



CODICE

ETICO



Approvato dal CdA di Brema Group S.p.A.
il 26.07.2023



SOMMARIO

1 Introduzione

- 1.1 Che cos'è l'Etica?
- 1.2 L'Etica in Azienda
- 1.3 Lo "stile" Brema Group
- 1.4 Finalità del Codice Etico
- 1.5 Ambito di applicazione e sistema disciplinare
- 1.6 Attuazione e monitoraggio

2 Canoni di comportamento

- 2.1 Obiettivi etici e principi morali di riferimento
- 2.2 Trasparenza e affidabilità
 - 2.2.1 Trasparenza contabile e societaria
 - 2.2.2 Trasparenza e completezza delle informazioni
- 2.3 Comunicazione
- 2.4 Riservatezza e trattamento delle informazioni e dati personali
- 2.5 Rispetto delle norme in materia di concorrenza
- 2.6 Assenza di conflitto di interessi
- 2.7 Omaggi, regali e benefici

3 Principi di condotta nelle relazioni con clienti e fornitori

- 3.1 Attivazione e mantenimento delle relazioni commerciali
- 3.2 Rapporti con i clienti
- 3.3 Contratti e comunicazioni ai clienti
- 3.4 Rapporti con i fornitori
- 3.5 Clausole contrattuali relative ai comportamenti etici nelle forniture

4 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

5 Criteri di condotta nelle relazioni con la Collettività e con le Istituzioni

- 5.1 Rapporti con partiti, organizzazioni sindacali e associazioni
- 5.2 Rapporti istituzionali

6 Criteri di condotta relativi ad attività di natura contabile, amministrativa o finanziaria

È per me un onore entrare a far parte di questo team e iniziare insieme un nuovo percorso. Credo fermamente che il successo di un'azienda nasca dalla comunicazione aperta, dall'ascolto reciproco e dalla capacità di lavorare fianco a fianco, con fiducia e collaborazione.

Un motto che mi ispira ogni giorno è "**Ubuntu**", un'antica parola africana che significa "Io sono perché noi siamo".

Questo concetto potente incarna il valore della comunità, della collaborazione e del successo condiviso.

Questi principi sono quelli che voglio portare in Brema Group, dove lavoriamo insieme per costruire il futuro, con una visione che va oltre la crescita individuale e abbraccia quella dell'intero team.

Il teamwork è la nostra forza: ognuno di noi ha un ruolo fondamentale e solo insieme possiamo raggiungere grandi traguardi. Voglio che tutti si sentano liberi di esprimere idee, condividere esperienze e contribuire alla crescita comune. Sono qui per ascoltare, confrontarmi e supportare ognuno di voi.

Costruiamo insieme un futuro di successo, con energia e passione!

Allo stesso tempo, desidero che il nostro ambiente di lavoro sia un luogo accogliente e stimolante, dove ogni persona si senta valorizzata e motivata a dare il meglio.

Creiamo insieme un clima positivo, fatto di rispetto, supporto e voglia di crescere.

“Sono qui per ascoltare, confrontarmi e supportare ognuno di voi.

*Costruiamo insieme un futuro di Successo!
Avanti, con energia e passione! ”*

Andrea Bertone

Amministratore Delegato

Brema Group S.p.A.





CAPITOLO



INTRODUZIONE

1.1 Che cos'è l'Etica?

L'«Etica» esprime l'insieme di norme di condotta – sia pubblica sia privata – seguite da una persona o da un gruppo di persone. È una parola usata in moltissimi contesti, e indica una riflessione su regole e principi da seguire nella vita pratica di tutti i giorni.

Il raggio d'azione dell'etica, quindi, pur rinviando a un universo astratto (fatto di principi e valori), è tutt'altro che teorico: riguarda il quotidiano e si traduce in norme di comportamento.

Usando le parole del filosofo tedesco Immanuel Kant, si può definire «etico» il comportamento di colui che opera, guidato non da timori di punizione o speranze di ricompensa opportunistici, ma dalla propria ragione «in modo di trattare l'umanità, così nella sua persona come in quella di ogni altro, sempre insieme come un fine, mai semplicemente come un mezzo per raggiungere un fine».



Fare ghiaccio con cura e passione è la nostra missione dal 1985. Pensiamo al ghiaccio come evoluzione dell'acqua, disegnandolo nelle forme ideali per rispondere a ogni tipo di esigenza: da quella gourmet più classica e apprezzata dai Bartender Manager (Ice Cube) a quella più squadrata e di tendenza richiesta a gran voce dagli artisti della Mixology (BQube), da quella a tronco di piramide prediletta dai fast food (Fast Ice) all'elegante forma a ditale allungato che ben si sposa con succhi di frutta e bibite (Ice Finger), dal ghiaccio trafilato a tronchetti estremamente versatile (Ice Pebbles) al ghiaccio granulare da esposizione perfetto per la presentazione di prodotti freschi (Ice Flakes), fino ad arrivare alle scaglie di ghiaccio sottoraffreddate che durano nel tempo (Ice Scales).

▶ 1.2 L'Etica in Azienda

Quando la riflessione sull'etica si sposta dall'agire individuale a un più ampio ambito organizzativo e di business, il concetto di responsabilità e consapevolezza individuale si lega inevitabilmente a quello di «Responsabilità Sociale d'Impresa» o «Cittadinanza d'Impresa». Ciò significa trattare con correttezza e rispetto tutti gli interlocutori chiave animati da passione, energia, entusiasmo: E' lo spirito che si mette «in squadra» e il coraggio di fare uno sforzo extra al fine di garantire tutti i giorni a tutti i clienti e consumatori una esperienza positiva e di piena soddisfazione.

▶ 1.3 Lo "stile" Brema Group

Lo stile è consapevolezza, misura. Un equilibrato cocktail di buon gusto e scelte precise, di cura della sostanza e minuziosa attenzione a ogni singolo dettaglio. Unitamente a tutto questo, è però la passione a rappresentare l'elemento distintivo dei Brema Group. Una passione autentica e contagiosa la nostra, perché il ghiaccio evoca una moltitudine di emozioni e ricordi. Un filo conduttore nel racconto della nostra vita, che crea connessione e favorisce i legami.



▶ 1.4 Finalità del Codice Etico

Brema Group S.p.A. (di seguito anche "Brema Group" o "Società") ha provveduto alla definizione e adozione del presente Codice Etico, che costituisce parte integrante e sostanziale del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231 (di seguito anche "Decreto").

Il presente documento è approvato dal Consiglio di Amministrazione della società ed è oggetto di comunicazione a tutti coloro che direttamente o indirettamente operano con la Società.

Il Codice Etico riassume, senza pretese di esaustività, l'insieme dei valori e delle regole comportamentali che Brema Group riconosce, accetta e condivide, anche al fine di incentivarne l'applicazione e il processo di divulgazione, nonché riconosce le responsabilità che la Società si assume verso l'interno e l'esterno della propria organizzazione.

Brema Group impronta ai principi etici del presente Codice tutte le azioni, operazioni, rapporti e transazioni poste in essere nella gestione delle attività sociali. Si tratta di principi fondanti e irrinunciabili per la Società stessa, che assicurano - insieme al rispetto delle norme vigenti e delle indicazioni utili per la prevenzione di reati come previsto dal Decreto - un codice comportamentale rigorosamente orientato a promuovere la correttezza in tutti gli ambiti e in tutte le fattispecie dei rapporti intra ed extra societari.

Tutti i soggetti che, a vario titolo, risultano coinvolti nell'organizzazione della Società dovranno, dunque, attenersi alla seguente documentazione:

- il presente Codice Etico;
- ogni altra norma interna o documento interno che abbia attinenza con le questioni etiche.



Come Bremakers è importante

La conoscenza e l'osservanza del Codice Etico da parte di tutte le persone che a diverso titolo rappresentano Brema Group S.p.A. quale fattore decisivo per garantire efficienza, affidabilità ed eccellenza.

▶ 1.5 Ambito di applicazione e sistema disciplinare

Il presente Codice ha lo scopo di indirizzare eticamente l'agire di Brema Group. La sua osservanza è di importanza fondamentale per il buon funzionamento e la reputazione della Società, nonché per evitare qualsiasi coinvolgimento della stessa nell'eventuale realizzazione di condotte penalmente rilevanti ai sensi del Decreto.

Il Codice Etico vincola tutti coloro che, a vario titolo, risultano coinvolti nell'organizzazione della Società, siano essi soggetti in posizione apicale (amministratori) o consulenti esterni, fornitori e partner commerciali. Tutti questi soggetti sono, quindi, tenuti senza eccezioni al rispetto e all'applicazione, in tutti i suoi contenuti, del Codice Etico nei rapporti con la società.

In nessuna circostanza la pretesa di agire nell'interesse della Società può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con quelli ivi enunciati.

L'adozione e applicazione dei principi e delle indicazioni del Codice Etico sono "una condicio sine qua non" per tutti i soggetti ora detti, ai quali il presente documento viene fornito e presentato. I soggetti destinatari del presente documento sono, pertanto, chiamati a contribuire attivamente alla scrupolosa e puntuale osservanza dei principi ispiratori contenuti nel Codice Etico.

La violazione delle norme del Codice Etico comporta l'applicazione delle sanzioni previste dal sistema sanzionatorio definito dal Modello e, per quanto attiene ai soggetti terzi, delle sanzioni previste nelle clausole che disciplinano i rapporti contrattuali.

Il Codice Etico non ha limiti temporali di validità ma potrà essere modificato quando se ne individuasse la necessità, alla luce di variazioni delle normative vigenti nella Società, e per eventuali novelle legislative.

▶ 1.6 Attuazione e monitoraggio

Il Codice Etico entra in vigore al momento dell'approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione. L'approvazione del Codice Etico e del Modello di Organizzazione avviene contestualmente all'interno della medesima riunione.

Il compito di verificare l'attuazione e l'applicazione del Codice Etico spetta primariamente al CdA e, ulteriormente, all'Organismo di Vigilanza (di seguito anche "OdV").

L'OdV, anche mediante l'apporto di terzi, monitora il funzionamento e l'osservanza del Codice Etico, cura il suo aggiornamento e mantiene, dunque, in essere un documento sempre adeguato ed efficace a prevenire comportamenti scorretti che potrebbero essere sanzionati dal Decreto.

Eventuali modifiche e/o aggiornamenti saranno sottoposti per l'approvazione al Consiglio di Amministrazione e prontamente comunicati ai soggetti interessati.

Vista l'oggettiva importanza del presente testo, la società si impegna a favorirne e garantirne adeguata ed effettiva conoscenza presso i soggetti interessati.





CAPITOLO



CANONI
DI
COMPORAMENTO

2.1 Canoni di comportamento

L'osservanza delle norme e dei canoni di comportamento stabiliti in questo Codice Etico sono un impegno costante e un dovere di tutti coloro che operano per Brema Group.

La Società ha avvertito l'esigenza di addivenire a una chiara formalizzazione dei principi cui riconosce valore etico positivo, primario ed assoluto, così da renderli condivisi e diffusi.

Il rispetto delle norme giuridiche ed etiche è per Brema Group un pilastro fondamentale su cui poggiare la propria identità ed autorevolezza.

Per questo motivo, tutti coloro che lavorano per o entrano in contatto con la società sono tenuti a rispettare, con attenta opera di prevenzione sulla consumazione di illeciti:

- le disposizioni legislative e regolamentari vigenti;
- le disposizioni del presente Codice Etico ed i canoni in esso formalizzati;
- più in generale, i principi fondamentali di trasparenza e affidabilità, onestà, correttezza e buona fede, integrità morale, lealtà, obiettività, eguaglianza ed imparzialità.

In particolare, il Consiglio di Amministrazione svolge le proprie funzioni con autonomia, indipendenza, responsabilità e professionalità nei confronti della Società, rispettando tutte le norme di comportamento e i principi e valori condivisi dettati dal presente documento.

Nessun tipo di interesse o di aspetto economico può giustificare un operato non conforme ad una linea di condotta etica.



Come Bremakers è importante

Tutti coloro che operano nella Società, senza distinzioni ed eccezioni, sono, pertanto, impegnati ad osservare e far osservare questi principi nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. Ciò comporta, altresì, che Brema Group non intratterrà alcun tipo di rapporto con aziende, enti, consulenti, etc. che non rispettino tassativamente quanto previsto dal presente Codice.



▶ 2.2 Trasparenza e affidabilità

Trasparenza e affidabilità rappresentano due principi cardine per Brema Group. In particolare, il principio della trasparenza si fonda sulla veridicità, accuratezza, completezza e verificabilità della comunicazione e dell'informazione, sia all'esterno che all'interno della Società. Inoltre, la gestione delle attività sociali ed i rapporti con i clienti e tutti i vari stakeholders vengono improntati a criteri di correttezza, coerenza e lealtà.

2.2.1 Trasparenza contabile e societaria

Nel rispetto del principio di trasparenza, ogni fatto inerente alla gestione della società deve essere rappresentato correttamente e tempestivamente nella contabilità sulla base di informazioni trasparenti, veritiere, accurate, complete e verificabili.

Di conseguenza, ogni operazione e transazione deve essere correttamente eseguita, registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua. Ciascuna azione e/o operazione deve, quindi, avere una specifica registrazione, che rifletta esattamente le risultanze della documentazione di supporto e rispondere ai criteri indicati dalla legge e dai principi contabili applicabili.

Le informazioni finanziarie e contabili di Brema Group non devono in alcun caso essere oggetto di un trattamento incompleto, erroneo o fraudolento bensì devono essere redatte in modo chiaro ed esaustivo e tenute a disposizione per eventuali verifiche.

Affinché la contabilità risponda ai requisiti di verità, completezza e trasparenza del dato registrato, ogni operazione deve essere motivata e supportata da idonea documentazione, in modo da consentire in ogni momento l'effettuazione di controlli che ne attestino le motivazioni.



2.2.2 Trasparenza e completezza delle informazioni

Nella formulazione di qualunque forma di accordo o contratto, la Società elaborerà le clausole in modo chiaro e comprensibile e avrà cura di indicare ai partners, sempre in modo chiaro e comprensibile, che sono possibili unicamente comportamenti eticamente corretti, ai sensi del presente Codice. Ogni altra alternativa porterà all'immediata interruzione dei rapporti senza possibilità di deroga.

2.3 Comunicazione

Tutte le comunicazioni devono avvenire nel rispetto delle leggi, dei regolamenti e delle pratiche di condotta professionale vigenti ed essere improntate al rispetto del diritto all'informazione degli stakeholders e delle compagini sociali secondo i principi della massima trasparenza, veridicità, coerenza e oggettività, impedendo con ogni mezzo e strumento la divulgazione di notizie o commenti falsi e/o tendenziosi.

Ogni possibile attività di comunicazione deve essere improntata al rispetto delle norme di condotta professionale e specialmente dalla correttezza etica e deve essere caratterizzata da chiarezza, accuratezza e tempestività.



Come Bremakers è importante

Rispettare le responsabilità che derivano dal proprio ruolo. Essere a conoscenza di tutte le politiche e le procedure relative al proprio ruolo e luogo di lavoro.

▶ 2.4 Riservatezza e trattamento delle informazioni e dei dati personali

La Società riconosce la riservatezza quale regola fondamentale e necessaria di ogni condotta.

In particolare, Brema Group si impegna ad assicurare la tutela, la protezione e la riservatezza dei dati personali raccolti in qualità di Titolare del Trattamento ex art. 4 del Regolamento UE n. 679/2016 - c.d. GDPR).

Tutti i dati personali raccolti dalla Società vengono trattati in conformità a quanto previsto dal GDPR e da ulteriori norme in materia di Privacy.

L'impiego e il trattamento delle informazioni sono gestiti nel pieno rispetto dei principi di trasparenza, correttezza, riservatezza e liceità, con divieto di:

- utilizzare le informazioni riservate per scopi non connessi all'esercizio della propria attività e/o per scopi non autorizzati;
- consentire, in un qualsivoglia modo, di accedere ad esse da parte di estranei o di persone non specificatamente autorizzate;
- divulgare in alcun modo le informazioni riservate.

Ogni comportamento o attività che possa avere, in qualsivoglia modo, divulgato notizie, dati o informazioni di ogni tipo o genere (commerciali, tecnologici, economici, finanziari, etc.) legate alle attività societarie costituisce una grave infrazione al Codice Etico e come tale oggetto sarà oggetto di provvedimenti disciplinari.



Come Bremakers è importante

Essere responsabili nell'utilizzo degli strumenti aziendali al fine di preservare la riservatezza, l'integrità e la disponibilità dei dati di Brema Group. Essere consapevoli delle politiche di Cybersecurity relative al vostro ruolo e svolgere le vostre attività di conseguenza.

▶ 2.5 Rispetto delle norme in materia di concorrenza

La concorrenza con le altre società od enti operanti nel medesimo settore in cui opera Brema Group deve essere costantemente ispirata ai principi di correttezza, leale competizione e trasparenza.

La Società osserva scrupolosamente le norme vigenti in materia e si astiene dal porre in essere e/o dall'incentivare comportamenti che possano integrare forme di concorrenza sleale.

In generale, ogni azione che possa alterare le condizioni di corretta competizione è assolutamente contraria alla politica della Società ed è vietata ad ogni soggetto che per essa agisce.

▶ 2.6 Assenza di conflitto di interessi

Tutti coloro che operano in nome e per conto della Società hanno l'obbligo di agire correttamente.

Più specificamente, ai fini che qui rilevano, nella conduzione delle attività, essi dovranno assolutamente evitare situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano o possano essere in conflitto di interessi, intendendosi - per conflitto di interessi - ogni situazione nella quale il soggetto persegua un interesse diverso da quello della Società o compia attività che possano, comunque, interferire con la sua capacità di assumere decisioni nell'esclusivo interesse della stessa.



Come Bremakers è importante

È importante divulgare in modo proattivo e tempestivo qualsiasi conflitto di interesse reale o percepito, in linea con le politiche locali applicabili.

▶ 2.7 Omaggi, regali e benefici

Non è consentito offrire o ricevere forme di regalo o beneficio che possano essere interpretate come eccedenti le normali pratiche commerciali e di cortesia o che possano essere intese come strumento per acquisire trattamenti di favore nell'ambito dello svolgimento delle attività lavorative.

La Società condanna esplicitamente tutte le pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni dirette e/o indirette di vantaggi.



Non è ammessa alcuna forma di offerta, dazione, promessa di denaro o di beni o benefici futuri di qualsiasi natura a/da terzi che possano venire intesi, anche solo indirettamente, come eccedenti le normali manifestazioni di cortesia ammesse nella prassi commerciale, o comunque mirate ad ottenere trattamenti di favore nella conduzione degli affari.

Le uniche forme di cortesia ammesse devono rientrare nel concetto e nei limiti di modico valore ed essere finalizzate a promuovere esclusivamente l'immagine o le iniziative societarie, previa autorizzazione delle funzioni apicali, allorché risultino supportate da idonea documentazione. In nessun caso i regali possono consistere nella dazione di denaro (contante, assegni o bonifici).

Si proibisce di offrire o di accettare qualsiasi oggetto, servizio, prestazione, bene o favore di valore per ottenere un trattamento più favorevole in relazione a qualsiasi rapporto intrattenuto con i clienti.



CAPITOLO



PRINCIPI
DI
CONDOTTA

3.1 Attivazione e mantenimento delle relazioni commerciali

E fatto divieto di avviare o mantenere rapporti di affari o anche solo di collaborazione con qualunque soggetto che, sulla base delle informazioni pubbliche e/o disponibili:

- sia implicato in attività ritenute illecite con particolare interesse per quelle connesse ai reati previsti dal d.lgs. n. 231/2001 e s.m.i.;
- sia fonte di ostacoli per lo sviluppo umano e contribuisca a non rispettare la dignità del lavoratore e la personalità individuale o professionale mediante la violazione dei diritti fondamentali della persona (ad es. sfruttamento del lavoro minorile);
- non rispetti la normativa vigente in materia di sicurezza ed etica del lavoro con particolare attenzione alla tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, nonché in generale di tutti i principi previsti dal presente Codice Etico.



È fatto assoluto divieto di effettuare prestazioni che non trovino adeguata giustificazione nel contesto del rapporto con clienti e fornitori o riconoscere compensi in favore di collaboratori esterni che non trovino adeguata giustificazione nelle caratteristiche dell'incarico da svolgere o che non siano giustificati entro i normali valori di mercato.

▶ 3.2 Rapporti con i clienti

La professionalità, la competenza, la disponibilità, il rispetto e la correttezza rappresentano i principi guida da seguire nei rapporti con tutti i clienti.

A tal fine una attività di grande importanza che tutti i documenti, sia tecnici che pubblicitari, siano improntati alla massima trasparenza e semplicità, abbinate al rispetto delle norme cogenti.

▶ 3.3 Contratti e comunicazioni ai clienti

I contratti, gli accordi e le comunicazioni dirette alla clientela devono essere sempre improntati alla massima veridicità e chiarezza; devono essere, inoltre, semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori, conformi alle normative vigenti e completi.

Diviene importante che tutti i documenti siano correttamente redatti nella lingua utile agli interlocutori perché possano coglierne tutti gli aspetti e i relativi vincoli.



▶ 3.4 Rapporti con i fornitori

Nei rapporti con i fornitori, la Società si ispira ai principi di legalità, lealtà, correttezza, trasparenza e uniformità di trattamento ed instaura con essi rapporti di elevata professionalità e reciproca collaborazione.

Ogni acquisto effettuato deve essere condotto con riservatezza, diligenza, professionalità, efficienza e obiettività di giudizio, assicurando nell'attività di acquisto l'osservanza di tutte le disposizioni normative rilevanti.

Il valore dei prodotti o dei servizi acquisiti deve essere correlato alla loro quotazione di mercato.

Eventuali eccezioni saranno, di volta in volta, giustificate adeguatamente.

La sottoscrizione di contratti o di altri impegni deve svolgersi nel rispetto di quanto contenuto nel presente Codice Etico in materia di prevenzione di trasparenza.

Il soggetto responsabile del processo di acquisto:

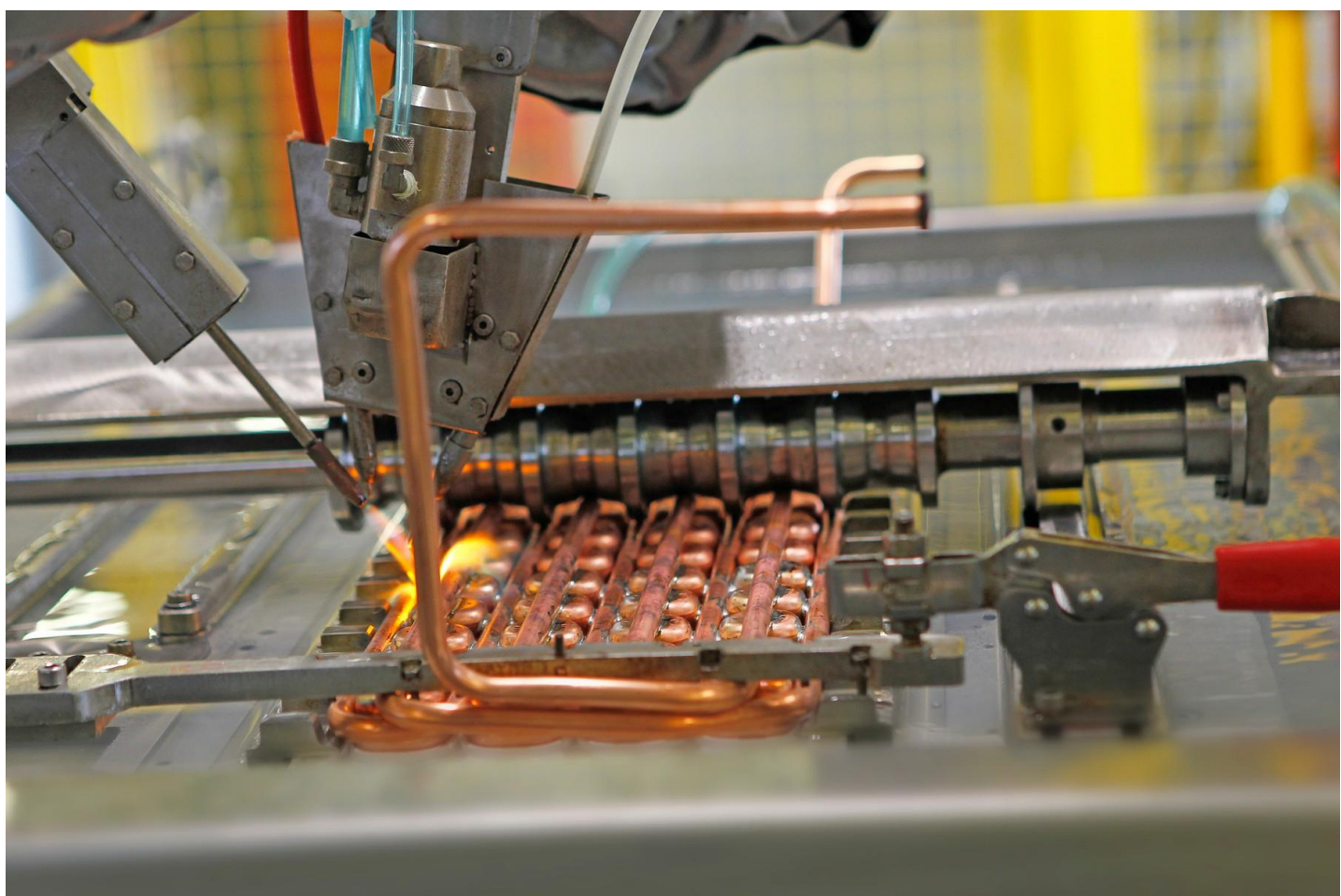
- è tenuto al rispetto dei principi di imparzialità ed indipendenza nell'esercizio dei compiti e delle funzioni affidati, operando sulla base dell'adozione di criteri commerciali oggettivi e documentabili;
- non può assumere alcun obbligo personale verso i fornitori;
- deve mantenere i rapporti e condurre le trattative con i fornitori in modo da creare una solida base per relazioni corrette, reciprocamente convenienti e di durata adeguata, nell'interesse di entrambi i contraenti;
- è tenuto tassativamente a segnalare senza ritardi all'Organismo di Vigilanza qualsiasi tentativo o caso di alterazione dei normali rapporti commerciali;
- non deve offrire beni o servizi, in particolare sotto forma di regali, per ottenere informazioni riservate o benefici diretti o indiretti rilevanti, per sé o per la Società;
- non deve accettare beni o servizi da soggetti esterni o interni a fronte del rilascio di notizie riservate o di stesura o firma di accordi volti a favorire tali soggetti.

La Società rispetta i patti e gli impegni contrattuali, inclusi i termini di pagamento, a fronte dell'esecuzione di incarichi/lavori nei modi stabiliti dalle parti.

▶ 3.5 Clausole contrattuali relative ai comportamenti etici nelle forniture

Compatibilmente con il contesto in cui i fornitori operano si darà preferenza a coloro che, nel rispetto dei parametri economici, mostrino di aderire ai principi etici del presente Codice, escludendo comunque coloro che per qualsiasi motivo dimostrino principi o tengano comportamento in contrasto con esso.

I fornitori sono tenuti a rispettare i principi del Codice: tale impegno, non solo formale, sarà introdotto, ove possibile, in tutti i documenti e gli accordi commerciali della Società. Risulta evidente come la valutazione etica di un fornitore, nel caso che detenga sistema di autotutela ai sensi del d. lgs. n. 231/2001, divenga un carattere preferenziale, e come tale da privilegiare, nelle trattative commerciali a parità di requisiti tecnico-economici.





CAPITOLO

4

RAPPORTI
CON LA
PUBBLICA

AMMINISTRAZIONE

Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I rapporti di qualsiasi tipo (in tema di autorizzazioni, finanziamenti, ispezioni, etc.) intercorrenti con soggetti qualificabili come Pubblici Ufficiali o Incaricati di Pubblico Servizio devono essere condotti nel pieno rispetto delle leggi, delle norme vigenti e del presente Codice Etico, assicurando un comportamento ispirato ai principi di correttezza, integrità, legalità e trasparenza.

Tutti i soggetti destinatari del presente Codice Etico devono astenersi dall' effettuare corresponsioni di qualunque entità al fine di ottenere benefici illeciti nel rappresentare la Società innanzi alla Pubblica Amministrazione.

Nel caso di indagini, ispezioni o richieste della Pubblica Amministrazione, la Società si impegna a fornire in modo tempestivo i dati e le informazioni richieste, curandone la completezza e affidabilità ed assicurando la totale collaborazione e trasparenza.

In generale, le dichiarazioni rese alla Pubblica Amministrazione devono contenere solo elementi assolutamente veritieri, essere complete e basate su documenti validi, al fine di garantire la corretta valutazione da parte della Pubblica Amministrazione interessata.

È vietata ogni attività che volontariamente o involontariamente possa alterare o interferire in qualsiasi modo con il funzionamento di un sistema informatico o telematico della Pubblica Amministrazione o intervenire illegalmente con qualsiasi modalità sui dati, informazioni e programmi in esso contenuti o ad esso pertinenti, al fine di conseguire un ingiusto profitto con altrui danno.





CAPITOLO

COLLETTIVITÀ
E
ISTITUZIONI

5.1 Rapporti con partiti, organizzazioni sindacali e associazioni

La Società non ha mai preso parte a confronti, dispute o elezioni politiche, finanziando partiti o movimenti né in Italia né all'estero né direttamente né indirettamente.

La Società non effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica.

5.2 Rapporti istituzionali

Ogni rapporto con le istituzioni pubbliche locali, nazionali o internazionali, riconducibile alla normale attività amministrativa e commerciale, è orientato a criteri di trasparenza, correttezza e chiarezza.

A tal fine, i contatti con gli interlocutori istituzionali devono avvenire esclusivamente tramite il Consiglio di Amministrazione ovvero i soggetti da quest'organo appositamente individuati.





CAPITOLO

ATTIVITÀ DI
NATURA _____
CONTABILE,
AMMINISTRATIVA, FINANZIARIA

Criteria di condotta relativi ad attività di natura contabile, amministrativa o finanziaria

Tutti i soggetti che, a qualunque titolo, anche quali meri fornitori di servizi, sono coinvolti in attività economiche o finanziarie, contribuendo alla formazione delle voci di bilancio e a tutti i documenti direttamente o indirettamente collegati, devono fornire la massima collaborazione per poter chiarire aspetti specifici, dando eventuali spiegazioni per assicurare la chiarezza delle informazioni fornite sulle operazioni commerciali o finanziarie effettuate, nonché l'accuratezza dei dati e della loro elaborazione.

È, pertanto, vietato esporre voci nei documenti contabili, amministrativi o contabili non rispondenti al vero, anche se oggetto di successive attività di valutazione e controllo.

È vietato, altresì, omettere informazioni od occultare dati in violazione diretta o indiretta dei principi normativi e delle regole procedurali interne, in modo da indurre in errore i destinatari dei sopra menzionati documenti o anche solo non consentirne una lettura trasparente, puntuale e chiara.

È, inoltre, vietato, nelle comunicazioni ufficiali o pubbliche, indicare od affermare fatti non corrispondenti al vero sulla situazione economica, patrimoniale o finanziaria della Società od alterarli/occultarli.

Tutti i soggetti che hanno accesso a informazioni riservate o non accessibili al pubblico, sulla Società o sull'andamento della stessa, devono astenersi dal comunicare e/o dall'utilizzare tali informazioni.





BREMA GROUP SpA
Via dell'Industria, 10
20035 Villa Cortese (Mi), Italy

Codice Fiscale e Partita IVA 09290260158 Registro Imprese Milano MI-1281855
PEC brema@legalmail.it
Cap. Soc. € 208.000 i.v.
Società per azioni con socio unico.

FOLLOW THE HASHTAG
[#bremaice](#)



