

Gruppo aziendale

ALDI SÜD **Code of Conduct –**
Codice di condotta



Gruppo
aziendale
ALDI SÜD

Code of Conduct – Codice di condotta

Luglio 2017

Al fine di rendere più agevole la lettura ci si è limitati all'utilizzo del genere maschile, riferendosi con ciò ad entrambi i sessi.

Introduzione	4
Principi CR, Code of Conduct e AMS	6
1. Principi fondamentali	8
1.1. Osservanza delle norme	8
1.2. Compliance: una responsabilità individuale	9
1.3. Segnalazione di violazioni	9
1.4. Responsabilità	10
2. Conflitti di interesse e accettazione di utilità	11
2.1. Partner commerciali e concorrenza	12
2.2. Utilità personali da rapporti commerciali	12
2.3. Inviti a pranzo / cena e regali	13
2.4. Segnalazione di conflitti di interessi	13
3. Corruzione	14
3.1. Partner commerciali	15
3.2. Pubblici ufficiali	15
4. Donazioni e sponsorizzazioni	16
4.1. Nessuna donazione alle organizzazioni politiche	17
4.2. Sponsorizzazioni	17

5. Concorrenza leale	18
6. Assoluto orientamento al cliente	19
6.1. Qualità dei nostri prodotti	19
6.2. Approccio positivo alle richieste del cliente	20
7. Benessere dei collaboratori e diritti dell'uomo	21
7.1. Tutela dei collaboratori	22
7.2. Diritto di organizzazione e di contrattazione collettiva	22
7.3. Parità di trattamento	22
8. Rispetto dei segreti aziendali e commerciali	23
9. Privacy	24
10. Proprietà aziendali	25

Introduzione



Gentili collaboratori,

ALDI SÜD, quale azienda¹ operante a livello internazionale, è pienamente consapevole del proprio dovere di agire in modo responsabile e nell'assoluto rispetto delle leggi. Ci assumiamo questa responsabilità tanto come azienda parte integrante della società, assicurandoci in questo modo un duraturo successo economico.

Un comportamento inadeguato, anche se circoscritto a singoli individui, può danneggiare sensibilmente la reputazione e la fiducia di cui godiamo presso clienti, collaboratori e partner commerciali, così come all'interno della società. Per questo, il ruolo di ciascuno di noi è importante nella definizione dell'immagine aziendale.

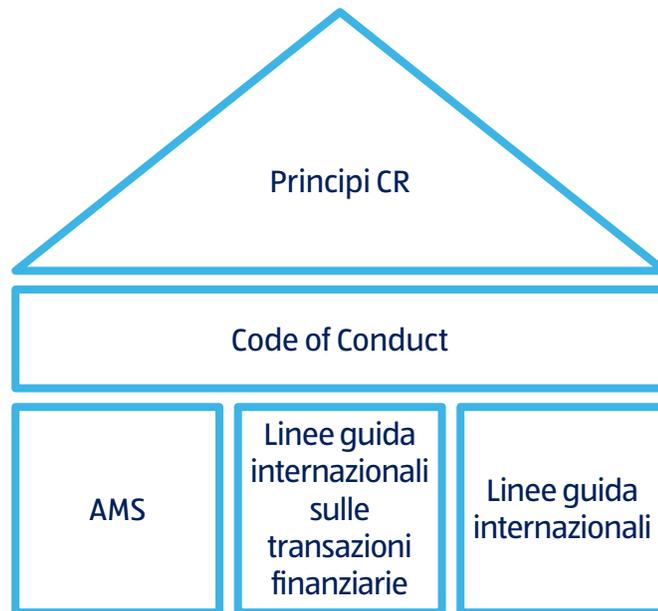
Il Code of Conduct ALDI SÜD illustra i principi e le regole su cui si basano le nostre azioni e rappresenta pertanto lo standard fondamentale che tutti i collaboratori devono quotidianamente mettere in pratica.

Il Code of Conduct ALDI SÜD funge da linea guida per tutti i collaboratori del Gruppo e descrive i principi chiave a cui attenersi sia nell'ambito dei rapporti quotidiani interni, sia nelle relazioni con i clienti e i partner commerciali.

¹ Per maggiore chiarezza, nel presente documento il Gruppo aziendale ALDI SÜD sarà spesso designato in breve con il termine "azienda". In tutte le sue occorrenze, il termine si intende pertanto riferito all'intero Gruppo.

6 Principi CR, Code of Conduct e AMS

Il grafico riportato di seguito illustra la struttura gerarchica dei nostri principi interni e delle linee guida aziendali. Al vertice i valori fondamentali dell'azienda, che corrispondono ai Principi di Corporate Responsibility (Principi CR), seguiti dal presente documento, il Code of Conduct aziendale, e infine dalle Linee guida internazionali, che hanno valore di norme per l'intero Gruppo ALDI SÜD.



L'impegno globale a favore dell'etica professionale e dei valori di ALDI SÜD costituisce la base dei Principi di Corporate Responsibility, a cui tutte le attività intraprese dal nostro Gruppo, comprese le nuove direttive e istruzioni introdotte, devono necessariamente conformarsi.

I Principi CR descrivono il concetto di gestione aziendale responsabile nonché i punti chiave che ne derivano per gli ambiti essenziali della nostra attività. In particolare, il Gruppo ALDI SÜD si impegna strenuamente per l'osservanza e il costante sviluppo di standard sociali ed ecologici. Tali Principi delineano così un quadro d'azione vincolante per i collaboratori e i partner commerciali.

Il Code of Conduct rappresenta il livello successivo nella gerarchia dei principi e delle linee guida interni. Qui, si stabiliscono i requisiti fondamentali per un comportamento etico e conforme alle normative, quale è quello richiesto a tutti i collaboratori del Gruppo ALDI SÜD. Il Code of Conduct costituisce pertanto il documento di riferimento per una condotta corretta e in linea con le regole.

Il Code of Conduct illustra i principi comportamentali che hanno funzione vincolante per tutti i collaboratori a livello globale. A causa delle differenze esistenti tra gli ordinamenti giuridici dei Paesi interessati, il Code of Conduct non può rispondere a tutte le domande con cui si confrontano i collaboratori nella loro quotidianità lavorativa e pertanto si limita a fissare standard minimi, validi per tutti i Paesi del Gruppo ALDI SÜD, i quali all'occorrenza possono essere integrati da ulteriori Linee guida internazionali oppure da disposizioni nazionali più specifiche. Per i collaboratori, sarà quindi il rispettivo Code of Conduct nazionale ad assumere carattere vincolante.

Le Linee guida internazionali come l'ALDI Management System (AMS) e le Linee guida internazionali sulle transazioni finanziarie formano il terzo livello di norme condivise da tutto il Gruppo ALDI SÜD. Tali regolamenti devono essere sempre conformi al presente documento e ai valori essenziali sovraordinati. Analogamente, le disposizioni dei singoli Paesi non devono mai risultare in contrasto con le Linee guida internazionali.



1. PRINCIPI FONDAMENTALI

1.1. Osservanza delle norme

Ci atteniamo rigorosamente alle norme e alle legislazioni vigenti nei Paesi in cui operiamo. Un principio, quest'ultimo, che rappresenta da sempre una condizione imprescindibile per la nostra azienda, indipendentemente dagli eventuali svantaggi che ne potrebbero derivare in termini economici. Dai nostri partner commerciali ci aspettiamo naturalmente lo stesso comportamento.

In caso di dubbio, preferiamo rinunciare al raggiungimento di un obiettivo anziché commettere violazioni di legge. Qualora le norme nazionali o altri regolamenti rilevanti risultino in contrasto con i principi del Code of Conduct, con le Linee guida internazionali di settore o con le eventuali disposizioni integrative, si osserverà con priorità il regolamento più rigoroso nel caso specifico.

1.2. Compliance: una responsabilità individuale

Ciascun collaboratore è tenuto personalmente al rispetto delle norme e delle legislazioni all'interno del proprio ambito di competenza. Con il suo aspetto, le sue azioni e il suo comportamento, il singolo contribuisce infatti in modo determinante alla reputazione dell'intera azienda.

Il personale direttivo deve essere d'esempio per tutti i collaboratori, perseguendo con convinzione i principi del Code of Conduct e assicurandosi che i suoi contenuti siano compresi e rispettati da tutti gli interessati.

1.3. Segnalazione di violazioni

Ogni collaboratore ha il dovere di segnalare eventuali violazioni di legge, nonché comportamenti difformi dal Code of Conduct o da altre linee guida rilevanti. In questi casi, è prevista di regola la presentazione della segnalazione al proprio superiore. Se nel singolo caso ciò dovesse risultare inopportuno a causa delle particolari circostanze specifiche, sarà possibile per il collaboratore rivolgersi direttamente ai livelli gerarchici superiori, alla ALDI Alert Line oppure all'Avvocato di fiducia designato nel proprio Paese.

Se si assiste alla commissione di un reato, è obbligatorio fornirne tempestiva comunicazione servendosi dei canali sopracitati. Resta naturalmente inteso che ciò non esonera dal dovere di denuncia alle autorità giudiziarie.

Una segnalazione effettuata in buona fede non può comportare in alcun caso uno svantaggio per il collaboratore. Nel corso dell'indagine che ne consegue, manteniamo la massima riservatezza. Eventuali informazioni in merito ai dati del soggetto segnalante verranno inoltrate solo dietro consenso di quest'ultimo o in caso di assoluta necessità ai fini di un più chiaro esame della vicenda.

1.4. Responsabilità

Le violazioni del Code of Conduct possono causare gravi ripercussioni non soltanto per il singolo, ma anche per l'intero Gruppo ALDI SÜD. È quindi fondamentale che ogni collaboratore si renda conto che ogni sua violazione comporta delle conseguenze, per es. di natura disciplinare o sindacale, ma anche possibili richieste di risarcimento dei danni e addirittura denunce penali.



2. CONFLITTI DI INTERESSE E ACCETTAZIONE DI UTILITÀ

Si verifica un conflitto di interessi quando una scelta professionale è condizionata da interessi privati. Per evitare il manifestarsi di queste situazioni, ogni collaboratore ha il dovere di separare gli interessi professionali da quelli di natura privata e di prendere decisioni in modo imparziale e nell'interesse dell'azienda.

2.1. Partner commerciali e concorrenza

È vietato intrattenere rapporti d'affari di carattere privato con i partner commerciali o con la concorrenza se il sussistere di tali relazioni è fonte di conflitti di interessi in ambito professionale.

Si vieta inoltre ai collaboratori di instaurare rapporti d'affari con partner commerciali su cui possano esercitare, in modo diretto o indiretto, una decisiva influenza.

2.2. Utilità personali da rapporti commerciali

È vietato qualunque utilizzo della propria posizione lavorativa che abbia per scopo il conseguimento di utilità personali. Non è pertanto consentito trarre alcun tipo di vantaggio da una relazione commerciale in essere oppure dall'avvio di un rapporto d'affari, se ciò può influenzare in circostanze normali le decisioni di carattere professionale. L'affidamento di incarichi privati a un partner commerciale con cui un collaboratore intrattiene contatti professionali diretti o indiretti può avvenire esclusivamente nei limiti previsti dalle linee guida aziendali pertinenti in materia.

2.3. Inviti a pranzo / cena e regali

Gli inviti a pranzo o a cena sono ammessi esclusivamente nei limiti dettati dalla prassi commerciale e a condizione che l'invito non risulti interpretabile come un tentativo di influenzare in modo illecito le decisioni del singolo.

È vietato accettare regali. Eventuali eccezioni sono consentite esclusivamente per doni di modico valore, il cui rifiuto potrebbe risultare socialmente inadeguato in base alle convenzioni locali e la cui accettazione non avrebbe alcun influsso sul ricevente e sulle sue scelte professionali. Non è ammessa in alcun caso l'accettazione di denaro contante o di utilità equivalenti (ad es. buoni o titoli). Le soglie di valore previste per l'accettazione di regali o inviti vengono definite autonomamente dal singolo Paese.

2.4. Segnalazione di conflitti di interessi

Il collaboratore è tenuto a segnalare al proprio superiore i potenziali conflitti di interessi rilevati, provvedendo inoltre, in accordo con quest'ultimo, a far luce sul caso. Tali colloqui devono essere opportunamente documentati nell'interesse del collaboratore stesso.



3. CORRUZIONE

Il Gruppo ALDI SÜD non tollera la corruzione per nessun motivo. I rapporti dell'azienda con pubblici ufficiali, aziende e privati devono essere gestiti in modo tale da evitare sin dal principio situazioni che possano dare adito a sospetti di corruzione. Per questo, vietiamo ai nostri collaboratori ogni forma di offerta o concessione di utilità che possa apparire come un tentativo di influenzare il destinatario.

3.1. Partner commerciali

Pertanto, non è possibile offrire, promettere o concedere benefit gratuiti ai partner commerciali del Gruppo ALDI SÜD. Fanno eccezione esclusivamente le donazioni (di cui al punto 4. seguente, "Donazioni e sponsorizzazioni"), così come i pranzi e le cene d'affari.

La violazione di tali regole da parte di terzi (ad es. consulenti, intermediari o mediatori) è, ovviamente, altrettanto inammissibile.

3.2. Pubblici ufficiali

Soprattutto nei rapporti con i pubblici ufficiali è necessario mantenere il massimo distacco.

Il concetto di pubblico ufficiale è da intendersi in senso ampio: indipendentemente dalla definizione del rispettivo ordinamento giuridico, sono sempre compresi i funzionari e i collaboratori di autorità pubbliche, enti pubblici, aziende statali e organizzazioni internazionali, nonché parlamentari, candidati, rappresentanti e collaboratori di partiti politici.



4. DONAZIONI E SPONSORIZZAZIONI

Le donazioni elargite dal Gruppo ALDI SÜD devono essere sempre effettuate in modo trasparente e volontario, sulla base dell'impegno sociale dell'azienda e senza l'aspettativa di una controprestazione. Per garantire la dovuta trasparenza, è necessario documentare lo scopo della donazione, il relativo beneficiario e infine la conferma dell'avvenuta transazione.

4.1. Nessuna donazione alle organizzazioni politiche

Il Gruppo ALDI SÜD non elargisce donazioni a organizzazioni politiche, partiti o singoli esponenti, in forma né diretta né indiretta.

4.2. Sponsorizzazioni

Diversamente da quanto previsto per le donazioni, nel caso delle sponsorizzazioni viene fornita al Gruppo ALDI SÜD una controprestazione, che può consistere ad esempio nello svolgimento di attività di marketing o comunicazione.

Le sponsorizzazioni devono essere regolate da contratti stipulati in forma scritta e le prestazioni ad esse correlate devono risultare eque e proporzionate. Non è consentito ricorrere alla sponsorizzazione per eludere le disposizioni vigenti in materia di donazioni.



5. CONCORRENZA LEALE

Crediamo nella concorrenza leale come presupposto dell'economia sociale di mercato e ci atteniamo rigorosamente alle leggi sulla tutela della concorrenza. Tutti i collaboratori sono tenuti a rispettare le regole della concorrenza leale. Lo scambio illecito di informazioni, così come gli accordi sui prezzi e le ripartizioni di mercato con concorrenti e fornitori, sono esempi di comportamenti inammissibili e non tollerati dalla nostra azienda. Ci opponiamo con convinzione allo spionaggio, al furto e a qualunque altro metodo illegale finalizzato alla raccolta di informazioni sui concorrenti e sulle loro attività commerciali.

Gli elevati standard che ci poniamo in relazione al comportamento verso fornitori e partner commerciali sono ulteriore espressione del più ampio quadro disegnato dai nostri Principi CR.



6. ASSOLUTO ORIENTAMENTO AL CLIENTE

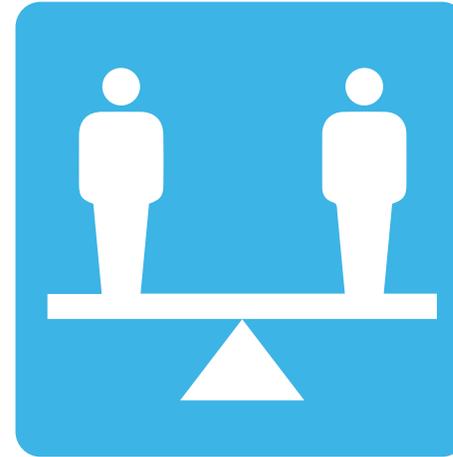
6.1. Qualità dei nostri prodotti

Il nostro obiettivo è offrire costantemente ai nostri clienti il miglior rapporto qualità-prezzo presente sul mercato. A tal fine, il nostro reparto Quality Management costituisce parte integrante di tutti i nostri processi aziendali. Alcuni dei nostri standard in materia di qualità e sicurezza dei prodotti risultano addirittura più elevati di quanto previsto dalle relative disposizioni di legge.

Se tuttavia, nonostante le nostre rigorose misure di controllo della qualità, dovesse risultare necessario richiamare un prodotto oppure ritirarlo dalla vendita, ciascun collaboratore coinvolto avrà la responsabilità di provvedere con la massima accuratezza a evitare qualsiasi tipo di ripercussione negativa sulla nostra clientela.

6.2. Approccio positivo alle richieste del cliente

Ci impegniamo costantemente per rispondere in modo positivo alle richieste dei nostri clienti. In caso di reclami, cerchiamo sempre di trovare soluzioni adeguate e soddisfacenti per la nostra clientela.



7. BENESSERE DEI COLLABORATORI E DIRITTI DELL'UOMO

Ci impegniamo per garantire condizioni di lavoro eque e tutelare i diritti dei collaboratori. Il nostro ALDI Management System (AMS) disciplina la collaborazione all'interno dell'azienda e definisce i fondamenti della leadership e della promozione dei collaboratori.

7.1. Tutela dei collaboratori

La salute e la sicurezza dei collaboratori sono valori in cui crediamo fermamente. Per questo, provvediamo a garantire condizioni lavorative sicure e a integrare nei nostri processi aziendali sicurezza sul lavoro e tutela della salute. Analogamente, ciascun collaboratore deve rispettare rigorosamente tutte le nostre disposizioni in materia di sicurezza, segnalare tempestivamente eventuali irregolarità rilevate e occuparsi della loro rimozione qualora rientrino nel suo ambito di competenza. Il personale direttivo è tenuto a supportare i propri collaboratori nella comprensione e nell'adempimento di tale responsabilità.

7.2. Diritto di organizzazione e di contrattazione collettiva

Rispettiamo il diritto dei collaboratori di istituire organizzazioni aziendali conformi all'ordinamento giuridico vigente nel rispettivo Paese, nonché di aderire a organizzazioni extra-aziendali e di condurre contrattazioni collettive.

7.3. Parità di trattamento

In accordo con lo Statuto delle Nazioni Unite e con la Convenzione Europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali, riteniamo che i diritti dell'uomo siano valori di primaria importanza ed esortiamo pertanto tutti i collaboratori a prestarvi grande attenzione e rispetto.

Respingiamo qualsiasi forma di discriminazione illecita e qualunque disparità di trattamento. Simili comportamenti sono infatti contrari alla legge e al nostro Code of Conduct.



8. RISPETTO DEI SEGRETI AZIENDALI E COMMERCIALI

I segreti aziendali e commerciali devono essere trattati in modo assolutamente confidenziale. Le informazioni riservate, di qualunque natura esse siano, non possono essere utilizzate per perseguire interessi personali né possono essere rese accessibili a terzi. Garantiamo costantemente una sicura conservazione dei dati aziendali, anche con l'ausilio di appositi strumenti tecnici.

Il concetto di riservatezza si applica naturalmente anche alle informazioni provenienti dai nostri partner commerciali. Nel contempo, anche i fornitori e gli altri partner commerciali sono vincolati contrattualmente al rispetto della riservatezza.

La comunicazione pubblica, anche in risposta alle domande dei media, deve avvenire esclusivamente ad opera dei collaboratori a tal fine incaricati.



9. PRIVACY

La tutela dei dati personali dei nostri collaboratori, clienti e partner commerciali riveste per noi un'importanza fondamentale. Per questo, provvediamo alla rilevazione, al salvataggio e all'elaborazione dei dati personali soltanto qualora sussista un'effettiva necessità, connessa a finalità chiare, prestabilite e conformi alla legge.

Garantiamo la sicurezza dei dati e supportiamo i processi di trattamento attraverso misure tecniche e organizzative ad hoc. Ciascun collaboratore è tenuto a rispettare con il dovuto rigore le regole vigenti in materia di privacy nel suo ambito di attività.



10. PROPRIETÀ AZIENDALI

Si richiede a tutti i collaboratori di trattare con la massima cura le proprietà della nostra azienda. Gli strumenti e le strutture aziendali devono essere utilizzati con attenzione e parsimonia, nonché conformemente alla loro destinazione. È vietato servirsi delle proprietà aziendali in modo illecito per perseguire scopi privati.



www.aldi-suisse.ch