Codice Etico

Vorwerk Italia s.a.s. di Vorwerk Management s.r.l.

Sommario

Il nostro commitment 3

Introduzione 4

La nostra Vision e la nostra Mission 7

La Carta dei Valori 8

Le regole di comportamento 10

Attuazione, controllo e divulgazione del Codice 19

Il nostro commitment

Ciascuno di noi è chiamato a rendersi protagonista della cultura di valori che sottende la nostra organizzazione. Con questo obiettivo ci siamo impegnati a formalizzare i principi e le regole da perseguire e a definire le responsabilità di tutti gli attori coinvolti. Dobbiamo sentirci investiti dell'impegno personale e collettivo per il raggiungimento di obiettivi di crescita continua senza mai perdere di vista i principi di etica ed integrità.

Abbiamo voluto creare questo Codice Etico, non solo per declinare gli standard di condotta che l'organizzazione e le persone che la compongono devono adottare, ma anche per dichiarare l'impegno di tutta la nostra organizzazione.

L'impegno ad adottare questo Codice da parte di ciascuno di noi significa apportare il proprio personale contributo alla creazione di una cultura aziendale di integrità e qualità in tutto quello che facciamo.

Ma non solo. In ottica propositiva, attraverso l'enunciazione e la diffusione della vision, della mission, e dei principi generali - fondamento necessario delle norme comportamentali stabilite -, il Codice Etico si rivela quale strumento per creare una cultura di integrità e valori condivisi, che sostiene la reputazione della nostra organizzazione.

Approvato dal Consiglio di Amministrazione di Vorwerk Management s.r.l. il 2 febbraio 2026

Introduzione

Il Contesto

Questo Codice nasce con l'obiettivo di definire il profilo etico di Vorwerk Italia S.a.s. di Vorwerk Management S.r.l., società del Gruppo Vorwerk (Vorwerk SE & Co. KG).

Un po' di storia

Fondata a Wuppertal, in Germania nel 1883, Vorwerk è l'azienda leader nella vendita diretta di prodotti di alta qualità. In origine produttrice di tappeti, l'organizzazione ha basato la sua attività sull'innovazione e ricerca continua, progettando prodotti duraturi e diversificando la propria gamma senza perdere mai la sua identità di azienda familiare.

La gamma di prodotti Vorwerk include il sistema di pulizia per la cura e l'igiene dell'ambiente domestico Folletto e il robot da cucina Bimby®.

Il modello di business distintivo di questa organizzazione: la vendita diretta a domicilio, operata con il supporto di incaricati alla vendita in possesso del tesserino di riconoscimento emesso ai sensi delle vigenti leggi in materia di vendita diretta, ha alla base la convinzione che, quando si sceglie un prodotto da usare tutti i giorni, è fondamentale provarlo di persona, nel proprio ambiente domestico.

> ***"Il buon esempio non è una delle possibilità di influire sugli altri uomini, è l'unica"***
>
> **Albert Schweitzer, Nobel per la pace 1952**

Perché un Codice Etico?

Il Codice Etico (di seguito anche "Codice") ha come obiettivo quello di guidare i portatori di interesse1 ad agire con la massima integrità, perseguendo sempre la scelta più giusta possibile dal punto di vista etico e morale, nel rispetto della vision, della mission e dei principi generali dell'organizzazione.

Questo documento rappresenta il punto di riferimento comportamentale, un vademecum, da consultare ogni qualvolta si abbiano dei dubbi sulla correttezza della propria condotta professionale o di quella di chi lavora in nome e per conto dell'organizzazione.

La vendita diretta a domicilio è l'aspetto che caratterizza la nostra organizzazione: il presente documento ha, inoltre l'obiettivo di assicurare che le attività di vendita

diretta siano svolte come servizio per il pubblico, nella tutela dei diritti dei consumatori.

Il Codice Etico, inoltre, costituisce il fondamento essenziale del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001 e ne è parte integrante.

Il Codice Etico è il documento attraverso il quale l'organizzazione esprime il proprio impegno e le proprie responsabilità etico-sociali e quelli di tutti i suoi portatori di interesse.[1]

Come è strutturato il Codice?

Il Codice Etico si articola in:

- Carta dei Valori: esprime i valori fondamentali ed i principi fondanti dell'organizzazione;
- Regole di comportamento: rappresentano una declinazione dei valori in criteri di condotta a cui il personale e collaboratori dell'organizzazione devono attenersi, evidenziando le categorie di destinatari a cui risultano applicabili in concreto, e sono volte a prevenire comportamenti illeciti o irresponsabili e a guidare l'agire dei loro destinatari secondo i valori dell'etica e dell'integrità morale.

Le norme in esso contenute prevedono principi etici che comportano vincoli più stringenti rispetto a quelli previsti dalla legislazione vigente.

Il Codice Etico è il frutto della combinazione dell'esperienza aziendale con le principali normative, prassi e linee guida in tema di responsabilità sociale d'impresa e di corporate governance. É la rappresentazione dei valori e della filosofia dell'organizzazione e di come questi si riflettono nei comportamenti e nell'agire quotidiano.

I principali documenti che a livello nazionale e internazionale hanno ispirato il presente Codice Etico sono:

- la Costituzione Italiana;
- i "core labour standards" contemplati nelle convenzioni ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro);
- le Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico);
- il Codice Etico di Univendita;

[1] I portatori di interesse sono gli interlocutori con cui l'organizzazione si interfaccia e che influenzano l'agire dell'organizzazione.

- il Codice di Condotta C.E.C.E.D. (Associazione Nazionale Produttori di Apparecchi Domestici e Professionali);
- le best practice esistenti in tema di codici etici.

A chi è rivolto il Codice?

Tutti coloro con i quali la società Vorwerk Italia S.a.s. di Vorwerk Management S.r.l. (di seguito anche l'"organizzazione") opera, indipendentemente dal ruolo o dalla funzione, ciascuno nell'ambito delle proprie attività, sono chiamati a fare propri i principi e i valori contenuti nel presente Codice Etico, a osservarne le regole di comportamento nonché ad evitare qualsiasi violazione delle stesse.

Questa definizione comprende tutti i dipendenti, i dirigenti, i membri degli organi amministrativi e di controllo, la forza vendita, nonché tutti i soggetti legati a qualsiasi titolo, anche occasionale o temporaneo, all'organizzazione incluse le terze parti (ad esempio i fornitori).

Tutti i destinatari del presente Codice Etico sono tenuti a rispettare i principi e le norme in esso contenuti e ad impegnarsi affinché i medesimi siano adeguatamente applicati e diffusi all'interno dell'organizzazione.

Tutti i destinatari del Codice Etico sono tenuti a valutare le conseguenze delle proprie decisioni, iniziative e comportamenti nei confronti di quei soggetti che entrano in relazione con l'organizzazione, in modo da tutelare i loro interessi legittimi e la buona reputazione dell'organizzazione stessa. Occorre in altri termini considerare le implicazioni dell'agire di ciascuno verso chi, dentro e fuori dall'organizzazione, è coinvolto nelle specifiche attività. Il Codice Etico esprime infatti una promessa assunta nei loro confronti: l'impegno a considerare le loro aspettative, a riconoscere le loro necessità e non ostacolarli in alcun modo nel realizzare le loro aspirazioni.

In particolare, i valori e le regole di comportamento espressi in questo Codice fanno riferimento a:

- la forza vendita
- i clienti
- il personale e i collaboratori
- i fornitori e i partner commerciali
- le istituzioni
- le comunità
- l'ambiente
- i competitor e le associazioni di categoria.

La nostra Vision e la nostra Mission

In un contesto di crescente attenzione ai temi della gestione responsabile e sostenibile delle imprese, l'enunciare la vision dell'organizzazione e il condividere i valori e le regole di comportamento diventano l'orientamento, per ciascuno, a muovere i propri passi verso la giusta direzione.

Vision & Mission 2030 per il segmento "Home" ("Culinary" e "Cleaning")

La nostra **vision:**
Con la Strategia 2030 del Gruppo Vorwerk, diventeremo entro il 2030 ***"L'azienda di vendita diretta più attrattiva al mondo".***

"più attrattiva": significa:
- crescita del numero degli incaricati, dei clienti e dei dipendenti, attraverso l'attrattività;
- attrattività delle nostre opportunità di vendita diretta e degli ecosistemi di prodotti grazie a innovazione e sostenibilità.

"al mondo": tramite la presenza globale, sia fisica che digitale.

La nostra **mission:**
"Facciamo crescere la nostra community innovando costantemente e valorizzando la nostra combinazione unica di ecosistemi di prodotto e vendita diretta."

La Carta dei Valori

L'organizzazione, ha fatto propri i "Guiding Values", i valori del Gruppo Vorwerk, traducendoli nella propria Carta dei Valori, che ispira e guida l'agire di tutti i destinatari del Codice.

Per quanto l'ambizione del Codice sia la massima esaustività possibile, le sue norme non potranno coprire l'integralità delle situazioni che nel concreto si possono verificare nelle attività lavorative quotidiane di ognuno. È per questo che si incoraggiano tutti i destinatari del Codice ad aderire non solo alla lettera ma anche allo spirito del presente documento, appellandosi in ogni caso alla regola del buon senso.

Per qualunque dubbio interpretativo o dilemma etico è possibile chiedere aiuto al proprio Responsabile o rivolgersi al Garante del Codice Etico.

I nostri Valori

Relazioni

In Vorwerk, il nostro percorso è plasmato dalle relazioni.

Ogni giorno è dedicato a favorire un'atmosfera di riconoscimento e coesione, sia per i dipendenti che per gli incaricati.

Questa base di fiducia si estende ai clienti che serviamo, garantendo che ogni interazione con i nostri prodotti e servizi sia fondata su relazioni di lungo termine.

Insieme, creiamo collaborazioni quotidiane attraverso prodotti di valore e una comunità attenta e premurosa, sia all'interno della nostra organizzazione che al di fuori di essa.

Innovazione

Partendo da queste basi, l'innovazione diventa il cuore della nostra cultura.

Incoraggiamo i nostri dipendenti a esplorare nuove opportunità e ad adottare una mentalità orientata alla sperimentazione, favorendo un ambiente dinamico.

La nostra storia di reinvenzione, andando oltre il nostro core business, esemplifica il nostro impegno a migliorare la vita quotidiana attraverso i nostri prodotti e servizi.

Gli incaricati forniscono preziose informazioni sui bisogni dei clienti, alimentando un progresso ispiratore, con l'obiettivo costante di offrire soluzioni innovative alle esigenze dei nostri clienti.

Qualità

Mentre innoviamo, la qualità rimane il nostro obiettivo irrinunciabile.

Definita da un'attenta cura dei dettagli e da una passione per l'eccellenza.

Tutti i nostri dipendenti sono estremamente orgogliosi di offrire qualità – che si tratti dei nostri prodotti, servizi o del lavoro quotidiano – fissando gli standard del settore grazie alla loro dedizione.

Per i nostri incaricati, questa dedizione si traduce nell'offerta di prodotti affidabili che apportano benefici ai clienti per generazioni.

Mantenendo i più alti standard, costruiamo un'eredità di affidabilità e fiducia che definisce il nostro marchio.

Entusiasmo

Tutti questi valori vengono perseguiti con entusiasmo.

Ogni giorno, la nostra passione e il nostro orgoglio ci spingono in avanti, creando la pietra angolare del nostro successo.

Questo entusiasmo condiviso unisce i nostri dipendenti, consulenti e clienti.

Dallo sviluppo alla vendita diretta, ogni interazione arricchisce l'esperienza complessiva del cliente, costruendo una comunità coesa e vivace grazie alla nostra passione comune per l'imprenditorialità.

Così, il cerchio si chiude e culmina in relazioni di lungo termine, completando un ciclo perfetto.

Sostenibilità

Prendersi cura delle generazioni future è profondamente radicato in tutto ciò che facciamo.

Come azienda a proprietà familiare, la sostenibilità fa parte della nostra identità.

Pensiamo in termini di generazioni, non di trimestri.

Dalla lunga durata dei nostri prodotti all'uso responsabile delle risorse e alla responsabilità sociale, ci impegniamo a creare valore duraturo.

Integrando la sostenibilità nelle nostre decisioni e azioni, miriamo a garantire un impatto positivo su persone, pianeta e prestazioni – oggi e domani.

Le regole di comportamento

La forza vendita

Le persone che costituiscono la forza vendita della Società sono i dipendenti operanti nelle strutture interne dedicate alla vendita come anche gli incaricati alla vendita a domicilio, occasionali o abituali che svolgono, per conto della Società, attività di promozione finalizzata alla vendita di apparecchi ed accessori per la pulizia domestica, nonché di robot multifunzione "Bimby®" ed i relativi accessori, pezzi di ricambio e prodotti di corredo. Tali soggetti sono tenuti a comportarsi, nell'espletamento delle attività commerciali e promozionali, nel massimo rispetto dei principi di onestà, correttezza e trasparenza. È vietata ogni pratica ambigua, scorretta, ingannevole o aggressiva.

L'organizzazione, tramite il Garante del Codice Etico, è impegnata a garantire la massima diffusione del presente Codice.

La forza vendita si impegna affinché ogni contatto con il potenziale cliente avvenga in orari ragionevoli e nel massimo rispetto della persona, tenendo in considerazione anche le caratteristiche personali di ogni singolo soggetto.

Ad ogni operazione di vendita, la forza vendita deve esibire il proprio tesserino di riconoscimento, comunicando le informazioni necessarie al riconoscimento personale e del marchio.

L'organizzazione, anche per il tramite della forza vendita, si impegna affinché ogni comunicazione sia veritiera, chiara, comprensibile, completa e non ambigua e, qualora previsto, accompagnata da materiale informativo a supporto.

All'atto della presentazione dell'offerta di vendita, la forza vendita deve accertarsi della maggiore età e avere la ragionevole certezza della capacità di agire dell'interlocutore e, dopo aver verificato che lo stesso interlocutore abbia correttamente compreso tutte le informazioni, anche relative agli obblighi assunti in caso di accettazione, deve mettere il potenziale cliente nelle condizioni di effettuare un'attenta valutazione dell'offerta.

L'organizzazione non tollera in alcun modo una proposta d'ordine ottenuta con comportamenti contrari ai Valori contenuti nel presente Codice.

L'organizzazione si impegna affinché tutto il materiale informativo consegnato o sottoposto alla visione del potenziale cliente non contenga in alcun modo affermazioni che possano essere considerate ingannevoli, anche solo per omissioni, imprecisioni o ambiguità.

La forza vendita non deve offrire o promettere ai terzi, nonché accettare la promessa di ricevere da terzi, direttamente o indirettamente, utilità o omaggi, se non espressamente previsto da procedure aziendali.

La selezione della forza vendita non dipendente

L'organizzazione si impegna a che le valutazioni per la selezione della forza vendita non dipendente siano effettuate tenendo in debita considerazione sia i requisiti di legge previsti dalle normative per l'esercizio dell'attività di incaricato alla vendita a domicilio, sia valutazioni di merito trasparenti e verificabili sull'eticità dell'agente di commercio o dell'incaricato alla vendita a domicilio, in linea con le procedure aziendali interne.

La formazione e l'addestramento per la forza vendita

In ottica non solo di miglioramento continuo delle capacità di vendita, ma anche e soprattutto per garantire un servizio di eccellenza ai clienti, l'organizzazione prevede l'erogazione di corsi di formazione e di addestramento.

L'organizzazione si impegna a dare adeguata conoscenza ai componenti della forza vendita dei principi espressi dal presente Codice.

A tal proposito saranno utilizzati gli strumenti di formazione e informazione più idonei al fine di favorire la crescita personale e professionale.

I premi e gli incentivi

L'organizzazione, nella gestione ordinaria della forza vendita, potrà ricorrere all'assegnazione di incentivi/premi, alla sponsorizzazione di eventi o all'organizzazione di viaggi, facendosi carico dei costi di propria spettanza e delle spese. Tali costi e spese devono essere esaminati in anticipo per determinare se sono conformi con il presente Codice, le politiche aziendali e la normativa vigente in materia. Ogni eventuale dubbio in proposito dovrà essere sottoposto al Garante del Codice Etico.

I clienti

L'organizzazione persegue l'obiettivo di soddisfare le aspettative dei propri clienti mantenendo elevati standard di qualità, di performance, di affidabilità nell'offerta dei servizi proposti.

Le proposte d'ordine sottoposte ai clienti sono improntate a criteri di trasparenza, semplicità, chiarezza e comprensibilità, evitando il ricorso a qualsiasi pratica ingannevole, al fine di creare un solido rapporto ispirato ai valori di correttezza, onestà e professionalità. La forza vendita adotta i contratti-tipo dell'organizzazione e segue le linee guida di riferimento, astenendosi dal praticare offerte speciali o altre condizioni di favore se non autorizzati per iscritto.

È fatto divieto di richiedere e/o accettare qualsiasi utilità per favorire un cliente nell'erogazione dei beni e dei servizi. In particolare, è proibito offrire/ricevere denaro; è fatto divieto di offrire/ricevere, direttamente o indirettamente, regalie e/o benefici (oggetti, servizi, prestazioni, favori o altre utilità) tali da poter essere interpretati da un osservatore imparziale come finalizzati al conseguimento di un vantaggio, anche non economico, contrario a norme imperative di legge, regolamenti e ai principi del presente Codice.

La riservatezza

Per garantire la tutela e la riservatezza dei clienti e potenziali clienti dell'organizzazione, la stessa raccoglie e tratta una quantità significativa di dati personali. Ciascuno, a tal proposito, è chiamato a trattare queste preziose informazioni con la massima cura e diligenza, in accordo con le istruzioni aziendali in tema di trattamento dei dati personali e con la normativa privacy vigente.

Il personale e i collaboratori

L'organizzazione è consapevole che la reputazione e il successo di un brand si fondano sulla valorizzazione delle persone. Sviluppare e stimolare le competenze, promuovere lo spirito di squadra e la collaborazione nel raggiungimento degli obiettivi comuni sono elementi fondamentali per la costruzione e il mantenimento di un ambiente di lavoro sereno, stimolante e positivo.

Ciascuno è tenuto a contribuire nel mantenere un clima di reciproco rispetto, agendo con onestà, trasparenza e lealtà nel pieno rispetto della legge e delle procedure aziendali.

La selezione e gestione del personale

L'organizzazione si impegna a che le valutazioni di selezione siano effettuate esclusivamente sulla base di considerazioni di merito trasparenti e verificabili, in linea con le procedure interne aziendali e condanna ogni forma di discriminazione e favoritismo.

L'organizzazione, consapevole che lo sviluppo delle competenze, delle capacità e del talento delle persone è un elemento centrare per la crescita non solo personale ma dell'intero sistema, si impegna a seguire una politica dei meriti e delle pari opportunità. In quest'ottica l'organizzazione mette a disposizione gli adeguati strumenti formativi volti a valorizzare le specifiche competenze e sviluppare il valore professionale di ciascuno.

La costituzione del rapporto di lavoro deve essere sempre supportata da regolare contratto di lavoro; non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare. Alla costituzione del rapporto di lavoro ciascuno riceve accurate informazioni relative alle caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere, agli elementi normativi e retributivi e alle norme e procedure da adottare.

A tutti i livelli della gerarchia aziendale, l'inquadramento, la formazione, i percorsi di carriera e la retribuzione devono rispondere esclusivamente a considerazioni oggettive riguardanti le caratteristiche professionali e personali necessarie all'esecuzione del lavoro da svolgere e alle capacità dimostrate nell'adempimento dello stesso, senza riferimento alcuno a razza, religione, Paese di origine, disabilità, età, sesso, fede politica e orientamento sessuale.

L'organizzazione condanna qualsiasi comportamento scorretto, ostile, irrispettoso, molesto o vessatorio, sia all'interno sia all'esterno del posto di lavoro. Si considera ugualmente inaccettabile qualsiasi pratica di mobbing e, più in generale, qualsiasi comportamento che leda la dignità della persona.

La salute e sicurezza sul luogo di lavoro

L'organizzazione si impegna a mantenere un ambiente di lavoro conforme alle vigenti norme in materia di salute e sicurezza e di garantire tutte le necessarie misure di prevenzione contro gli infortuni e le malattie sul lavoro. Si impegna, inoltre, ad informare ciascuna persona sui rischi che può incontrare nello svolgimento delle diverse attività professionali, anche attraverso attività formative specifiche e il costante scambio di informazioni con le strutture che vengono utilizzate per lo svolgimento dell'attività professionale, nel rispetto della normativa vigente.

Coerentemente con quest'obiettivo, ciascuna persona è chiamata a contribuire e mantenere sano e sicuro l'ambiente di lavoro in cui opera e ciascuno collabora, nell'ambito delle rispettive funzioni e responsabilità, per eliminare o ridurre progressivamente i rischi alla fonte e migliorare le condizioni di lavoro.

La gestione delle informazioni

Ciascuno, in linea con le politiche aziendali e nel pieno rispetto della normativa di riferimento, deve trattare tutte le informazioni riservate e i dati personali nell'assoluto rispetto della riservatezza e della tutela della privacy.

Ciascuno è chiamato a garantire la veridicità, trasparenza e accuratezza della documentazione e delle informazioni che gestisce nello svolgimento della propria attività di competenza.

Nella predisposizione e tenuta dei documenti e dati contabili, ciascuno deve attenersi ai principi di trasparenza, correttezza e veridicità.

Ciascuno è responsabile della documentazione di propria competenza e deve assicurarsi che sia custodita e conservata, facilmente reperibile e archiviata in modo ordinato secondo criteri logici e in conformità alle direttive aziendali.

La protezione dei beni strumentali aziendali

L'organizzazione si impegna a fornire al proprio personale gli strumenti aziendali necessari allo svolgimento delle proprie attività lavorative.

Ciascuno avrà la responsabilità di custodire, conservare e difendere i beni che gli saranno affidati nell'ambito della sua attività e dovrà utilizzarli in modo proprio e conforme all'interesse sociale impedendone ogni uso improprio, che violi le norme vigenti o che possa rivelarsi dannoso o in contrasto con l'interesse societario.

Ciascuno è autorizzato ad utilizzare i supporti informatici e le connessioni ad internet aziendali solo per fini relativi al proprio impiego. Non è consentito utilizzare programmi la cui installazione non sia stata autorizzata o sia contraria alla legge.

Il rispetto della proprietà intellettuale

Ciascuno si impegna a rispettare pienamente la legge in tema di proprietà intellettuale, volta a tutelare giuridicamente il frutto dell'attività creativa e inventiva umana nel campo artistico, scientifico e industriale.

Non è consentito violare in alcun modo i diritti d'autore e di copyright nonché i diritti associati a brevetti, marchi, disegni o modelli registrati altrui, che si tratti di software, contenuti digitali, design, opere musicali e cinematografiche o di qualsiasi altra forma di proprietà intellettuale.

Inoltre, non è permesso utilizzare informazioni confidenziali o segrete di terzi senza autorizzazione.

Il conflitto d'interessi

Ciascuno è tenuto ad evitare qualsiasi situazione che possa mettere in conflitto i propri interessi con quelli dell'organizzazione, inclusi gli interessi economici, finanziari, familiari e/o affettivi. Ogni situazione che possa costituire o determinare, anche solo potenzialmente, un conflitto d'interessi deve essere tempestivamente comunicata al proprio superiore che dovrà obbligatoriamente confrontarsi con il Garante del Codice Etico per le decisioni del caso.

A titolo puramente esemplificativo e non esaustivo, le situazioni che generano un conflitto di interessi potrebbero essere:

- svolgimento, da parte di una persona, di attività lavorative, di qualsiasi tipo, presso fornitori, clienti, concorrenti, consulenti;
- esercizio, da parte di un familiare, di un ruolo chiave presso un fornitore, cliente, concorrente o consulente;
- interessi economici e finanziari delle persone e/o della famiglia in attività di fornitori, clienti, concorrenti, consulenti;
- relazioni affettive tra persone legate da rapporto gerarchico diretto.

Gli omaggi

In ogni relazione commerciale con clienti, fornitori, organizzazioni sindacali o pubblici ufficiali, omaggi di cortesia o atti di ospitalità sono permessi solo quando siano tali, per natura e valore, da non poter essere interpretabili da un osservatore imparziale come finalizzati a ottenere trattamenti di favore. Le relazioni commerciali con clienti, fornitori o pubblici ufficiali, non devono essere sfruttate per benefici individuali.

Non è consentito accettare o richiedere regali, omaggi o forme d'intrattenimento da parte di partner commerciali, clienti o terze parti. Gli inviti a eventi culturali, ristoranti o altri vantaggi non tangibili sono ritenuti omaggi/doni. Ciò non si applica a prestazioni o regali di modico valore, secondo le procedure aziendali.

Non è consentito offrire o promettere regali, omaggi o benefici a terze parti, a titolo esemplificativo a partner commerciali, clienti, fornitori, esponenti della pubblica amministrazione, per influenzare le decisioni a favore dell'organizzazione.

È proibito offrire denaro o omaggi, salvo che questi ultimi non siano di modico valore e in linea con quanto previsto dalle procedure aziendali, a clienti, fornitori partner commerciali. È inoltre proibito sostenere spese di rappresentanza che potrebbero dar adito a sospetti di irregolarità o dare l'impressione di voler condizionare il loro operato.

I fornitori e i partner commerciali

L'organizzazione si adopera affinché il presente Codice sia diffuso e rispettato anche da coloro con cui intrattiene rapporti di business su base duratura, quali fornitori e partner commerciali.

Si richiede ai fornitori e ai partner commerciali di tenere un comportamento corretto, diligente e conforme alle disposizioni di legge e agli standard prefissati, con particolare attenzione al rispetto delle procedure e delle buone pratiche in materia di etica, tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro e di rispetto

dell'ambiente. Qualora ritenuto opportuno, potranno essere richiesti ulteriori requisiti di tipo societario-aziendale (ad esempio l'adesione a sistemi di gestione).

L'organizzazione si impegna a non selezionare fornitori per ottenere vantaggi diversi dalla prestazione professionale del fornitore stesso e non permettere omaggi di cortesia o atti di ospitalità quando, per natura e valore, possano essere interpretabili da un osservatore imparziale come finalizzati a ottenere trattamenti di favore.

La trasparenza

Nelle attività commerciali con fornitori e partner commerciali, ciascuno ricorre a contratti scritti che dettagliano in maniera chiara i termini della relazione, le responsabilità delle parti, l'eventuale impegno di risorse aziendali e i meccanismi di risoluzione delle dispute in modo da sviluppare relazioni di business più solide e durature, consentendo inoltre di tenere traccia di tutte le operazioni più importanti. Per questo è fondamentale non ricorrere ad intese occulte, a documenti non ufficiali o ad altri accordi non conformi agli standard dell'organizzazione.

Le istituzioni

I rapporti con le istituzioni sono riservati esclusivamente ai soggetti a ciò espressamente autorizzati, nel rispetto dei ruoli e delle funzioni attribuite in base alla legge e nel rispetto dei principi di collaborazione, trasparenza, correttezza e rigore, garantendo comportamenti chiari che non possano essere interpretati dai soggetti coinvolti come ambigui o contrari alle normative vigenti. In ogni caso le relazioni con le istituzioni non devono in alcun modo compromettere l'integrità e la reputazione dell'organizzazione.

In particolare, i soggetti autorizzati all'intrattenimento di rapporti con la pubblica amministrazione sono tenuti a conservare diligentemente la documentazione relativa alle operazioni, transazioni e attività riferibili ad incontri o contatti con le istituzioni, per garantirne la massima trasparenza e tracciabilità delle informazioni rilevanti.

Non è ammesso dare, offrire, richiedere, promettere, autorizzare, sollecitare o accettare somme di denaro o altre utilità relative alla loro attività per l'organizzazione, in qualunque momento e per qualsivoglia motivo.

In caso di indagini o verifiche da parte delle autorità, tutti devono garantire la massima collaborazione e trasparenza, oltre alla onestà e veridicità di tutte le informazioni fornite.

La comunità e i media

L'organizzazione opera secondo i principi di sostenibilità e promuove lo sviluppo socio-culturale dei territori su cui insiste, consapevole che le sue decisioni possono avere impatti significativi sulle comunità locali in cui opera.

L'organizzazione può sostenere iniziative proposte da enti ed associazioni con regolari statuti ed atti costitutivi, valutandone l'affidabilità, la levatura e la loro coerenza con i valori espressi nel presente Codice Etico, ai fini di prevenire qualsiasi rischio di favorire organizzazioni criminali e/o attività in materia di riciclaggio.

Nelle eventuali donazioni e nella concessione di liberalità, vengono privilegiate iniziative che offrono una garanzia di qualità e si distinguono per il messaggio etico trasmesso.

Le informazioni afferenti l'organizzazione e dirette ai social-media e ai mezzi di informazione potranno essere divulgate solamente dai soggetti a ciò delegati, nel rispetto delle procedure aziendali.

In ogni caso, la comunicazione all'esterno di dati o informazioni dovrà essere veritiera, trasparente e completa e tale da riflettere in maniera coerente i valori e le strategie aziendali.

I competitor e le associazioni di categoria

L'organizzazione riconosce che una concorrenza corretta e leale costituisce uno stimolo fondamentale per lo sviluppo dell'organizzazione e la crescita del mercato. Questo costituisce il migliore stimolo al miglioramento continuo e alla capacità di rispondere efficacemente alle aspettative dei clienti.

Il personale, la forza vendita e i collaboratori sono tenuti a rispettare le leggi e promuovere i principi della libera e leale concorrenza. È inoltre vietato qualsiasi utilizzo di marchi, nomi, loghi riconducibili ad imprese concorrenti.

La partecipazione ad associazioni di categoria, a consorzi o ad altre iniziative di settore non è finalizzata ad alterare il mercato e chiunque deve evitare di dare l'impressione che lo sia. Ciascuno deve utilizzare solo mezzi leciti per analizzare i concorrenti e rispettare i diritti di proprietà intellettuale altrui.

L'ambiente

L'organizzazione si impegna attivamente nella costruzione e diffusione di una cultura ambientale, con l'obiettivo di impiegare in modo efficiente le risorse naturali, ridurre lo spreco e, ove possibile, riutilizzare o riciclare.

Ciascuno è chiamato a promuovere la sensibilizzazione di tutti i portatori di interessi, interni ed esterni, incoraggiando l'utilizzo sicuro ed ecologico dei prodotti e informando i consumatori sulle modalità di uso, manutenzione e smaltimento.

L'organizzazione opera nel pieno rispetto di tutte le leggi e normative interne in materia, completando ove previste le apposite attività formative.

Attuazione, controllo e divulgazione del Codice

Il ruolo del Garante del Codice Etico

L'ente deputato a vigilare sull'applicazione del Codice Etico è il Garante del Codice Etico (di seguito anche il "Garante"), in coordinamento con gli organi e le funzioni competenti per la sua corretta attuazione e l'adeguato controllo.

Il Garante del Codice Etico, identificato nell'Organismo di Vigilanza ex art 6, comma 1, lett. b) del D. Lgs. 231/2001, è chiamato a:

- monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e della comprensione del Codice, garantendo l'adeguatezza delle attività di formazione e informazione;
- chiarire i dubbi interpretativi e le situazioni di dilemma etico;
- raccogliere le segnalazioni di comportamenti e fatti non in linea con i principi del Codice Etico;
- provvedere a svolgere le opportune indagini, riportandone l'esito alle funzioni competenti, e accertare l'applicazione delle sanzioni di volta in volta comminate;
- garantire la riservatezza sull'identità del segnalante, tutelandolo da eventuali intimidazioni o ritorsioni;
- proporre e sottoporre all'approvazione del Consiglio di Amministrazione di Vorwerk Management S.r.l. aggiornamenti, modifiche e integrazioni del presente Codice Etico;
- coordinare, con il supporto delle funzioni interne, le attività inerenti alla tempestiva pubblicazione e disponibilità di ogni attività di modifica e revisione del Codice, nonché le eventuali conseguenti attività formative.

I meccanismi di segnalazione

Al fine di garantire il massimo rispetto e diffusione delle norme e dei principi contenuti all'interno del Codice Etico, chiunque è tenuto a segnalare comportamenti e fatti non in linea con i principi del Codice Etico.

Il Gestore della Segnalazione si impegna ad assicurare la riservatezza dell'identità della persona segnalante, della persona coinvolta e della persona comunque menzionata nella segnalazione, nonché del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione, garantendo che chiunque effettui una segnalazione non sia oggetto di alcuna forma di intimidazione o ritorsione. Chiunque ponga in essere attività intimidatorie o di ritorsione, nei confronti di un segnalante, sarà soggetto a sanzioni disciplinari, commisurate alla gravità delle violazioni accertate.

Tutti i Segnalanti possono indirizzare le proprie segnalazioni:

- mediante numero di telefono **800-787639**;
- mediante piattaforma online "SpeakUp", raggiungibile tramite la sezione "Segnalazioni (whistleblowing)" della pagina web di Vorwerk Italia.

Attraverso tali canali, il Segnalante può anche richiedere un incontro diretto ai gestori della segnalazione.

Per maggiori informazioni, si prega di consultare la sezione "Segnalazioni (whistleblowing)" sul sito web della Società. Inoltre, è possibile prendere visione della Procedura "Gestione delle Segnalazioni" disponibile all'interno della intranet aziendale.

Al fine di rendere possibile l'espletamento delle attività di indagine, in capo a ciascun dipendente o collaboratore vige un necessario obbligo di cooperazione, che comprende: rispondere alle domande, fornire informazioni veritiere, complete e accurate, conservare i documenti e le prove pertinenti, astenersi dall'interferire in qualunque modo con le indagini in corso e mantenere il massimo riserbo salvo diversamente esplicitato.

Ricordando che l'atteggiamento attivo e collaborativo di ognuno è non solo fondamentale, ma anche doveroso, si esplicita che la mancata denuncia di comportamenti e fatti giudicati non in linea con i principi del Codice Etico rappresenta di per sé una violazione a questo stesso Codice e può dar luogo a una sanzione disciplinare, compresa la possibile risoluzione del rapporto di lavoro.

Le sanzioni disciplinari

L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti, della forza vendita e di tutti i collaboratori dell'organizzazione.

La violazione dei principi del presente Codice lede il rapporto di fiducia instaurato e comporta l'applicazione di sanzioni disciplinari. Nei casi più gravi, essa determina l'interruzione dei rapporti a qualsiasi titolo intrattenuti con il soggetto trasgressore.

In particolare:

- per i dipendenti, la violazione del Codice può determinare, nei casi di maggiore gravità, la risoluzione del rapporto di lavoro, con le conseguenze previste dai contratti collettivi e dalle norme vigenti di lavoro;
- per la forza vendita e per i collaboratori, la violazione delle norme del Codice Etico può determinare l'inadempimento degli obblighi contrattuali e quindi, nei casi di maggiore gravità la risoluzione del contratto/incarico, nonché un eventuale risarcimento del danno nei confronti dell'organizzazione;

- per i membri degli organi amministrativi e di controllo, la violazione può determinare provvedimenti, in relazione alla gravità della violazione, determinandone anche la revoca dell'incarico per giustificato motivo.

L'organizzazione si riserva inoltre la facoltà di riportare le violazioni accertate alle Autorità competenti.

L'accertamento delle violazioni del Codice Etico può emergere in conseguenza delle segnalazioni e delle attività di monitoraggio e verifica operate dal Garante del Codice Etico, anche con il supporto della funzione di Internal Audit e di esperti nelle materie di volta in volta in oggetto.

I meccanismi di informazione e divulgazione

Il presente Codice Etico è disponibile sul sito internet ed è distribuito ai destinatari secondo le modalità di volta in volta ritenute più idonee per un'efficace divulgazione (es. consegna di copia cartacea o elettronica, inserimento di apposita nota informativa all'interno dei contratti stipulati, ecc.).

Al fine di assicurare la corretta comprensione del Codice Etico a tutti i suoi destinatari, le attività di informazione e comunicazione sono inoltre affiancate da apposite iniziative di formazione, differenziate a seconda del ruolo e responsabilità dei soggetti destinatari.

Qualunque richiesta di informazione, chiarimento o parere può essere rivolta al Garante del Codice Etico.