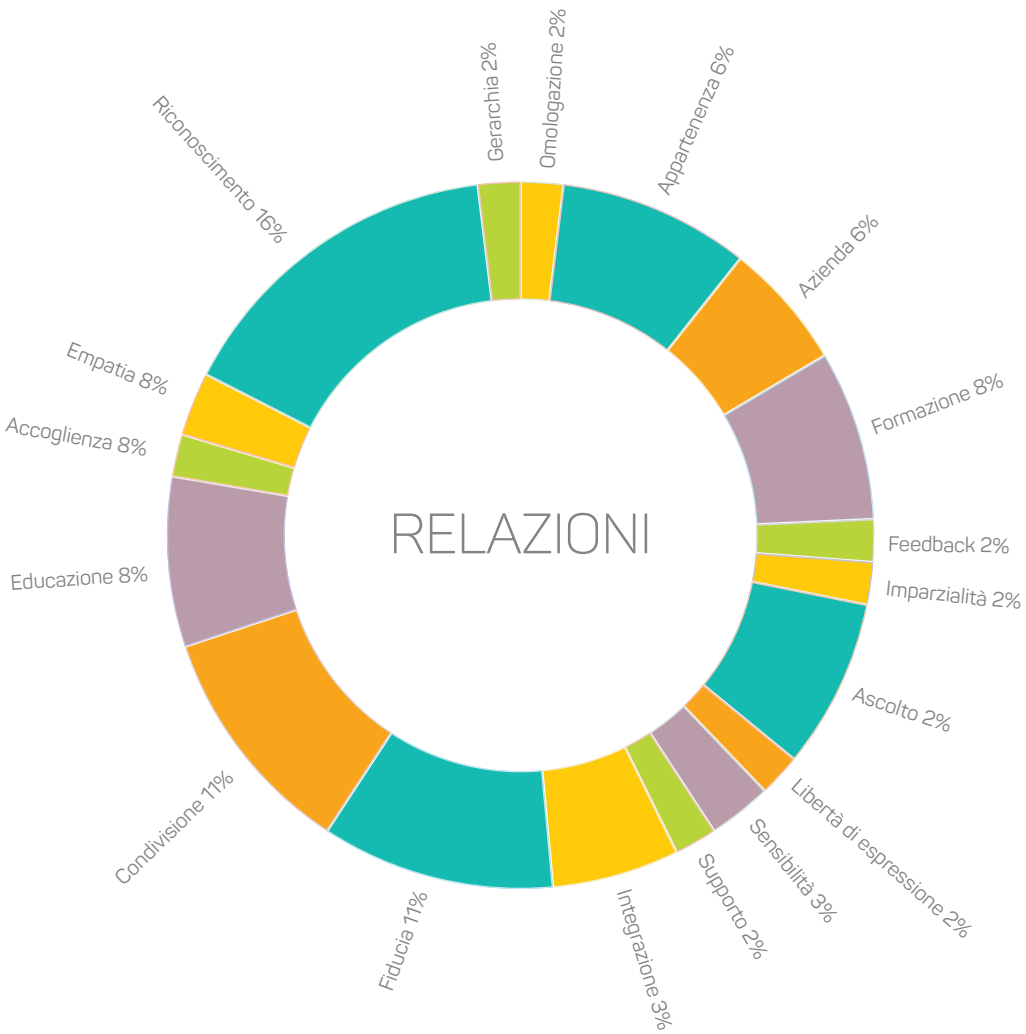
IL SISTEMA DEI VALORI: CORRETTEZZA



3.3 RELAZIONI

Il tema delle relazioni si conferma molto sentito fra gli stakeholder di Manni Group, dimostrando la grande sensibilità verso i rapporti fra le persone, e fra le persone e l'Azienda.
In questo gruppo si evidenziano i valori che mettono in relazione il Collaboratore con i Colleghi e con l'Azienda. Vediamo infatti le parole Appartenenza e Azienda nelle prime posizioni, e a seguire i concetti di Condivisione e Fiducia.
L'esigenza di un rapporto comunicativo fra Collaboratore e Azienda è confermato dall'importanza che assumono le parole chiave come Formazione, Riconoscimento e Ascolto.
Una posizione di rilievo assume anche il valore dell'Educazione, che insieme con Accoglienza, Integrazione ed Empatia, attestano l'interesse verso un'Azienda inclusiva e vivibile soprattutto sul piano dei rapporti umani.

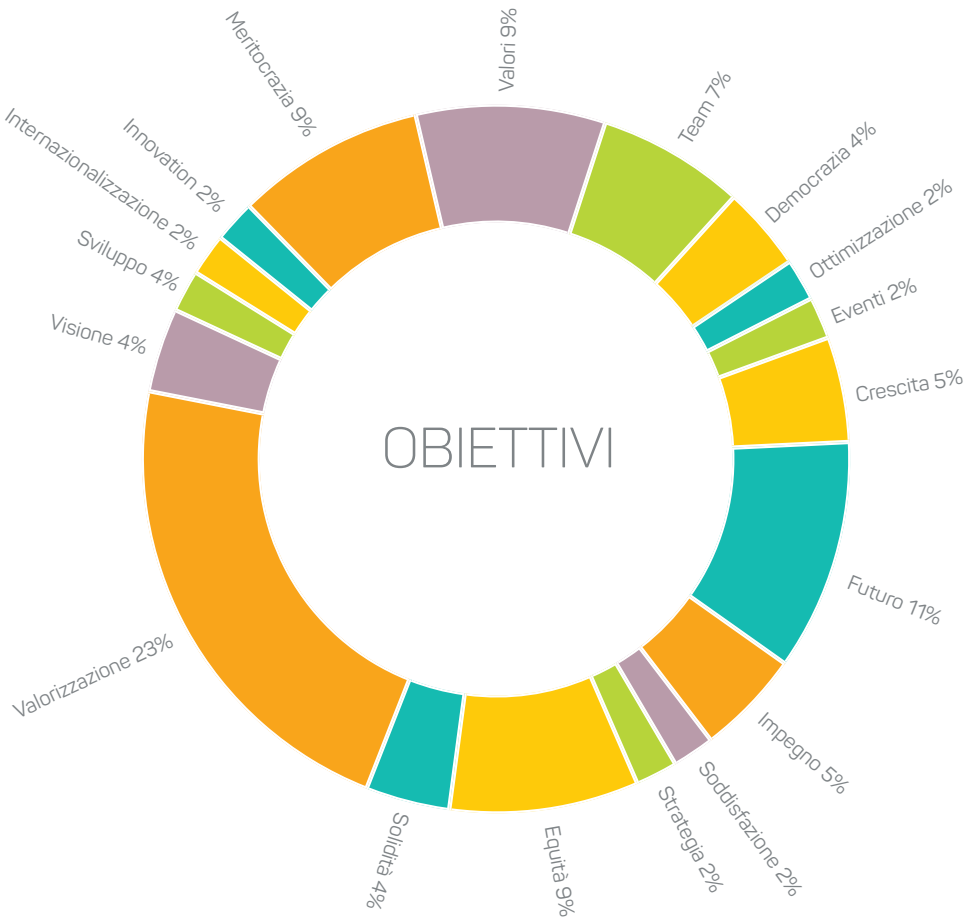
IL SISTEMA DEI VALORI: RELAZIONI



3.4 OBIETTIVI

Il tema degli obiettivi è emerso con forza nell'esperienza con gli stakeholder, imponendo una riflessione che parte dal concetto di futuro. Si tratta di un concetto talmente sentito da essere indicato come valore, non distante da quello di Solidità e di Crescita, testimonianza di una ricerca di sicurezza e tutela che gli stakeholder chiedono e si aspettano con fiducia anche dall'Azienda.
Il valore più nominato è quello della Valorizzazione, richiamato anche da quello della Meritocrazia e dell'Equità. Queste preferenze dimostrano che i Collaboratori sentono l'esigenza di una crescita individuale, guidata dall'Azienda con particolare attenzione al riconoscimento dei meriti effettivi di ciascuno.

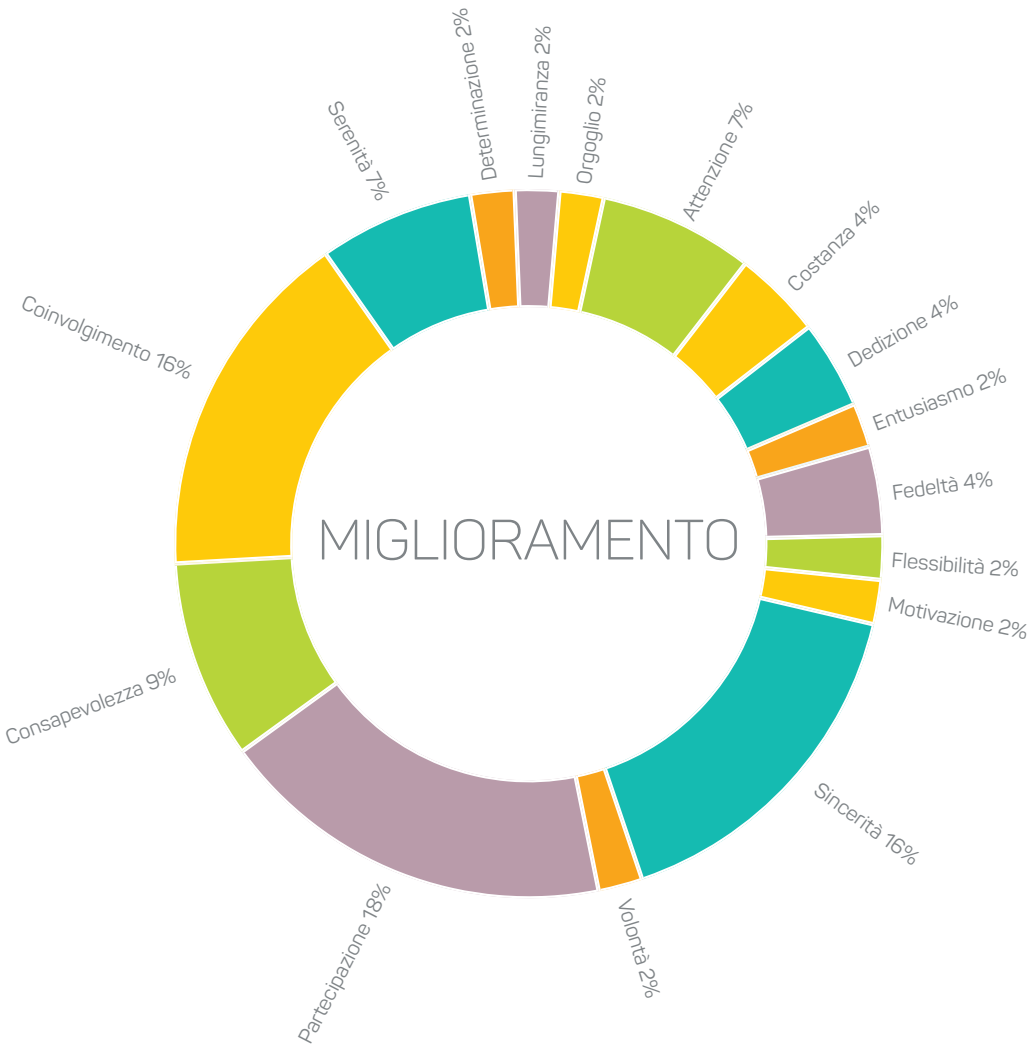
IL SISTEMA DEI VALORI: OBIETTIVI



3.5 MIGLIORAMENTO

Il senso del divenire si concretizza in alcuni aspetti che rendono l'azione dell'Azienda efficace ed etica insieme. Gli stakeholder hanno evidenziato con enfasi i valori di Partecipazione, Coinvolgimento, e Sincerità, ritenendoli il fulcro di un miglioramento continuo che passa anche per la necessaria Consapevolezza.
L'Attenzione da parte dell'Azienda verso i Collaboratori, si associa come valore alla Serenità.
La Fedeltà, la Costanza e la Dedizione, sono riferimenti che dimostrano la sensibilità e l'impegno verso la crescita della propria Azienda.

IL SISTEMA DEI VALORI: MIGLIORAMENTO



3.6 COMPLIANCE

Il tema della compliance è stato oggetto di un ciclo di formazione ampiamente strutturato, e questo spiega in parte la notevole sensibilità dei Collaboratori. La massima importanza è stata assegnata al valore della Trasparenza, intesa come efficace assunzione di responsabilità in caso di conflitti di interesse in ogni ambito, da quello dell'osservanza delle leggi, a quello della corretta rappresentazione di ogni situazione potenzialmente foriera di comportamenti non-compliant.
La Sicurezza e la Sostenibilità vanno di pari passo, seppure ad una certa distanza, dimostrando che i concetti base, come la Trasparenza, vengono visti come molto importanti in quanto fonte dei risultati virtuosi che ne costituiscono il risultato concreto.

IL SISTEMA DEI VALORI: COMPLIANCE

4. COME LI TRADUCIAMO IN PRATICA: LE PAROLE CHIAVE DIVENTANO VALORI

4.1 FIDUCIA

Manni Group ha successo grazie alla fiducia reciproca di tutti i soggetti che quotidianamente conferiscono il loro apporto. La fiducia si basa sulla condivisione di Vision e Mission e sul rispetto da parte di ciascuno dei valori e delle disposizioni del presente Codice: ciascun soggetto si impegna alla sua stretta osservanza. Il mancato rispetto delle norme di cui al presente Codice non è compatibile con l'attività svolta dal soggetto stesso a qualunque livello.
Naturale corollario a quanto sopra è il reciproco rispetto, nell'ambito dei ruoli assegnati, che conduca ad una cooperazione tra i soggetti caratterizzata da una complessiva urbanità dei modi e da un linguaggio che sia conforme all'atteggiamento di buona educazione che deve regnare nell'ambito della struttura e verso l'esterno.

4.2 ONESTÀ E TRASPARENZA

Manni Group deve assicurarsi che i suoi Rappresentanti e Collaboratori abbiano la consapevolezza del significato etico delle loro azioni e non perseguano l'utile personale o aziendale a discapito del rispetto delle leggi vigenti e delle norme qui esposte. In particolare deve evitare che vengano attribuiti vantaggi illeciti a Clienti o fornitori. Manni Group deve assicurarsi che i suoi Rappresentanti e Collaboratori non operino in situazioni in cui siano titolari, per conto proprio o di terzi, di interessi in conflitto con quelli delle proprie controparti contrattuali. Inoltre il Gruppo deve assicurarsi che tutti gli Stakeholder tengano comportamenti chiari, corretti e diligenti volti a favorire e proteggere la positiva immagine dell'impresa. A tal fine è assicurata l'informazione più completa e trasparente possibile riguardo alle linee guida delle attività sociali.

4.3 CENTRALITÀ DELLE RISORSE UMANE

La valorizzazione delle risorse umane, il rispetto della loro autonomia e della loro professionalità, l'opportunità data a ciascun Collaboratore di essere informato e di sentirsi maggiormente coinvolto nelle attività dell'impresa, costituiscono principi fondamentali per lo sviluppo dell'intera organizzazione. A tal fine sono puntualmente predisposti programmi di aggiornamento e formazione atti a valorizzare e ad adeguare alle strategie e all'evoluzione socio-economica, le professionalità specifiche e le competenze acquisite.
La valorizzazione e il riconoscimento delle capacità di ciascun collaboratore passano attraverso occasioni di job rotation che consentono di far coincidere esigenze aziendali con aspirazioni e nuovi interessi maturati dalle persone.
Contestualmente, in coerenza con i temi di Innovazione ed Internazionalizzazione, vengono selezionate ed inserite figure giovani, aperte al mondo e con eccellenti percorsi di studi e competenze linguistiche, orientati alla ricerca e curiosi per tutto quello che riguarda le nuove tecnologie.

4.4 TUTELA DEL LAVORO

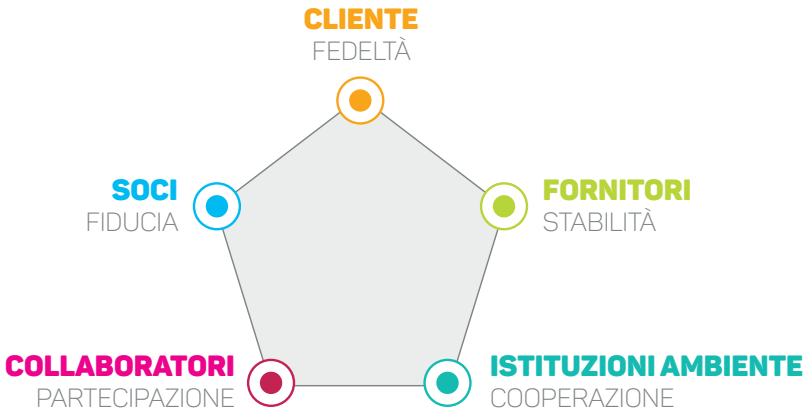
Manni Group deve assicurarsi che i suoi Rappresentanti e Collaboratori operino tenendo conto delle concrete circostanze evitando comportamenti discriminatori ed opportunistici. Si obbliga inoltre a non fare discriminazioni di razza, religione, sesso, opinioni politiche ed handicap fisici. Deve anche assicurarsi che i suoi rappresentanti e Collaboratori adottino tutte le misure di sicurezza richieste dall'evoluzione tecnologica e si adopera affinché venga garantita l'integrità fisica e la personalità morale dei prestatori di lavoro.
Infine per meglio tutelare i diritti dei lavoratori e la crescita della democrazia economica, si impegna a favorire buoni e continuativi rapporti con le Associazioni e le Organizzazioni Sindacali di tutela dei lavoratori.

4.5 LEALTÀ, CORRETTEZZA E RISPETTO DELLE NORME VIGENTI

Correttezza e lealtà, unite alla trasparenza descritta in precedenza, sono reputati dal Gruppo valori essenziali. L'impegno alla correttezza è massimo da parte del Gruppo e pertanto ci si aspetta che ogni soggetto faccia propri tali valori che costituiscono un elemento imprescindibile. La performance economica è sicuramente fondamentale per la sopravvivenza di un'attività imprenditoriale ma l'obiettivo è quello di raggiungere il risultato in modo corretto e impegnandosi a garantire il rispetto delle regole.
Il Gruppo si pone come promotore di questi valori e si aspetta che tutti coloro che in un modo o nell'altro interagiscono con l'organizzazione adottino gli stessi principi. Nei rapporti con le imprese concorrenti si ispira al principio della concorrenza leale.
Pertanto il Gruppo si impegna a rispettare ed a far rispettare le normative nazionali ed internazionali vigenti e le prassi riconosciute, inerenti l'attività svolta, anche attraverso attività di prevenzione di illeciti ed applicazione del Modello 231.

5. IL PENTA VALUE

Emblema della filosofia del Gruppo è il Penta Value, che riassume gli asset intangibili sviluppati in coerenza con la Visione Strategica e con i Valori Aziendali di riferimento.



L'esperienza dimostra che la creazione di valore nasce da una crescita di lungo periodo unita ad una forte attenzione al patrimonio intangibile e ad una giusta attenzione ai rischi. Il Penta Value evidenzia gli assets per ottenere detta crescita.

5.1 IL CLIENTE

Le persone capaci d'interagire con il Cliente ed il mercato possono aiutarci ad individuare il business e l'evoluzione futura dei suoi bisogni. I business in cui operiamo, in particolare quello dell'acciaio, sono business maturi, dove normalmente si producono Commodity. L'unico modo per differenziarsi e dare valore aggiunto a tali beni è quello di concentrarsi nello sviluppo e nell'offerta di servizi correlati di elevato livello.
Il valore, quindi, si crea non solo per l'Azienda, ma anche per tutti i soggetti in relazione con essa. Dall'analisi dei bisogni del Cliente nasce l'orientamento alla ricerca e allo sviluppo del business. Si crea valore in Azienda solo se si crea valore per il Cliente.
L'evoluzione del nostro Gruppo deve molto anche alla crescita costante del numero dei Clienti ed alla loro fedeltà nel tempo. Pertanto i prodotti e servizi proposti, ed il patrimonio di tecnologia ed anche di etica che ci caratterizza, vogliono essere uno strumento per poter ripagare tale fedeltà attraverso proposte sempre più in linea con le aspettative dei Clienti stessi.

5.1.1 REGOLE NEI 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.

È fatto obbligo al personale del Gruppo 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 pubblicitarie, o di altro genere, veritiere. Il Gruppo si impegna a garantire adeguati standard di qualità dei servizi offerti sulla base di livelli predefiniti ed a ricorrere a moderne metodologie di verifica e misurazione del livello di soddisfazione della clientela per impostare interventi correttivi e migliorativi (Carta dei Servizi, 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.

5.2 COLLABORATORI, LA SICUREZZA E LA TUTELA

Le persone e la loro crescita professionale sono l'asset su cui investire maggiormente per creare valore riconoscibile nel tempo. La creazione di valore per i Collaboratori si esprime attraverso ogni azione che favorisca la loro crescita personale e professionale. Il valore creato viene misurato dal livello e dalla qualità della collaborazione ottenuta.
Per quanto riguarda i ruoli apicali, dirigere, cioè essere Manager, significa avere una visione complessiva e condividere la missione aziendale e gli obiettivi a essa legati, possedere leadership e interesse a valorizzare le persone e le loro attitudini e capacità.
Il manager inoltre, vedendo chiaramente come le attività aziendali risultino connesse e interdipendenti, nella sua attività di responsabile ricerca meccanismi d'integrazione dei sottosistemi dell'impresa e adotta i più appropriati metodi di sincronizzazione.
È necessario analizzare sempre i fatti, parlare con i dati, raggiungere gli obiettivi programmati. È importante, infine, essere capaci di contrastare la strategia del lamento, la cultura del pregiudizio, la ricerca di alibi come mezzo di fuga dalle responsabilità.
Per assumersi fino in fondo piccole e grandi responsabilità, esercitando appieno il ruolo, è necessario avere l'umiltà di verificare continuamente il corretto allineamento del proprio operare con le strategie dell'Azienda rispettandone scelte, priorità e valori.
L'impegno è di creare uno stile Manni! Il nostro Gruppo si presenta con tale impegno verso la crescita del proprio management e, al tempo stesso, ritiene d'avere ancora significativi spazi di miglioramento sul mercato, da poter guardare con serenità alle ardue sfide competitive che l'attendono.

5.2.1 SICUREZZA SUL LAVORO

Manni Group si è sempre distinto per assegnare la massima attenzione ai temi di sicurezza, come valore, necessario a garantire l'incolumità e la serenità ambientale dei propri Collaboratori.
Le procedure operative sono costantemente aggiornate. Le normative specifiche, anche di tipo settoriale, vengono applicate in modo estremamente scrupoloso e le relative modalità, per quanto possibile, vengono estese a tutte le lavorazioni ampliando le garanzie di prevenzione.
Il sistema è uniformato a livello di gruppo e monitorato grazie all'intervento dell'Organismo di Vigilanza nominato ai sensi del D.lgs. 231/2001. Su tutti gli adempimenti sovrintende, a livello di gruppo, il Modello Organizzativo elaborato ai sensi del D.lgs. 231/2001.
I lavoratori di Manni Group sono considerati, in conformità alle definizioni del D.lgs. 81/2008, come dei "creditori di sicurezza": ciò significa che l'Azienda è tenuta ad apprestare tutte le condizioni, materiali e formative, per prevenire ogni fatto che possa incidere negativamente sugli aspetti di salute e sicurezza dei lavoratori.
Gli adempimenti indicati nel Testo Unico e nelle normative complementari e suppletive sono quindi osservate con il massimo scrupolo, e la spesa conseguente si avvale di un budget specifico che consente di operare senza alcuna ristrettezza.
D'altro canto il Collaboratore è anche "debitore di sicurezza", verso i propri colleghi e verso se stesso: ha quindi il dovere di osservare con il massimo scrupolo tutte le normative che gli competono, le istruzioni operative e gli obblighi di utilizzo delle strumentazioni e dei dispositivi di protezione individuale. A tale proposito il sistema delle Verifiche Ispettive, che viene tenuto costantemente aggiornato con le evoluzioni delle normative e delle concrete situazioni operative, si avvale della supervisione dell'Organismo di Vigilanza nominato ai sensi del D.lgs. 231/2001.

5.2.2 TUTELA DELLA PRIVACY E DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Manni Group tutela la riservatezza di tutte le informazioni in proprio possesso assicurando il rispetto della legislazione vigente in materia di privacy.
La Società vieta ogni uso improprio delle informazioni dei Dipendenti e Collaboratori e qualsiasi indagine sulle loro idee, preferenze, gusti personali e, in generale, sulla loro vita privata.
Ai destinatari del presente Codice è fatto divieto di utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi all'esercizio della propria attività professionale e/o al di fuori dei limiti previsti dalla normativa vigente.
I destinatari del presente Codice devono inoltre salvaguardare, secondo il principio della riservatezza, la tutela del know-how tecnico, finanziario, legale, amministrativo, di gestione del personale e dell'attività aziendale e, più in generale, ogni informazione ottenuta in relazione alle mansioni e agli incarichi svolti, riconoscendone la proprietà a Manni Group.

5.3 FORNITORI

Esiste anche un valore creato per i fornitori, che non vengono visti come antagonisti. La propensione del Gruppo è verso la ricerca di relazioni durature impostate su partnership, piuttosto che verso singoli affari, in modo tale da poter garantire un costante miglioramento delle performance. La tradizionale propensione alla partnership con i fornitori locali si è arricchita grazie alla collaborazione con partner di diverse culture e provenienze, appartenenti al mercato globale, pur mantenendo la inevitabile propensione alla solidarietà e al rispetto delle condizioni di lavoro in termini di sicurezza e correttezza dei rapporti.
L'attenzione di Manni Group si rivolge inoltre alla più scrupolosa osservanza delle normative di sicurezza dei prodotti, e più in generale degli indispensabili criteri di

qualità che da sempre caratterizzano l'offerta del Gruppo. La creazione di valore per i fornitori deriva dalla aumentata presenza sui nostri mercati di riferimento, in termini di volumi e di distribuzione geografica, e dalla correttezza e rispetto nei rapporti, nei contratti e nei pagamenti. Nella scelta di fornitori e collaboratori esterni, Manni Group si adopera a ricercare controparti caratterizzate da professionalità ed impegno nella condivisione dei valori contenuti nel presente Codice Etico. Valutazione e qualificazione dei fornitori.

5.3.1 VALUTAZIONE E QUALIFICAZIONE DEI FORNITORI

La valutazione dei fornitori da parte di Manni Group intende rappresentare un'opportunità per la loro crescita e valorizzazione. Manni Group adotta specifiche procedure che rendano valutabili le competenze del fornitore per migliorare le proprie prestazioni nel caso esse presentino anomalie che possano pregiudicare il mantenimento della sua qualificazione.
Tutti coloro che si occupano di approvvigionamento all'interno del Gruppo e più genericamente di acquisto di beni e servizi o di stipula di contratti di collaborazione con soggetti esterni, devono tassativamente operare seguendo alcuni principi basilari quali:

- informazione ai partners dei principi e valori perseguiti dal Gruppo;
- osservanza delle procedure interne esistenti in tema di selezione e gestione dei rapporti con fornitori e Collaboratori esterni;
- selezione delle controparti attraverso criteri di valutazione oggettivi e trasparenti;
- sviluppo di collaborazioni con fornitori e Collaboratori in modo tale da poter garantire la massima soddisfazione dei Clienti in termini di costi, qualità di prodotti/servizi e tempi di consegna;
- utilizzo di prodotti e servizi acquisiti alle migliori condizioni possibili di mercato nel rispetto delle leggi vigenti;
- rispetto delle condizioni contrattuali previste;
- comunicazione alla Direzione di eventuali problemi che possano sorgere nello svolgimento di tali attività.

5.4 ISTITUZIONI

Anche il valore verso le Istituzioni rientra all'interno del nostro Penta Value. Il Gruppo ha sviluppato ciò che viene definito il "Volto Sociale dell'Impresa".
Proprio per la consapevolezza dell'importanza il "Bilancio Sociale" viene presentato annualmente durante l'Assemblea aperta appunto anche alle istituzioni oltre che a tutti i portatori di interesse del Gruppo, in modo tale che siano essi stessi a confermare, approvandolo, il Volto Sociale del Gruppo.
Il Volto Sociale dell'Impresa è rappresentato nel modo di essere e di fare dell'impresa.
Continua l'attenzione all'interculturalità, con attività mirate all'integrazione dei Collaboratori di diverse etnie.
Le attività di ricerca ed innovazione caratterizzano costantemente la nostra attività. Esse rappresentano anche un'importante occasione di crescita per i Collaboratori che hanno la possibilità di apportare il loro contributo. Nello specifico le società più importanti del Gruppo sviluppano progetti di Ricerca ed Innovazione con la collaborazione di alcune Università e Consulenti esperti in materia.
Il Gruppo ha mantenuto attivi nel tempo numerosi progetti di solidarietà come il sostegno dell'Ospedale di Dubbo in Etiopia e della Verona Brain Research Foundation.

5.4.1 LE REGOLE PRINCIPALI NEI RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI

Manni Group sviluppa con le istituzioni rapporti costanti di collaborazione e comunicazione riguardanti esclusivamente:

- l'attività normativa e amministrativa relativa alle attività del Gruppo,
- la salvaguardia ambientale,
- la prevenzione dei rischi.

Gli Amministratori, i Dipendenti e i Collaboratori del Gruppo agiscono verso le istituzioni con integrità e correttezza. Il Gruppo adotta un Modello Organizzativo specifico per la prevenzione dei reati nei confronti della pubblica amministrazione.

5.4.2 RAPPORTI CON LE AUTORITÀ REGOLATRICI

Manni Group si impegna a fornire alle autorità nazionali e locali deputate al controllo e regolazione dei servizi tutte le informazioni richieste, in maniera completa, trasparente, corretta, adeguata e tempestiva.

5.4.3 RAPPORTI CON LA COMUNITÀ

Il Gruppo si impegna a prestare attenzione alle sollecitazioni provenienti dalle comunità in cui opera, realizzando iniziative di consultazione, informazione e coinvolgimento. Ciò vale in modo particolare per la vita del territorio dei propri stabilimenti in Itala e all'estero.

5.4.4 SOSTEGNO A INIZIATIVE SOCIALI E CULTURALI

Nel sostegno di iniziative sociali e culturali e in genere nelle sponsorizzazioni, Manni Group si attiene ai criteri definiti nell'ambito del Modello Organizzativo, tenendo in considerazione unicamente iniziative coerenti con i propri obiettivi strategici, con i principi di responsabilità ambientale e sociale, con gli indirizzi esplicitamente assunti dal Consiglio d'Amministrazione.
Manni Group non eroga contributi di alcun genere a partiti politici e a candidati alle elezioni e si astiene da qualsiasi forma di pressione, verso rappresentanti pubblici, atta a procurare vantaggi all'Azienda.

5.4.5 DONAZIONI E LIBERALITÀ

Nelle eventuali donazioni e nella concessione di liberalità Manni Group si attiene ai principi definiti dal Modello Organizzativo, privilegiando iniziative che offrono una garanzia di qualità, che si distinguono per il messaggio etico trasmesso e che – in coerenza con la sua missione – contribuiscono allo sviluppo sociale.

5.4.6 REGOLE SPECIFICHE NEI RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

È fatto divieto agli Organi Sociali, al Management, al Personale Dipendente ed ai Collaboratori Esterni di ciascuna Società del Gruppo, di dare o promettere omaggi, denaro, benefici e/o qualsiasi altra utilità, personale e non, nell'ambito delle attività svolte per il Gruppo, tali da ingenerare, in un terzo imparziale, anche solo il sospetto di aver agito nell'interesse e per conto dello stesso, fatta eccezione per gli omaggi di modico valore riconducibili alle normali relazioni di cortesia o pratiche commerciali.
Eventuali omaggi di modico valore o atti di cortesia o di ospitalità, tali da non compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti, devono essere in ogni caso preventivamente autorizzati.
I rapporti con pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, con soggetti pubblici e/o privati che erogano servizi pubblici, e - in ogni caso - qualsiasi rapporto di carattere pubblicistico, devono sempre ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge applicabili, ai principi di onestà e correttezza, nonché al rispetto delle procedure esistenti.

La gestione dei rapporti con esponenti della Pubblica Amministrazione è riservata esclusivamente alle funzioni aziendali a ciò preposte e autorizzate. Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, i destinatari non devono influenzare impropriamente le decisioni delle amministrazioni interessate, in particolare dei funzionari che trattano o decidono per conto delle stesse.
I destinatari, nello svolgimento delle attività per conto del Gruppo, non possono accettare o ricevere doni o omaggi eccedenti le normali pratiche di cortesia, o le consuete relazioni di lavoro. Essi non possono, in ogni caso, ricevere o accettare denaro o altri beni, facilmente convertibili in denaro.

5.5 MANNI GROUP NELLE RELAZIONI ESTERNE

5.5.1 SHAREHOLDERS
LO SCHEMA DI BASE DELLA GOVERNANCE SOCIETARIA

La gestione della Governance prevede che ogni configurazione avvenga con grande anticipo e che siano previste al vertice regole precise per la successione o per il turnover in casi di necessità.
È necessario separare la figura dei Rappresentanti di capitale dai Rappresentanti di gestione nei diversi organismi preposti. Anche in virtù di tale separazione, è necessaria la massima fiducia reciproca nei rapporti tra Soci e Rappresentanti di gestione. La lesione del rapporto fiduciario fa venir meno la prosecuzione di qualsiasi tipo di rapporto.
La logica per indicare i responsabili di gestione è quella di privilegiare la preparazione e le capacità da un lato, la collaborazione e la correttezza dall'altro.
I processi interni relativi al "Risk Management" e al programma di "Succession & Development" mirano a mappare e gestire, con continuità, attraverso procedure riviste ed aggiornate, i potenziali rischi per assicurare la stabilità e la continuità del business.
A tal fine sono state coinvolte figure con competenze e formazione specifiche, con il diretto controllo del Board della Holding, per assicurare il costante aggiornamento dei processi e la copertura dei ruoli apicali in tutte le aziende del Gruppo.
La finanza non è mai stata al centro dell'attività aziendale né oggetto di processi di accumulazione, essendo invece supporto necessario allo sviluppo dei progetti e degli investimenti con cui il Gruppo ha innovato e generato stabilità del patrimonio aziendale nel tempo.

5.5.2 L'AMBIENTE

Manni Group gestisce le proprie attività perseguendo la tutela dell'ambiente con il miglioramento continuo delle sue prestazioni relativamente agli impatti ambientali della sua attività. A tale fine si impegna a:

- adottare sistemi di gestione ambientale e di qualità certificati e operare per la prevenzione dei rischi ambientali;
- definire specifici obiettivi ambientali e programmi di miglioramento, volti alla minimizzazione degli impatti ambientali significativi;
- diffondere sul territorio la cultura del rispetto dell'ambiente anche attraverso iniziative dedicate e specifici servizi al cliente;
- fornire alle istituzioni tutte le informazioni necessarie a comprendere gli eventuali rischi ambientali legati all'attività dell'impresa;
- promuovere attività di sensibilizzazione e di formazione ambientale al proprio interno e promuovere la diffusione di tecnologie eco-efficienti;
- rendere conto dell'impatto ambientale delle proprie attività attraverso l'individuazione di indicatori chiave di performance.

6. L'APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO

6.1 COMITATO ETICO PER LA DIFFUSIONE E L'ATTUAZIONE DEL CODICE

Tutte le attribuzioni in tema di diffusione e attuazione del presente Codice sono riservate al Consiglio di Amministrazione, che nomina un apposito Comitato composto da due o tre membri che in una prima fase di attuazione coincide con l'Organismo di Vigilanza previsto dal D.Lgs 231/01.
Il Comitato dura in carica un anno e i suoi membri sono rieleggibili. Nella sua prima seduta il Comitato elegge tra i suoi membri il Presidente.

6.2 LA PREVENZIONE DEI REATI ED IL FLUSSO DI REPORTING

Uno degli aspetti essenziali dell'esplicazione dei principi etici di Manni Group consiste nella possibilità per l'Organismo di Vigilanza, nella sua funzione di Comitato Etico, di intervenire sulla reale osservanza delle disposizioni del Codice Etico, del Modello Organizzativo, e delle procedure che lo compongono.
Per questo è indispensabile che le linee di reporting vengano sempre attivate con la massima attenzione, secondo lo schema seguente:

6.3 DESTINATARI

Il presente Codice Etico vincola tutti coloro che all'interno delle Società del Gruppo rivestono funzioni di rappresentanza, amministrazione o direzione, ovvero esercitino, anche di fatto, la gestione e il controllo, tutti i dipendenti senza alcuna eccezione, i Collaboratori (tra cui, a mero titolo di esempio, consulenti, agenti e promotori, etc.), i Fornitori che prestano la propria attività professionale in favore delle società del Gruppo, e chiunque altro intrattenga con esso rapporti di affari. Tutti costoro possono essere identificati con i "Destinatari".
I destinatari devono rispettare le prescrizioni del Codice Etico, al quale sarà data massima diffusione.

6.4 OBBLIGHI DESTINATARI

L'osservanza delle disposizioni del presente Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei Dipendenti ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104 cod. civ.. L'eventuale violazione delle disposizioni del Codice Etico potrà costituire inadempimento delle obbligazioni del rapporto di lavoro e/o illecito disciplinare, in conformità alle procedure previste dall'art. 7 dello Statuto dei Lavoratori e della contrattazione collettiva applicabile, con ogni conseguenza di legge, anche con riguardo alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.
Il rispetto dei principi del presente Codice Etico è parte delle obbligazioni contrattuali assunte dai Collaboratori, dai fornitori, dai consulenti e dagli altri soggetti in rapporti d'affari. In conseguenza, l'eventuale violazione delle disposizioni ivi contenute potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, con ogni conseguenza di legge con riguardo alla risoluzione del contratto o dell'incarico conferito, e al risarcimento dei danni derivati.

I dipendenti osservano il Codice Etico nello svolgimento delle relative mansioni. In particolare, ai dipendenti è fatto obbligo di:

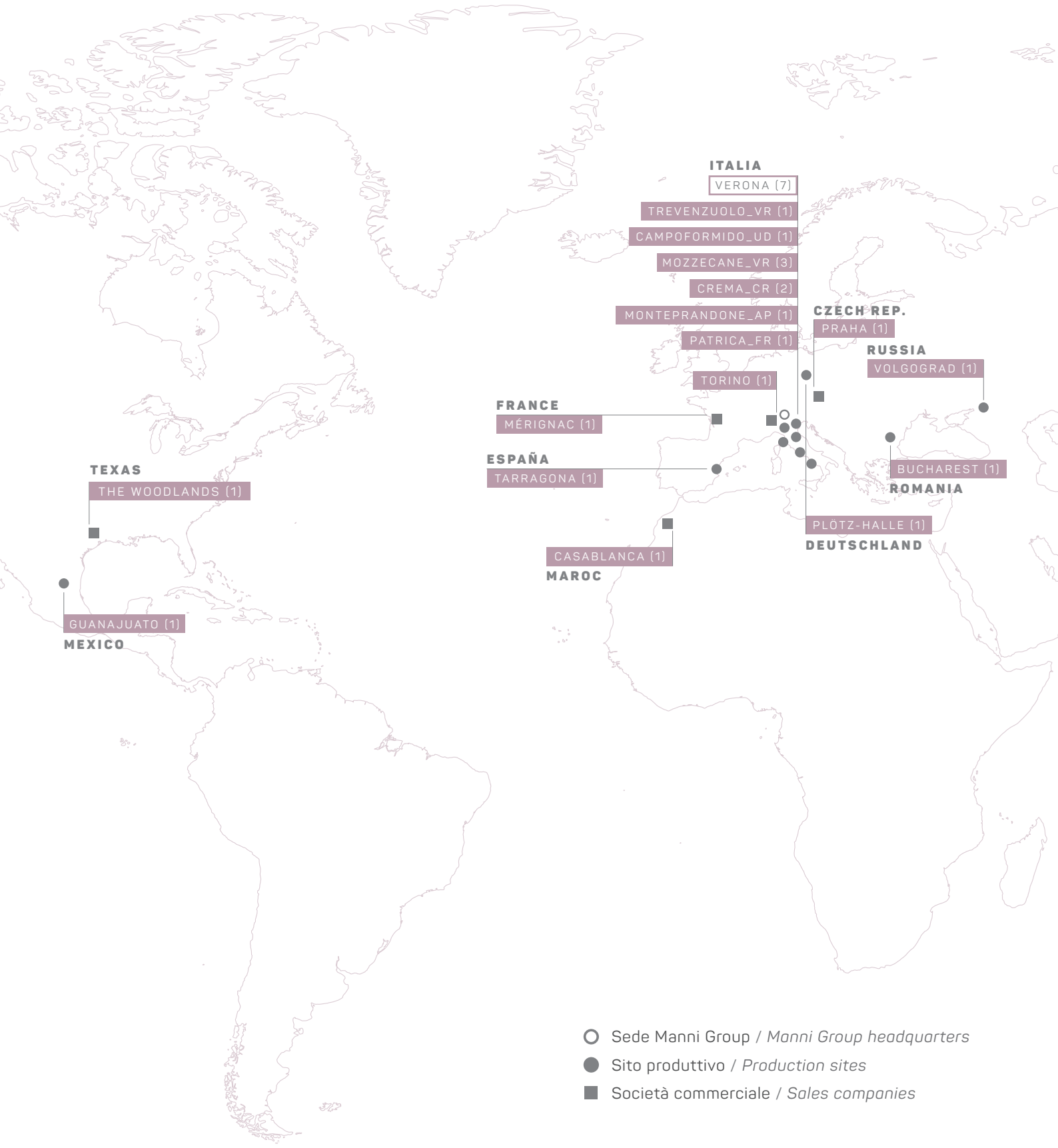
- riferire all'Organismo di Vigilanza qualsiasi notizia relativa a presunte violazioni del presente Codice Etico verificatesi nel contesto aziendale e di cui si sia venuti a conoscenza;
- offrire la massima collaborazione nell'accertamento delle possibili e/o presunte violazioni del presente Codice Etico;
- informare i terzi, con cui intercorrano relazioni d'affari, circa le prescrizioni del Codice Etico.
- Ai destinatari del presente Codice è fatto divieto di utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi all'esercizio della propria attività professionale e/o al di fuori dei limiti previsti dalla normativa vigente.

I destinatari del presente Codice devono inoltre salvaguardare, secondo il principio della riservatezza, la tutela del know-how tecnico, finanziario, legale, amministrativo, di gestione del personale e dell'attività aziendale e, più in generale, ogni informazione ottenuta in relazione alle mansioni e agli incarichi svolti, riconoscendone la proprietà a Manni Group.
Ogni dipendente e collaboratore è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego.
La strumentazione informatica deve essere utilizzata nel pieno rispetto delle leggi vigenti e delle specifiche procedure interne.

In particolare, ogni dipendente e collaboratore è tenuto a:
- non inviare messaggi di posta elettronica minatori ed ingiuriosi, non ricorrere a linguaggio offensivo, non esprimere commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- non installare software contraffatto o privo di regolare licenza;
- non utilizzare le infrastrutture informatiche aziendali per il trasferimento di programmi o altri documenti protetti dal diritto d'autore;
- attivare senza indugio quanto previsto nel caso di furto o smarrimento di telefoni e/o computer aziendali;
- non navigare su siti internet con contenuti indecorosi ed offensivi.

È inoltre vietata:
- la detenzione e diffusione abusiva di codici di accesso a sistemi informatici o telematici;
- la diffusione di apparecchiature, dispositivi o programmi informatici diretti a danneggiare o interrompere un sistema informatico o telematico,
- l'installazione di apparecchiature atte ad intercettare, impedire od interrompere comunicazioni informatiche o telematiche;
- in ogni caso, un utilizzo non corretto degli strumenti informatici dell'Azienda, dal quale possa derivare la commissione di condotte integranti l'accesso abusivo ad un sistema informatico o telematico di terzi, l'intercettazione, impedimento o interruzione illecita di comunicazioni informatiche o telematiche, il danneggiamento di informazioni, dati e programmi informatici privati (anche interni) o anche utilizzati dallo Stato o da altro ente pubblico o comunque di pubblica utilità e il danneggiamento di sistemi informatici o telematici sia privati (anche interni) che di pubblica utilità.

Collaborazione, lealtà e rispetto reciproco improntano i rapporti tra i dipendenti di qualsiasi livello ed i terzi, con cui essi vengano in contatto in ragione delle attività lavorative svolte.



MANNI GROUP
BUILDING FUTURE

MANNI GROUP S.p.A.

SEDE LEGALE · *HEADQUARTERS* Via A. Righi, 7 - I - 37135 VERONA

T. +39 0458088911 - F. +39 0458204829 - www.mannigroup.com - mannigroup@mannigroup.com