

## **CODICE ETICO GRIFA S.P.A.**

### **PREMESSA**

La società GRIFA S.P.A. produce e realizza un'ampia gamma di prodotti cartotecnici, dai più semplici astucci alle più complesse isole di vendita passando per cartelli vetrina, espositori da banco e da terra.

Fondamentale è il rapporto con i lavoratori, i clienti, i fornitori, le aziende e le istituzioni che sono coinvolte nell'intero processo.

Con loro la Società intende mantenere e sviluppare i rapporti nella massima fiducia reciproca operando nel rispetto delle leggi e regolamenti nazionali e respingendo ogni discriminazione delle persone basata sul sesso, sulle razze, sulle lingue, sulle condizioni personali e sociali, sul credo religioso e politico.

La missione di GRIFA è perseguire l'eccellenza nel fornire prodotti e servizi, ma anche soluzioni alla problematiche. Il Cliente deve trovare una risposta rapida e competente alle sue necessità, che si traducono in un prodotto duraturo e di qualità.

### **Art.1 - Principi generali**

Per il raggiungimento dei propri obiettivi, la Società si ispira ai seguenti principi:

- a) rispetto di tutte le leggi e regolamenti vigenti nazionali;
- b) rispetto delle persone;
- c) eguaglianza ed imparzialità;
- d) onestà, trasparenza ed affidabilità;
- e) riservatezza;
- e) lealtà, correttezza e buona fede;
- f) tutela dell'ambiente e sicurezza;
- g) protezione della salute;
- h) rispetto della concorrenza quale strumento indispensabile per lo sviluppo del sistema economico;

### **Art.2 - Destinatari**

I principi e le disposizioni del presente Codice Etico (in seguito "Codice") sono vincolanti per tutti i seguenti Destinatari:

- i titolari;
- i dipendenti;
- tutti i collaboratori con cui si intrattengono rapporti contrattuali, anche temporanei, nonché tutti coloro con cui si seguono attività lavorative e rapporti commerciali nel contesto delle diverse relazioni intrattenute con la Società per lo sviluppo, la produzione, la promozione, la distribuzione e la vendita dei nostri prodotti.

### **Art.3 - Indicazioni delle modalità di comunicazione, attuazione e controllo**

La Società provvede a far conoscere e a far rispettare a tutti i Destinatari il presente Codice, attraverso la pubblicazione online, comunicazioni dirette e come parte del contratto di fornitura

con la maggior parte dei suoi partner e ne verifica la messa in atto tramite un ampio programma di auditing.

La Direzione assicura:

- la diffusione del Codice presso i dipendenti della Società, i clienti, i fornitori, i partner ed in genere presso tutti i terzi interessati;
- il supporto nell'interpretazione e attuazione del Codice;
- l'applicazione ed il rispetto del Codice Etico e dei modelli di organizzazione, gestione e controllo;
- di intraprendere tutte le iniziative ritenute più opportune in materia di violazioni delle regole contenute nel Codice;
- l'aggiornamento delle disposizioni con riguardo alle esigenze che di volta in volta si manifestano.

#### **Art.4 - Correttezza**

Ogni attività compiuta dai Destinatari deve essere coerente con la missione e tutela della Società, secondo le leggi nazionali, i principi generali ed i regolamenti.

Tutti i Destinatari, qualunque sia la natura e la durata del contratto di lavoro, sono tenuti nei rapporti d'affari con terzi a un comportamento etico e rispettoso delle leggi, improntato alla massima trasparenza, correttezza, efficienza, così come definito dagli standard del Codice Etico.

I Destinatari sono personalmente responsabili della conservazione dei beni materiali e delle risorse della Società affidate per l'espletamento dei propri compiti.

I Destinatari non usano le informazioni e i beni della Società per fini personali.

I Destinatari non possono accettare, né effettuare, pressioni o segnalazioni, che possano compromettere la reputazione della Società o trarre vantaggi per sé o per terzi.

I Destinatari non possono accettare, né elargire, somme di denaro, regali, sconti, forme di ospitalità, o qualsiasi altra forma di beneficio. Si possono accettare solo se di modesto valore, se non compromettono l'integrità e la reputazione delle parti e se non possono essere interpretati, in alcun modo, come atti destinati ad ottenere vantaggi e favori in modo improprio.

#### **Art. 5 - Rapporti con i fornitori**

La scelta viene effettuata ricercando il rapporto qualità / prezzo (con un target minimo di qualità richiesto imprescindibile), l'affidabilità, la fiducia, il rispetto di leggi e normative. I pagamenti sono gestiti in modo da permettere al fornitore non solo di ottemperare ai suoi impegni ma da rappresentare un ulteriore segnale di fiducia.

#### **Art. 6 – Prezzi**

I prezzi sono stabiliti in base ad una serie di fattori: la quantità, il tipo di prodotto, la consegna richiesta, ecc. Sono escluse pratiche di concorrenza sleale, ribasso delle tariffe e turbativa d'asta.

#### **Art.7 - Personale**

La gestione dei rapporti di lavoro e di collaborazione è improntata al rispetto dei diritti dei lavoratori e della professionalità di ciascuno di essi.

La Società assicura che i propri Destinatari siano idonei alle funzioni da svolgere e professionalmente qualificati.

A tal fine valorizza e cresce le risorse umane con iniziative di formazione e riqualificazione in considerazione delle competenze e delle capacità dei singoli, senza alcuna discriminazione.

#### **Art.8 - Ambiente e salute**

La Società persegue nella sua attività il principio di tutela e salvaguardia dell'ambiente e mira a garantire la prevenzione e sicurezza della salute dei Destinatari.

La sede è stata realizzata con il criterio della salubrità: spazio, aria, luminosità naturale per lavorare nelle migliori condizioni.

Conformemente alla legge n. 3 del 16 gennaio 2003, è applicato il divieto di fumo negli ambienti di lavoro, compresi gli automezzi di servizio.

La società mira a contribuire alla salvaguardia dell'ambiente, immettendo sul mercato prodotti le cui caratteristiche di basso impatto ambientale quanto più possibile riciclate e riciclabili, che incidano sull'ambiente il minimo possibile nell'intero ciclo di vita (produzione, trasporto, utilizzo, smaltimento).

#### **Art. 9 Sviluppo sostenibile**

La Società punta ad uno sviluppo sostenibile e consolidato: il nostro obiettivo è instaurare rapporti di collaborazione continuativa e pluriennale con i Destinatari in modo da favorire un clima di fiducia ed una fama di affidabilità.

#### **Art. 10 - Violazioni del Codice Etico**

L'osservanza del Codice deve altresì considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai collaboratori non subordinati e/o soggetti aventi relazioni d'affari con la Società. Le violazioni delle norme del Codice Etico potranno costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali. Il rispetto di tali principi sarà perseguito tramite un sistema di regole interne e alla raccolta di dati monitorati e confrontati con opportuni indicatori.

#### **Art.11 - Disposizioni finali**

Il presente Codice è stato approvato nel giugno 2015.

Ogni variazione e/o integrazione dello stesso sarà approvata dalla Direzione e diffusa tempestivamente ai Destinatari.

GRIFA S.P.A.

Enzo GRILLI

GRIFA S.p.A.

Via MORANDI, 34 - ZONA IND. NORD

06012 CITTÀ DI CASTELLO (PG)

P.I. 00213320542

Tel. 075 8522190 - Fax 075 8522230

#### **GRIFA in numeri:**

34 dipendenti;

100% dei dipendenti è a tempo indeterminato;

50% della forza lavoro è composta da donne;

50% della forza lavoro è composta da uomini;

45 anni è l'età media dei dipendenti;

Tutti i dipendenti hanno beneficiato di corsi di formazione.