



CODICE ETICO
di FlavourArt S.r.l.

*Nuova edizione approvata dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del
18/11/2021*



Codice Etico

Revisione 1 del 18/11/2021

REVISIONE	DATA	OGGETTO DELLA MODIFICA
1	18/11/2021	Prima emissione ed adozione

RUOLO AZIENDALE	NOME E COGNOME	FIRMA
CEO	Massimiliano Mancini	
CFO	Nicola Paletta	

Indice

GLOSSARIO	4
PREMESSA	5
DESTINATARI	5
PRINCIPI ETICI GENERALI	6
1. <i>Principio di Legalità</i>	6
2. <i>Correttezza ed imparzialità</i>	6
3. <i>Trasparenza</i>	6
4. <i>Qualità di prodotti e processo</i>	6
RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER.....	6
1. <i>Rapporti con i dipendenti.....</i>	7
2. <i>Rapporti con i fornitori, collaboratori esterni e altri prestatori di beni e servizi</i>	7
3. <i>Rapporti con le Autorità Pubbliche</i>	8
4. <i>Regali e contributi.....</i>	8
AMMINISTRAZIONE SOCIETARIA	9
1. <i>Trasparenza delle attività contabili e delle operazioni sociali</i>	9
2. <i>Divieto di operazioni finalizzate alla ricettazione, al riciclaggio, all'impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita</i>	9
GESTIONE DELLE INFORMAZIONI	9
1. <i>Riservatezza dei dati e delle informazioni</i>	9
2. <i>Tutela della privacy.....</i>	10
TUTELA DELL'AMBIENTE, DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA	10
1. <i>Impegno nella tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro</i>	10
2. <i>Impegno per lo sviluppo sostenibile e salvaguardia dell'ambiente.....</i>	10
ATTUAZIONE E RISPETTO DEL CODICE ETICO	10
1. <i>Diffusione e aggiornamento</i>	11
2. <i>Compiti dell'Organismo di Vigilanza e Whistleblowing</i>	11

GLOSSARIO

Codice Etico: l'insieme dei principi e dei valori che orientano le attività di FlavourArt.

Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231: Decreto Legislativo dal titolo "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell'art. 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300", pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 140 del 19 giugno 2001, nonché le successive modifiche ed integrazioni, ivi compresa la Legge 113/2019.

Autorità pubbliche: pubblici ufficiali, incaricati di un pubblico servizio e autorità giudiziarie.

Stakeholder: Tutti i gruppi di individui composti da persone, organizzazioni e comunità che influiscono nell'attività di FlavourArt o ne subiscono direttamente o indirettamente gli effetti.

Destinatari: Soggetti, persone fisiche e giuridiche, che operano per conto di FlavourArt. In particolare, il personale dipendente, i fornitori (sia di servizi continuativi che di forniture specifiche), i collaboratori e i consulenti (coloro che agiscono in nome e/o per conto di FlavourArt sulla base di un mandato ovvero coloro che collaborano in virtù di un contratto di collaborazione di qualsiasi natura), e i partner commerciali (e.g. prestatori di beni o servizi a favore di FlavourArt).

Ente: Persona giuridica, società o associazione anche priva di personalità giuridica. Nel presente Modello Organizzativo: FlavourArt S.r.l. (di seguito più brevemente anche «FlavourArt» o «Società»).

Dipendenti: Tutti i dipendenti di FlavourArt, sia in posizione apicale che subordinata.

Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo: Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (di seguito anche "MOG" o "Modello Organizzativo") adottato dalla Società, così come previsto dagli articoli 6 e 7 del Decreto Legislativo 231/2001, quale complesso organico di principi, regole, disposizioni, schemi organizzativi e connessi compiti e responsabilità, volto a prevenire i reati di cui allo stesso Decreto Legislativo.

Organismo di Vigilanza e Controllo (OdV): Organismo previsto dall'art. 6 del Decreto Legislativo, avente il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello Organizzativo, nonché di curare l'aggiornamento dello stesso.

Principi di Comportamento: Principi generali di comportamento, riportati nelle Parti Speciali, a cui i Destinatari devono attenersi nello svolgimento delle attività previste dal Modello Organizzativo.

Sistema Disciplinare: Insieme delle misure sanzionatorie nei confronti dei Destinatari che non osservano i Principi di Comportamento e i Protocolli contenuti nel Modello Organizzativo.

Vertice Aziendale (c.d. Soggetti Apicali): Presidente, Amministratore Delegato, altri membri del Consiglio di Amministrazione, Dirigenti della Società.

PREMESSA

FlavourArt S.r.l. (di seguito, anche “la Società”, o “FlavourArt”), con sede ad Oleggio (NO), è un’azienda italiana impegnata nella produzione e commercializzazione di aromi alimentari. Dal 2007 si rivolge ad un pubblico vasto e internazionale, grazie anche alla decisione di rivolgersi direttamente ai consumatori tramite l’e-shop. FlavourArt è stata pioniera nel settore dei liquidi ed aromi per sigaretta elettronica, affermandosi nel 2014 leader di mercato e stabilendo alti standard qualitativi e proponendo formulazioni innovative pienamente rispondenti alle esigenze dei consumatori.

FlavourArt ha definito il presente Codice Etico con lo scopo di definire i valori e principi fondamentali dell’azienda, e garantirne l’applicazione secondo un principio di collaborazione tra le persone e di rispetto dei compiti e dei ruoli di ciascuno.

Il Codice è volto ad assicurare che i valori di FlavourArt costituiscano l’elemento alla base della cultura aziendale e dei comportamenti tenuti da tutti i soggetti interni ed esterni identificati come destinatari del presente documento.

Il Codice Etico, ritenuto parte integrante del Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231, definisce i valori ed i principi di condotta rilevanti al fine del buon funzionamento, dell’affidabilità, del rispetto di leggi e regolamenti nonché dell’immagine di FlavourArt.

In aggiunta, il rispetto dei principi e delle regole indicate concorre alla prevenzione dei comportamenti inseriti all’interno dell’elenco degli illeciti amministrativi di cui al Decreto Legislativo 231/2001.

Il Codice Etico è stato adottato con delibera del Consiglio di Amministrazione del 18 novembre 2021 e verrà aggiornato e modificato ogni qualvolta si presenti la necessità di adempiere a norme pubblicate successivamente all’ultimo aggiornamento, siano richiesti miglioramenti operativi da parte dei destinatari, oppure vengano effettuate modifiche nella struttura organizzativa della Società.

DESTINATARI

Nello svolgimento delle proprie attività e nei rapporti con tutti gli stakeholder, FlavourArt ritiene fondamentale attenersi ad un insieme di valori etici accettati e condivisi da tutti coloro che concorrono, in qualunque misura, al raggiungimento degli obiettivi della Società.

Il Codice Etico si rivolge e si applica a tutti i “Destinatari”, identificati come membri degli organi sociali di amministrazione e controllo, dipendenti e qualunque terza parte, quali fornitori e partner commerciali ed industriali, che collaborino o lavorino in nome, per conto o nell’interesse di FlavourArt.

I suddetti “Destinatari” sono tenuti a mantenere un comportamento improntato al rispetto dei principi fondamentali di legalità, trasparenza, integrità e correttezza operativa nel perseguimento degli obiettivi aziendali e in tutti i rapporti con persone ed enti interni ed esterni alla Società.

In nessun caso il perseguimento dell’interesse di FlavourArt può giustificare un operato non conforme ai principi espressi nel presente Codice.

Pertanto, la Società si riserva la possibilità di non intraprendere o proseguire alcun tipo di rapporto con chiunque adotti comportamenti difforni da quanto stabilito nel Codice Etico.

Ogni Destinatario, inoltre, ha il dovere di:

- conoscere le norme contenute nel Codice;
- astenersi dal tenere comportamenti contrari alle disposizioni del Codice;
- riferire ai propri superiori qualsiasi notizia relativa alle violazioni del Codice;
- collaborare con le strutture e/o i soggetti deputati alle attività di controllo del rispetto del presente Codice;
- non intraprendere alcuna iniziativa contraria ai contenuti del Codice.

PRINCIPI ETICI GENERALI

Il presente Codice Etico esplicita di seguito i valori di FlavourArt considerati fondamentali per l'esercizio di qualsiasi attività aziendale. I principi etici rappresentano il sistema di valori che deve guidare il comportamento di tutti coloro che contribuiscono, a qualunque titolo, allo svolgimento delle attività aziendali e al raggiungimento degli obiettivi della Società.

1. Principio di Legalità

FlavourArt considera il rispetto della legge quale condizione vincolante e imprescindibile della propria azione. I Destinatari, pertanto, sono tenuti al rispetto della legge o degli atti ad essa equiparati nello svolgimento delle proprie attività.

Tale principio è valido anche con riferimento alla legislazione nazionale di qualsiasi Paese con cui la Società ha rapporti commerciali.

I Destinatari sono tenuti inoltre al rispetto delle disposizioni aziendali emanate dalla Società, nonché del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs.231/2001 e delle procedure interne in considerazione del fatto che le stesse hanno il preciso scopo di meglio consentire il costante rispetto delle disposizioni di legge.

2. Correttezza ed imparzialità

I Destinatari sono tenuti al rispetto delle regole professionali, con particolare riferimento ai doveri di diligenza e perizia, applicabili alle operazioni compiute nell'interesse della Società.

Inoltre, i Destinatari operano ispirandosi a criteri di obiettività, trasparenza ed imparzialità nello svolgimento delle proprie attività.

3. Trasparenza

Tutte le attività realizzate nell'interesse della Società sono improntate al rispetto dei principi di integrità e trasparenza e sono condotte con lealtà e senso di responsabilità, correttezza ed in buona fede. La Società si impegna a garantire correttezza, completezza, accuratezza, uniformità e tempestività nella gestione e comunicazione delle informazioni aziendali, evitando pertanto comportamenti ingannevoli da cui si possa trarre indebito vantaggio.

4. Qualità di prodotti e processo

Le attività della Società ed il rispetto dei valori prefissati trovano compimento nei prodotti e servizi realizzati secondo standard etici e qualitativi sempre più elevati, al fine di rispondere prontamente alle esigenze e aspettative dei consumatori.

RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

FlavourArt definisce *stakeholder* ogni persona fisica o giuridica, comunità e autorità che, in qualunque misura, possa contribuire al perseguimento degli obiettivi aziendali e influire sulle attività e decisioni della Società. FlavourArt identifica come principali *stakeholder* i dipendenti, i fornitori, i clienti e le Autorità.

L'obiettivo primario di FlavourArt è instaurare con gli *stakeholder* dei rapporti basati sul rispetto delle leggi e del proprio sistema di valori, garantendo il mantenimento degli impegni assunti nei loro confronti, rispettandone gli interessi e perseguendo i propri obiettivi.

1. Rapporti con i dipendenti

Le Persone sono considerate un elemento primario per il raggiungimento degli obiettivi aziendali e per la crescita del business. FlavourArt si impegna pertanto a sviluppare politiche volte alla continua valorizzazione professionale e personale di tutti i dipendenti, con l'obiettivo di garantire a ciascuno l'opportunità di sviluppare le proprie capacità e contribuire alla crescita della Società.

Al fine di perseguire e raggiungere tale obiettivo, la selezione e valutazione del personale è basata su meritocrazia, qualifiche e prestazioni lavorative del candidato/dipendente, nel pieno rispetto dei principi di pari opportunità.

Durante il processo di selezione, come anche nel corso dell'ordinaria gestione delle attività aziendali, FlavourArt non tollera discriminazioni sulla base di razza, colore, etnia, Paese di provenienza, religione, sesso o identità sessuale, orientamento sessuale, età, disabilità e qualsiasi altro stato protetto dalla legge.

La creazione di un ambiente di lavoro inclusivo e sicuro è prioritaria per FlavourArt, garantendo a ciascuno il diritto all'integrità fisica e psicologica, così come il diritto di opinione e associazione. L'impegno di FlavourArt si realizza nel rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro, attraverso l'adozione di misure volte a prevenire o ridurre al minimo l'esposizione dei lavoratori ai rischi connessi all'attività lavorativa.

I dipendenti e i collaboratori interni sono tenuti a:

- svolgere le proprie attività identificate nel contratto di lavoro in modo corretto e leale, assicurando delle prestazioni coerenti agli standard qualitativi e quantitativi richiesti dalla Società;
- assumere comportamenti non discriminatori, ad agire con la massima diligenza, riservatezza e tutelando i dati personali dei propri colleghi e di tutti gli altri stakeholder di FlavourArt;
- eseguire i propri compiti in modo diligente evitando di sfruttare la propria posizione lavorativa o le proprie conoscenze di dati sensibili per ottenere vantaggi personali.

Ogni dipendente deve avvertire i colleghi se le loro azioni sembrano in violazione del presente Codice. Se l'apparente violazione persiste, la stessa deve essere segnalata al proprio superiore gerarchico.

Inoltre, tutti i dipendenti sono tenuti ad utilizzare documenti, strumenti di lavoro, impianti, dotazioni ed ogni altro bene materiale ed immateriale di proprietà della Società esclusivamente per la realizzazione dei fini aziendali, in accordo con le modalità dalla stessa fissate; tali beni non possono essere utilizzati per usi non legittimi e devono essere utilizzati e custoditi con la medesima diligenza di un bene proprio.

Al personale è sempre e comunque vietato:

- installare apparecchiature, dispositivi o programmi informatici diretti a causare il danneggiamento di sistemi informatici e telematici o l'interruzione e danneggiamento di informazioni, dati e programmi;
- installare apparecchiature atte a intercettare, impedire o interrompere comunicazioni informatiche o telematiche;
- accedere a siti non attinenti allo svolgimento delle mansioni assegnate;
- diffondere la propria password e il proprio codice di accesso;
- l'accesso abusivo ad un sistema informatico o telematico;
- la detenzione non autorizzata e la diffusione abusiva di codici di accesso a sistemi informatici o telematici;
- inviare, o ricevere consapevolmente, messaggi o files illegali, o a contenuto esplicitamente sessuale, o ingiurioso, o offensivo.

2. Rapporti con i fornitori, collaboratori esterni e altri prestatori di beni e servizi

FlavourArt, nel selezionare i propri fornitori, prende in considerazione, oltre alla convenienza economica, la capacità tecnica, l'affidabilità, la qualità delle materie prime, la rispondenza del fornitore alle procedure di qualità adottate dalla Società, nonché la capacità dei fornitori di garantire il rispetto della Legge nazionale e transnazionale e, in particolare,

della normativa in materia di lavoro nonché del Modello e del Codice. La Società monitora periodicamente la permanenza nel tempo, in capo ai fornitori, dei suddetti requisiti.

FlavourArt gestisce il processo di selezione di fornitori, prestatori di bene e di ogni tipo di collaboratore esterno, secondo i principi di equità, imparzialità e trasparenza, assicurando ad ogni candidato una valutazione imparziale basata su criteri di convenienza economica e rispondenza ai principi contenuti nel presente Codice.

Chiunque intenda instaurare un rapporto commerciale con FlavourArt è tenuto al rispetto dei valori in cui la Società si rispecchia, di cui sono parte integrante le norme e i principi di tutela della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro.

Tutti i dipendenti che intrattengono rapporti con fornitori, collaboratori esterni e altri prestatori di beni e servizi sono chiamati a essere testimoni delle politiche e dei valori della Società, contribuendo alla loro diffusione e conoscenza.

Comportamenti incompatibili con il Codice Etico, adottati da fornitori, collaboratori esterni e altri prestatori di beni e servizi, possono essere considerati grave inadempimento ai doveri di correttezza e buona fede nell'esecuzione del contratto, motivo di lesione del rapporto fiduciario e giusta causa di risoluzione dei rapporti contrattuali.

3. Rapporti con le Autorità Pubbliche

Ogni rapporto con le istituzioni dello Stato, con la Pubblica Amministrazione e con le Pubbliche Istituzioni (Ministeri e loro uffici periferici, Enti ed Aziende che operano nel settore dei servizi pubblici, Enti territoriali, Enti locali, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali, etc.) deve essere tenuto nel rispetto delle norme di legge, dello Statuto Sociale e del Codice Etico, nonché nell'osservanza dei principi di legalità, trasparenza ed efficienza.

Al fine di garantire la massima chiarezza nei rapporti, i contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente tramite Esponenti Aziendali o Responsabili a ciò autorizzati e comunque nel pieno rispetto del principio di trasparenza e tracciabilità delle informazioni e comunicazioni.

Nei rapporti intrattenuti è sempre vietato porre in essere comportamenti o azioni che possano in qualche modo produrre situazioni ambigue, lesive di interessi pubblici o volte a favorire un dipendente della Pubblica Amministrazione con l'intento di ottenere ogni tipo di vantaggio non meritato o motivato. In tale ambito, i Dipendenti sono tenuti a:

- non influenzare impropriamente le decisioni della Pubblica Amministrazione e/o dei suoi rappresentati;
- non tenere comportamenti illeciti, quali l'offerta di denaro o altra utilità, che possano alterare l'imparzialità di giudizio del rappresentante della Pubblica Amministrazione;
- non attuare indebite pressioni (offerte o promesse di denaro o di altra utilità) o illecite coercizioni (violenze o minacce) al fine di indurre a non rendere dichiarazioni o a rendere dichiarazioni mendaci la persona chiamata a rendere, davanti all'autorità giudiziaria, dichiarazioni utilizzabili in un procedimento penale, quando questa ha facoltà di non rispondere.

Qualora la Società utilizzi un consulente o un soggetto terzo per essere rappresentata nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, questi dovrà accettare formalmente i principi del presente Codice Etico. In ogni caso, la Società non potrà farsi rappresentare nei rapporti con la Pubblica Amministrazione da soggetti terzi quando si possa configurare, anche solo astrattamente, un conflitto d'interesse.

In ogni situazione, FlavourArt si impegna a intrattenere con tutte le Autorità, che svolgono funzioni ispettive e di vigilanza, rapporti improntati alla piena e fattiva collaborazione, mettendo a disposizione, con tempestività, ogni informazione richiesta dalle stesse nello svolgimento delle attività istruttorie e conformandosi ai provvedimenti emanati.

4. Regali e contributi

I destinatari del presente codice Etico, in linea con le disposizioni societarie e nel rispetto della normativa anticorruzione, non devono offrire o promettere, sia a soggetti pubblici che privati, omaggi, doni o utilità di altro tipo, salvo quelli di modico valore, effettuati occasionalmente e unicamente secondo le relative disposizioni organizzative.

È fatto assoluto divieto di accettare, chiedere o sollecitare per sé o per altri, raccomandazioni, trattamenti di favore, doni o altre utilità da parte di soggetti con i quali si entra in relazione, eccedenti le normali pratiche commerciali o di cortesia, che possano pregiudicare l'imparzialità di giudizio.

Chiunque riceva offerte di omaggi o trattamenti di ospitalità o vantaggi economici o altre utilità, che non possono essere considerati come atti di cortesia di modico valore, deve rifiutarli e informare immediatamente il superiore diretto e l'Organismo di Vigilanza, indicando provenienza della donazione o della promessa ed entità e tipo dell'omaggio ricevuto o promesso.

Qualunque omaggio, vantaggio economico o altra utilità deve avere, in linea generale, le seguenti caratteristiche:

- non consistere in un pagamento in contanti;
- essere effettuato in relazione a rapporti commerciali o comunque attività di FlavourArt legittime e in buona fede;
- essere conforme agli standard di cortesia professionale generalmente accettati;
- essere puntualmente documentato in un dossier riepilogativo.

In caso di sponsorizzazione e liberalità a enti operanti nel campo sociale o no profit, nella scelta delle proposte cui aderire sarà prestata particolare attenzione verso ogni possibile conflitto di interesse di ordine personale o aziendale.

AMMINISTRAZIONE SOCIETARIA

1. Trasparenza delle attività contabili e delle operazioni sociali

FlavourArt, nello svolgimento delle sue attività, si impegna a garantire l'affidabilità dei sistemi amministrativo-contabili e la tracciabilità dei flussi informativi, attraverso l'opportuna verifica dei documenti contabili nonché la corretta registrazione ed archiviazione degli stessi.

Ciascun dipendente è tenuto a collaborare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità, verificando che i documenti e le informazioni ottenute siano completi e veritieri e comunicando prontamente eventuali incongruenze e/o falsificazioni.

2. Divieto di operazioni finalizzate alla ricettazione, al riciclaggio, all'impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita

La Società esercita la propria attività nel pieno rispetto delle norme vigenti in materia di Antiriciclaggio.

La Società ha come principio quello della massima trasparenza nelle transazioni commerciali e predispone gli strumenti più opportuni al fine di contrastare i fenomeni della ricettazione, del riciclaggio ed impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita, nonché di autoriciclaggio.

GESTIONE DELLE INFORMAZIONI

1. Riservatezza dei dati e delle informazioni

È obbligo di ogni dipendente assicurare la riservatezza richiesta dalle circostanze per ciascuna notizia appresa in ragione della propria funzione lavorativa.

La Società si impegna a proteggere le informazioni relative ai propri dipendenti e ai terzi, generate o acquisite all'interno e nelle relazioni d'affari, e ad evitare ogni uso improprio di queste informazioni.

2. Tutela della privacy

Raccolta, trattamento e gestione dei dati personali raccolti da FlavourArt nello svolgimento delle sue attività avvengono in modo lecito e previo consenso dell'interessato, secondo quanto previsto dal Regolamento 2016/679 in materia di protezione dei dati personali e privacy

FlavourArt procede alla raccolta e registrazione dei dati personali solo se necessari per scopi determinati, espliciti e legittimi. In qualunque caso, la conservazione dei dati avviene per un periodo di tempo non superiore a quello indicato dalla normativa con riferimento agli scopi della raccolta.

TUTELA DELL'AMBIENTE, DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

1. Impegno nella tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro

La tutela della salute e sicurezza sul lavoro costituisce un obiettivo primario per FlavourArt, che si impegna anche a diffondere e consolidare tra tutti i Destinatari una cultura della sicurezza, volta ad accrescere la sensibilità e la consapevolezza degli stessi in ordine ai possibili rischi sul lavoro nonché a promuovere comportamenti e condotte responsabili e rispettose nei confronti della propria e altrui incolumità.

I dipendenti della Società, nell'ambito delle proprie mansioni, partecipano al processo di prevenzione dei rischi e di tutela della salute e della sicurezza nei confronti di sé stessi, dei colleghi e dei terzi.

2. Impegno per lo sviluppo sostenibile e salvaguardia dell'ambiente

La Società si impegna a contribuire allo sviluppo delle comunità in cui opera e alla salvaguardia dell'ambiente naturale, attraverso la promozione dello sviluppo scientifico e tecnologico volto alla protezione ambientale e alla salvaguardia delle risorse.

Il miglioramento continuo delle performance relative all'impatto ambientale è considerato come un processo che crea valore nel tempo.

L'impegno sistematico e quotidiano è quello di operare nel rispetto della legislazione vigente, nonché di prevenire, attraverso la supervisione e il controllo, le situazioni di rischio ambientale oltre che gli illeciti ambientali indicati come "reato presupposto" dal d.lgs. 231/2001.

ATTUAZIONE E RISPETTO DEL CODICE ETICO

FlavourArt ha voluto formalizzare, attraverso il Codice Etico, la propria adesione ai più elevati standard etici in cui crede e si riconosce. Chiunque collabori, o entri in contatto, con la Società, senza distinzioni o eccezioni, s'impegna a osservare i principi del presente Codice.

Il perseguimento dell'interesse della Società non giustifica condotte, anche omissive e/o in concorso con altri, incompatibili con la normativa di volta in volta applicabile e/o con il Codice.

Gli amministratori, i dipendenti e chiunque agisca per la Società, sono tenuti al rispetto del presente Codice nonché a esigerne il rispetto dai terzi che a qualunque titolo instaurino o proseguano un qualsiasi rapporto con la Società.

L'osservanza del Codice, e dei suoi principi ispiratori, è parte essenziale delle obbligazioni presenti e future tra i destinatari e la Società ai sensi e per gli effetti delle normative applicabili.

È impegno della Società far rispettare il presente Codice anche attraverso la puntuale applicazione delle sanzioni in conformità al sistema disciplinare previsto dai CCNL applicabili o dai contratti di riferimento stipulati con le relative controparti.

1. Diffusione e aggiornamento

Il Codice Etico è diffuso tra gli *stakeholder* interni ed esterni mediante apposite attività di comunicazione volte a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche quali ad esempio l'affissione in bacheca o pubblicazione su media assimilabili (Intranet aziendale e sito internet) affinché sia pienamente accessibile a tutti i suoi destinatari.

La medesima modalità verrà utilizzata per la diffusione di eventuali aggiornamenti, qualora esigenze dettate dal variare del contesto, della normativa di riferimento, dell'ambiente o dell'organizzazione aziendale lo rendessero opportuno e necessario.

La Società si impegna inoltre all'aggiornamento dei contenuti qualora esigenze dettate dal variare del contesto, della normativa di riferimento, dell'ambiente o dell'organizzazione aziendale lo rendessero opportuno e necessario.

Il Consiglio di Amministrazione della Società è competente per ogni modifica e/o integrazione del presente Codice Etico.

2. Compiti dell'Organismo di Vigilanza e Whistleblowing

FlavourArt adotta specifici strumenti e procedure appropriate allo scopo di attuare il Codice Etico e di garantirne il rispetto. A tal fine, la Società affida tali funzioni all'Organismo di Vigilanza 231, nominato dal Consiglio di Amministrazione. L'Organismo di Vigilanza è preposto a:

- garantire la verifica della massima diffusione del Codice presso i dipendenti e i terzi;
- confrontarsi con le funzioni competenti per stimolare adeguati percorsi di formazione;
- chiarire dubbi interpretativi rispetto al Codice Etico;
- svolgere le verifiche in ordine ad ogni notizia di violazione delle norme del Codice, valutando i fatti proponendo - in caso di accertata violazione - adeguate misure sanzionatorie;
- garantire la riservatezza sull'identità del segnalante, tutelandolo da eventuali ritorsioni;
- proporre aggiornamenti del presente Codice in relazione alla sua concreta efficacia e al mutamento delle esigenze aziendali e della normativa vigente.

Le comunicazioni all'OdV, ivi incluse le comunicazioni relative al *whistleblowing*, quali la segnalazione di presunta violazione, la richiesta di un chiarimento o di un parere, devono essere fatte in forma preferibilmente non anonima e possono essere inviate da parte dei destinatari e di tutti gli altri interlocutori, alla seguente casella di posta elettronica: odv@flavourart.it.

A seguito delle segnalazioni ricevute, l'Organismo di Vigilanza effettua i relativi accertamenti, anche avvalendosi delle competenti funzioni aziendali.

In caso di violazione del Codice Etico da parte di uno o più membri degli Organi di Controllo, l'Organismo di Vigilanza informerà gli altri componenti degli Organi di Controllo che prenderanno gli opportuni provvedimenti coerentemente con la gravità della violazione commessa e conformemente ai poteri previsti dalla legge e/o dallo Statuto.

Le informazioni pervenute all'OdV sono gestite in assoluta confidenzialità.

I segnalanti in buona fede devono essere garantiti contro qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione, penalizzazione e, in ogni caso, sarà assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge e la tutela dei diritti delle persone accusate erroneamente o in malafede.