

Gruppo aziendale

ALDI SÜD

Code of Conduct – Codice di condotta



Ottobre 2015

Per rendere il testo più scorrevole ci siamo limitati a utilizzare le forme maschili per le denominazioni (collaboratore, superiore, altre cariche, ecc.).

Gruppo
aziendale
ALDI SÜD

Code of Conduct – Codice di condotta



2 Sommario

| | | |
|-----------|--|-----------|
| | Prefazione | 4 |
| | Principi CR, Code of Conduct e AMS | 6 |
| 1. | Principi generali | 8 |
| 1.1. | Rispetto delle norme | 8 |
| 1.2. | Compliance: ogni singolo collaboratore ne è responsabile | 9 |
| 1.3. | Segnalazione di violazioni | 9 |
| 1.4. | Responsabilità | 10 |
| 2. | Conflitti di interesse e accettazione di vantaggi | 11 |
| 2.1. | Partner commerciali e concorrenti | 12 |
| 2.2. | Vantaggi privati derivanti da rapporti commerciali | 12 |
| 2.3. | Inviti a pranzo o cena e regali | 13 |
| 2.4. | Rivelazione dei casi di conflitto di interessi | 13 |
| 3. | Corruzione | 14 |
| 3.1. | Partner commerciali | 15 |
| 3.2. | Funzionari pubblici | 15 |
| 4. | Doni e sponsorizzazioni | 16 |
| 4.1. | Nessun dono ad organizzazioni politiche | 17 |
| 4.2. | Sponsorizzazioni | 17 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 5. | Concorrenza leale | 18 |
| 6. | Soddisfazione prioritaria del cliente | 19 |
| 6.1. | Qualità dei nostri prodotti | 19 |
| 6.2. | Riscontro positivo alle richieste del cliente | 20 |
| 7. | Benessere dei collaboratori e diritti dell'uomo | 21 |
| 7.1. | Tutela dei collaboratori | 22 |
| 7.2. | Diritto di associazione e diritto alla contrattazione collettiva | 22 |
| 7.3. | Parità di trattamento | 22 |
| 8. | Tutela dei segreti aziendali e commerciali | 23 |
| 9. | Protezione dei dati | 24 |
| 10. | Proprietà aziendale | 25 |





Gentile collaboratrice, gentile collaboratore,

5

ALDI SÜD, in qualità di azienda¹ attiva a livello internazionale, ha il dovere e la consapevolezza di agire nel pieno rispetto delle leggi e in modo responsabile. Ci assumiamo questa responsabilità in qualità di azienda e parte attiva della società e ciò garantisce il nostro costante successo economico.

La reputazione e la fiducia che i nostri clienti, i nostri collaboratori, i nostri partner commerciali e la società ripongono in noi possono essere seriamente compromesse da comportamenti inappropriati, anche di singoli individui. Per questo noi tutti siamo responsabili del consolidamento della reputazione della nostra azienda.

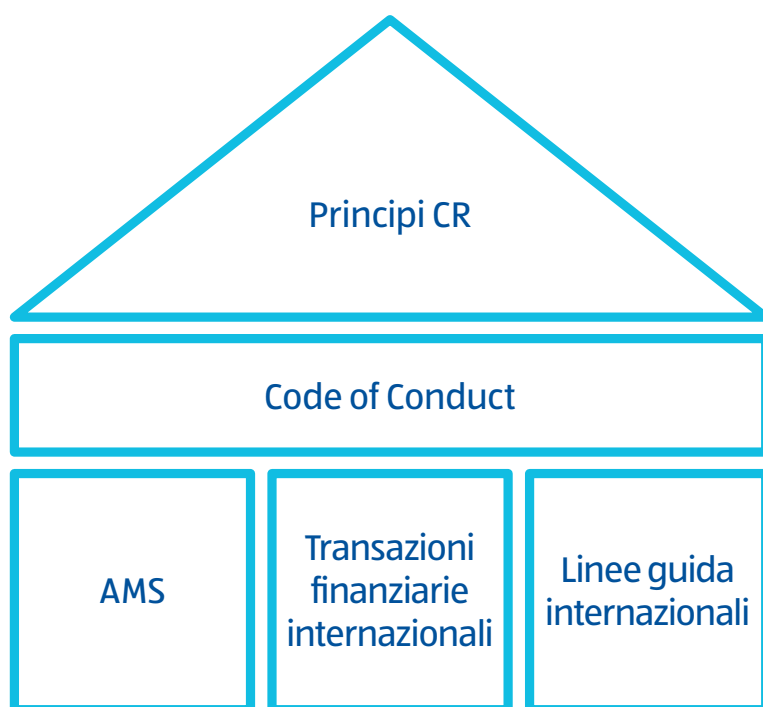
Il codice di condotta ALDI SÜD riassume i principi e le regole più importanti relative al nostro operato. Questi principi devono essere vissuti e messi in pratica da tutti i nostri collaboratori ogni giorno.

Il Code of Conduct di ALDI SÜD raccoglie le linee guida che tutti i collaboratori devono seguire a livello mondiale. Descrive i principi a cui dobbiamo attenerci nei nostri rapporti quotidiani con i clienti e i partner commerciali.

¹ Per maggiore chiarezza, il gruppo aziendale ALDI SÜD verrà designato in questo documento con il termine abbreviato di «azienda». Con tale designazione viene sempre inteso l'intero gruppo aziendale ALDI SÜD.

6 Principi CR, Code of Conduct e AMS

La gerarchia dei nostri principi aziendali interni, delle linee guida e i loro rapporti reciproci vengono illustrati dal seguente diagramma. In cima si trovano i valori fondamentali dell'azienda, ovvero i principi della Corporate Responsibility (principi CR). Al di sotto è posto il presente documento, il Code of Conduct e, infine, le linee guida internazionali aventi valore di legge all'interno del gruppo aziendale ALDI SÜD.



L'impegno volto a favorire l'etica professionale e i valori del gruppo ALDI SÜD costituiscono la base dei principi CR. Tutte le attività intraprese dal nostro gruppo aziendale, le ulteriori linee guida e istruzioni devono essere conformi ai principi CR.

Questi ultimi descrivono il principio della gestione aziendale responsabile e i punti essenziali da sviluppare all'interno del nostro contesto aziendale. L'azienda si impegna, quindi, a favorire il mantenimento e lo sviluppo continuativo degli standard di natura sociale ed ecologica. Ciò costituisce per i collaboratori e i partner commerciali un quadro d'azione vincolante.

Il Code of Conduct rappresenta il livello successivo ai principi guida aziendali e alle linee guida. Qui vengono stabiliti i requisiti fondamentali per un comportamento etico e conforme alle norme da parte dei collaboratori del gruppo aziendale ALDI SÜD. Il Code of Conduct costituisce il documento fondamentale in cui viene spiegato come i collaboratori possano agire in modo corretto e integro.

Il Code of Conduct descrive i principi essenziali che sono vincolanti per tutti i collaboratori a livello mondiale. A causa delle differenze tra gli ordinamenti giuridici dei diversi Paesi, il Code of Conduct non può rispondere a tutte le domande con cui si confrontano i collaboratori nella loro quotidianità lavorativa. Il Code of Conduct fissa, dunque, uno standard minimo valido per tutti i Paesi in cui è presente il gruppo aziendale ALDI SÜD. Questo standard può essere, ogniqualvolta risulti necessario, integrato da ulteriori linee guida internazionali e da disposizioni complementari di ciascun Paese. I collaboratori sono, quindi, sempre vincolati al rispetto del proprio Code of Conduct nazionale.

Le linee guida internazionali come l'ALDI Management System (AMS) e le transazioni finanziarie internazionali formano il terzo livello normativo comune del gruppo aziendale ALDI SÜD. Le linee guida devono essere sempre in linea con i principi di questo documento e con i principi CR. Secondo lo stesso principio, le normative dei Paesi non possono mai contraddire le linee guida internazionali.



1. PRINCIPI GENERALI

1.1. Rispetto delle norme

Rispettiamo l'ordinamento giuridico e la legge di ciascun Paese in cui siamo attivi. Ciò rappresenta una condizione imprescindibile per la nostra azienda, indipendentemente dal fatto che da questo aspetto possano derivare svantaggi di natura economica. Ci aspettiamo lo stesso anche dai nostri partner commerciali.

Nei casi dubbi, preferiamo rinunciare al raggiungimento di un obiettivo anziché infrangere quanto previsto dall'ordinamento giuridico. Se le leggi nazionali o altre normative rilevanti dovessero differire dal Code of Conduct, dalle linee guida internazionali del settore o dalle disposizioni complementari, avrà valore la normativa più rigorosa a seconda del caso.

1.2. Compliance: ogni singolo collaboratore ne è responsabile

Ogni collaboratore si assume personalmente la responsabilità di rispettare quanto previsto dall'ordinamento giuridico nel proprio settore di competenza. Il suo aspetto, il suo operato e il suo comportamento contribuiscono in maniera essenziale alla reputazione di ALDI SÜD.

I dirigenti forniscono l'esempio per tutti i collaboratori. Portano avanti con convinzione i principi del Code of Conduct e si assicurano che i collaboratori li conoscano e li rispettino.

1.3. Segnalazione di violazioni

Ogni collaboratore ha il dovere di segnalare violazioni della legge, del Code of Conduct e delle altre linee guida pertinenti. In linea di massima, a tal fine si deve sempre cercare di informare il superiore responsabile. Se, a causa di particolari circostanze, ciò non dovesse risultare possibile, ogni collaboratore dovrà rivolgersi ai propri superiori gerarchici, alla ALDI Alert Line e alla consulenza giuridica del proprio Paese.

Se si è testimoni di un reato, vige in ogni caso l'obbligo di segnalarlo presso le istanze aziendali di competenza. E' necessario, naturalmente, adempiere all'obbligo di denuncia previsto dalla legge.

Una segnalazione effettuata in buona fede non potrà essere motivo di svantaggio per nessun collaboratore. Nel processo di indagine in merito all'episodio segnalato manteniamo la massima riservatezza. Le informazioni riguardanti i dati di chi effettua la segnalazione verranno inoltrati solo previo consenso di quest'ultimo o se ciò risulta necessario per fare luce sull'episodio.

1.4. Responsabilità

Le violazioni del Code of Conduct possono avere gravi conseguenze non solo per il singolo, ma anche per l'intero gruppo aziendale ALDI SÜD. Per questo, in caso di violazione, ogni collaboratore dovrà tener conto delle conseguenze corrispondenti. Queste comprendono, oltre alle conseguenze legate alla violazione della normativa sul lavoro e degli obblighi derivanti dal presente Code of Conduct, anche l'obbligo del risarcimento dei danni e la denuncia.



2. CONFLITTI DI INTERESSE E ACCETTAZIONE DI VANTAGGI

Un conflitto di interessi sussiste ogniqualvolta scelte professionali vengano influenzate da interessi privati. Per evitare i conflitti di interesse, ogni collaboratore ha il dovere di tenere separati i propri interessi privati dagli interessi professionali, e di prendere decisioni con imparzialità e nell'interesse dell'azienda.

2.1. Partner commerciali e concorrenti

È vietato intrattenere rapporti d'affari privati con partner commerciali e con concorrenti se ciò provoca un conflitto di interessi in ambito lavorativo.

I collaboratori non possono intrattenere rapporti d'affari con partner commerciali sui quali possono esercitare, direttamente o indirettamente, un'influenza importante.

2.2. Vantaggi privati derivanti da rapporti commerciali

È vietato qualsiasi utilizzo della propria posizione lavorativa per trarne vantaggi privati. Pertanto è vietato trarre ogni tipo di vantaggio da un rapporto commerciale, o dall'avvio di esso, che possa influenzare in circostanze normali scelte di tipo professionale. L'incarico privato di un partner commerciale con il quale un collaboratore intrattiene contatti professionali diretti o indiretti può avvenire esclusivamente nell'ambito delle direttive aziendali pertinenti in materia.

2.3. Inviti a pranzo o cena e regali

Inviti a pranzo o cena sono ammessi esclusivamente nei limiti dell'ospitalità professionale e a condizione che l'invito non venga inteso come il tentativo di influenzare le decisioni o le azioni di una persona.

È vietato accettare regali. Le possibili eccezioni riguardano esclusivamente il caso di regali di modico valore il cui rifiuto potrebbe risultare inappropriato dal punto di vista sociale e non in linea con i costumi locali e che non influenzano il ricevente nelle sue scelte professionali. È vietato accettare in ogni caso denaro contante o equivalenti di denaro contante (p. es. buoni acquisto o titoli). Limiti di valore per l'accettazione di regali e inviti dettati da costumi locali vengono definiti a seconda del Paese.

2.4. Rivelazione dei casi di conflitto di interessi

Eventuali casi di conflitto di interesse devono essere assolutamente riferiti al proprio superiore e devono essere chiariti con quest'ultimo. Nell'interesse stesso del collaboratore tali colloqui devono essere documentati.



3. CORRUZIONE

La corruzione in tutte le sue forme non è assolutamente tollerata dal gruppo aziendale ALDI SÜD. Ciascun rapporto di ALDI SÜD con funzionari pubblici, aziende e persone private deve essere svolto in modo da evitare sin dal principio situazioni che diano adito a sospetti di corruzione. Per questo vietiamo ogni forma di offerta e concessione di vantaggi che potrebbero essere intesi come tentativi di influenzare l'operato di una persona.

3.1. Partner commerciali

In virtù di queste direttive, non è possibile offrire, promettere o garantire ai partner commerciali di ALDI SÜD benefici gratuiti. Fanno eccezione solamente i doni (si veda sotto «IV Doni e sponsorizzazioni»), pranzi e cene d'affari.

È altresì vietato aggirare queste normative tramite terzi (p.es. consulenti, intermediari o mediatori).

3.2. Funzionari pubblici

In particolar modo, i rapporti professionali con i funzionari pubblici devono essere improntati alla reciproca riservatezza.

Il concetto di funzionario pubblico è da intendersi in modo ampio e comprende sempre, indipendentemente dall'ordinamento giuridico di ciascun Paese, funzionari e collaboratori di autorità pubbliche, corporazioni di diritto pubblico, aziende federali e organizzazioni internazionali, nonché parlamentari, candidati, rappresentanti e collaboratori di partiti politici.



4. DONI E SPONSORIZZAZIONI

I doni elargiti dal gruppo aziendale ALDI SÜD avvengono in maniera trasparente sulla base dell'impegno professionale, senza controprestazione. Per garantirne la trasparenza, vengono documentati gli scopi della dazione di doni, i beneficiari e la conferma della ricezione dei doni.

4.1. Nessun dono alle organizzazioni politiche

Il gruppo aziendale ALDI SÜD non elargisce doni, né in maniera diretta né in maniera indiretta, a organizzazioni politiche, partiti o singole personalità politiche.

4.2. Sponsorizzazioni

A differenza dei casi in cui vengano elargiti doni, con la sponsorizzazione viene garantita una controprestazione al gruppo aziendale ALDI SÜD, per esempio sotto forma di attività di marketing o di comunicazione.

Tutte le varie forme di sponsorizzazione devono essere regolate da contratti per iscritto e devono essere proporzionate alle prestazioni sponsoristiche. Le sponsorizzazioni non possono eludere in nessun modo le disposizioni sull'elargizione dei doni.



5. CONCORRENZA LEALE

Crediamo in una concorrenza leale come requisito dell'economia sociale di mercato e rispettiamo le leggi che tutelano la concorrenza. Tutti i collaboratori sono tenuti a rispettare le regole della concorrenza leale. Esempi di comportamenti inammissibili e non tollerati sono lo scambio illecito di informazioni, gli accordi sui prezzi e le ripartizioni di mercato con concorrenti e fornitori. Respingiamo con convinzione lo spionaggio, il furto e altri metodi illegali finalizzati all'ottenimento di informazioni sui concorrenti e sulle loro attività commerciali.

I nostri elevati requisiti interni per un comportamento corretto verso fornitori e partner commerciali vengono inoltre delineati nelle disposizioni contenute nei principi CR vincolanti.



6. SODDISFAZIONE PRIORITARIA DEL CLIENTE

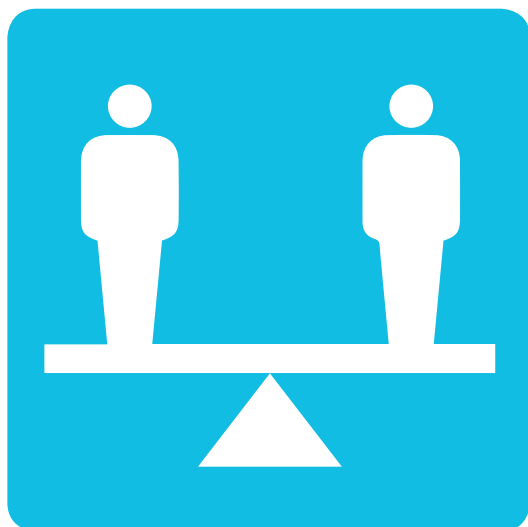
6.1. Qualità dei nostri prodotti

Il nostro obiettivo è quello di offrire costantemente ai nostri clienti il miglior rapporto qualità-prezzo presente sul mercato. A questo scopo, il nostro reparto Quality Management costituisce parte integrante in tutti i nostri processi aziendali. Alcuni dei nostri standard di sicurezza dei prodotti e i nostri standard qualitativi superano notevolmente quanto definito dalle disposizioni di legge.

Se, nonostante i nostri stringenti provvedimenti volti al controllo della qualità, si dovesse verificare il blocco della vendita di un prodotto o il ritiro del prodotto, ogni collaboratore coinvolto ha la responsabilità di impedire con la più rigorosa accuratezza qualsiasi effetto negativo sulla nostra clientela.

6.2. Riscontro positivo alle richieste del cliente

Ci impegniamo costantemente a fornire un riscontro positivo alle richieste della nostra clientela. Nel caso di reclami dei clienti cerchiamo sempre di arrivare a una soluzione adatta e soddisfacente per la nostra clientela.



7. BENESSERE DEI COLLABORATORI E DIRITTI DELL'UOMO

Ci impegniamo a favore di condizioni di lavoro eque. È naturale per il gruppo aziendale ALDI SÜD proteggere i diritti dei collaboratori. Il nostro AMS regola inoltre aspetti fondamentali della collaborazione all'interno dell'azienda come la gestione e la promozione dei collaboratori.

7.1. Tutela dei collaboratori

Garantire la salute e la sicurezza dei nostri collaboratori rappresenta uno dei nostri valori essenziali. Per questo motivo, nei nostri processi aziendali garantiamo condizioni lavorative sicure, sicurezza sul lavoro e protezione della salute. Allo stesso modo, ogni collaboratore deve rispettare in maniera assoluta tutte le nostre disposizioni sulla sicurezza, deve segnalare immediatamente eventuali irregolarità o eliminarne qualora ce ne fossero nel suo settore di responsabilità. Tutti i dirigenti hanno l'obbligo di sollecitare i propri collaboratori all'osservanza di questa responsabilità.

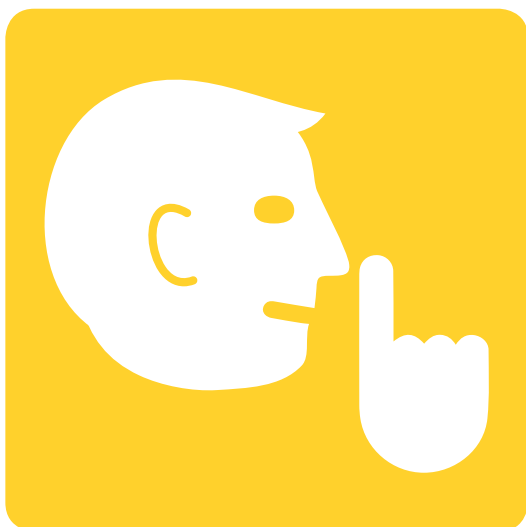
7.2. Diritto di associazione e diritto alla contrattazione collettiva

Rispettiamo il diritto dei collaboratori, conformemente a quanto previsto dall'ordinamento giuridico di ciascun Paese, di fondare organizzazioni aziendali, di entrare a far parte di organizzazioni extra aziendali e di gestire la contrattazione collettiva.

7.3. Parità di trattamento

Conformemente a quanto disposto dallo Statuto delle Nazioni Unite e dalla Convenzione Europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali, i diritti dell'uomo vengono considerati valori primari che tutti i collaboratori devono rispettare e assicurare.

Respingiamo qualsiasi forma di discriminazione illegale e di trattamento non equo. Tali comportamenti sono illegali e contrari al nostro Code of Conduct.



8. TUTELA DEI SEGRETI AZIENDALI E COMMERCIALI

I segreti aziendali e commerciali devono essere trattati in modo assolutamente confidenziale. Informazioni riservate di qualsiasi tipo non possono essere utilizzate per il perseguimento dei propri interessi e non possono essere rese accessibili a terzi. La sicura salvaguardia di informazioni aziendali deve essere inoltre costantemente garantita tramite supporti tecnici.

L'obbligo di riservatezza vige, naturalmente, anche per le informazioni che riceviamo dai nostri partner commerciali. Anche i nostri fornitori e altri partner commerciali sono soggetti all'obbligo di riservatezza.

La diffusione di informazioni a terzi e la risposta a domande mediatiche avviene esclusivamente da parte di collaboratori autorizzati.



9. PROTEZIONE DEI DATI

La protezione di dati personali dei nostri collaboratori, clienti e partner commerciali ha per noi un'elevata importanza. Per questo richiediamo, salviamo ed elaboriamo dati personali solamente se necessario per finalità determinate, esplicite e legittime.

Garantiamo la sicurezza dei dati e supportiamo i processi di elaborazione mediante provvedimenti adeguati a livello tecnico e organizzativo. Ciascun collaboratore deve rispettare le regole per la protezione dei dati rilevanti per il suo settore di attività con la precisione necessaria.



10. PROPRIETÀ AZIENDALE

Per tutti i collaboratori vale il principio secondo il quale tutto ciò che attiene alla proprietà della nostra azienda deve essere trattato con attenzione. Strumenti e infrastrutture aziendali devono essere utilizzati con parsimonia, accuratezza e per scopi legittimi. Le proprietà aziendali non possono essere utilizzate illegalmente per perseguire scopi privati.



[aldi.it](https://www.aldi.it)