



Codice Etico

Indice

1. PREMESSA

2. INTRODUZIONE

- 2.1. Presentazione della Società
- 2.2. Struttura del Codice Etico
- 2.3. Definizioni
- 2.4. Riferimenti normativi

3. IDENTITA' DI BMW Roma S.r.l.

- 3.1. Missione e politica della Qualità
- 3.2. Valori e Principi
 - 3.2.1. Correttezza e osservanza delle leggi
 - 3.2.2. Onestà negli affari
 - 3.2.3. Informazione trasparente e completa
 - 3.2.4. Diligenza e accuratezza
 - 3.2.5. Imparzialità, equità ed eguaglianza
 - 3.2.6. Principio di qualità
 - 3.2.7. Principio di imparzialità
 - 3.2.8. Professionalità e formazione
 - 3.2.9. Tutela dell'ambiente
- 3.3 Stakeholders o destinatari: ambito di applicazione del Codice Etico

4. COMPORTAMENTO NELLA GESTIONE DEL BUSINESS

- 4.1. Gestione del business in generale
 - 4.1.1. Trattamento delle informazioni riservate e divieto di utilizzazione delle stesse
 - 4.1.2. Divieto di operazioni finalizzate al riciclaggio di denaro
 - 4.1.3. Riservatezza e tutela della privacy
- 4.2. Collaboratori
 - 4.2.1. Impegni della Società
 - 4.2.2. Obblighi dei Collaboratori
 - 4.2.3. Conflitto di interessi
 - 4.2.4. Collaboratori in posizione di responsabilità
 - 4.2.5. Tutela della sicurezza, della salute e dell'integrità dei Collaboratori
 - 4.2.6. Pari opportunità, molestie e ambiente di lavoro
 - 4.2.7. Assunzioni
 - 4.2.8. Impiego del tempo e dei beni aziendali;strumenti informatici
- 4.3. Pubblica Amministrazione

4.3.1. Rapporti con l'Autorità Giudiziaria e con le altre Autorità dotate di poteri ispettivi nell'ambito di ispezioni, accessi, verifiche poste in essere da tali Autorità

4.4. Altri terzi

4.4.1. Soci

4.4.2. Fornitori

4.4.3. Clienti

4.4.4. Concorrenti

4.4.5. Comunicazioni e informazioni all'esterno

4.4.6. Organizzazioni politiche e sindacali

4.4.7. Ambiente

4.5. Contabilità e affari societari

4.5.1. Informativa gestionale e contabile

4.5.2. Principi relativi agli illeciti societari

5. ATTUAZIONE E CONTROLLO

5.1. L'organo responsabile della vigilanza sull'osservanza e funzionamento del Codice Etico: l'Organismo di Vigilanza e Controllo

5.2. Le modalità di attuazione e controllo

5.2.1 Attuazione

5.2.1.1. Comunicazione e formazione

5.2.1.2. Questioni interpretative

5.2.1.3. Modifiche e revisioni

5.2.1.4. Conflitti con il Codice Etico

5.2.2. Controllo

5.2.2.1. Segnalazione delle violazioni

5.2.2.2. Trattamento delle infrazioni

5.2.2.3. Cogenza del Codice Etico e sistema disciplinare

6. ALLEGATI

I 10 principi del Global Compact

Legal Compliance Code del BMW Group

1. PREMESSA

BMW Roma S.r.l. rende noto che con delibera del Consiglio di Amministrazione tenutosi in data 10.02.2009, ha adottato il presente Codice Etico ispirato a quello della società Capo Gruppo BMW Italia S.p.A., adeguandosi ai più evoluti standards di governo societario (c.d. Corporate Governance) e conformandosi ai principi del Global Compact promossi dalle Nazioni Unite e richiamati nel Sustainable Value Report, al Legal Compliance Code del BMW Group, al fine di sancire i principi di etica e di trasparenza che essa intende perseguire, nonché al fine di conciliare la ricerca della competitività con le esigenze di una corretta concorrenza.

Con il Codice Etico, BMW Roma S.r.l. intende formalmente adottare principi di legittimità, congruità, trasparenza e verificabilità, cui improntare la propria gestione, al fine di determinare importanti riflessi sul piano della reputazione aziendale, ossia dell'attitudine ad essere pubblicamente riconosciuta come Società responsabile, affidabile e corretta.

Infatti, il buon risultato dell'attività imprenditoriale di una società è anche necessariamente collegato al buon rapporto con gli azionisti e con la realtà economica in generale e, pertanto, assume un ruolo fondamentale la politica di trasparenza e di chiarezza che viene assunta sia nello svolgimento dell'attività, sia nella relativa informativa al pubblico.

Il Codice Etico introduce e rende vincolanti per BMW Roma S.r.l. anche i principi e le regole di condotta rilevanti ai fini della ragionevole prevenzione dei reati indicati nel Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231.

I valori, i principi e le regole contenuti nel presente Codice Etico ispirano la condotta di tutte le società del BMW Group Italia, come definito al successivo paragrafo 2.3 "Definizioni".

2. INTRODUZIONE

2.1. Presentazione della Società

BMW Roma S.r.l., società soggetta al controllo e coordinamento di BMW Italia S.p.A., appartiene ad un Gruppo internazionale sorto nel 1916 a Monaco di Baviera che ha come oggetto sociale la progettazione, la produzione e la commercializzazione di auto, moto, nonché servizi, in particolare finanziari.

BMW Roma opera nei seguenti settori di attività: commercializzazione e assistenza tecnica auto, moto, parti di ricambio, accessori e servizi connessi.

2.2. Struttura del Codice Etico di BMW Roma S.r.l.



2.3. Definizioni

- **“BMW Group”**: ai fini del presente documento, si intendono tutte le società controllate direttamente o indirettamente da BMW AG., ivi compresa BMW Roma S.r.l.;
- **“BMW Group Italia”**: ai fini del presente documento, si intendono tutte le, e ciascuna delle, società controllate direttamente o indirettamente da BMW Italia S.p.A., ivi compresa BMW Roma S.r.l.
- **“D.Lgs. 231/01”**: Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231”, recante la *“Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità, a norma dell’articolo 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300”*, con il quale è stata introdotta la responsabilità amministrativa degli enti con o senza personalità giuridica, per alcune tipologie di reati commessi a loro vantaggio o nel loro interesse dalle persone che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione dell’ente e dai soggetti sottoposti alla loro direzione o vigilanza;
- **“Clienti”**: per Clienti s’intendono gli utenti finali di prodotti e servizi BMW e MINI;
- **“Comitato Esecutivo”**: comitato direzionale interno non riconosciuto a livello statutario, formato dal Presidente e dall’Amministratore Delegato della Società;
- **“Destinatari”** o **“Stakeholders”**: si intendono tutti coloro cui si rivolge il Codice Etico. Tra i Destinatari è compresa, in modo particolare, la categoria dei Collaboratori. Per **“Collaboratori”** s’intendono tutti coloro che sono legati a BMW Roma S.r.l. da un contratto di lavoro dipendente, da un contratto a progetto o da un contratto di collaborazione coordinata e continuativa.
- **“Global Compact”**: progetto delle Nazioni Unite volto alla creazione di un contratto morale tra le aziende, la politica e la società civile per affermare nel mondo globale un nuovo concetto di "diritti umani", allargato fino a comprendere anche quelli economici, sociali, sanitari, e per la cui affermazione è richiesto il ruolo "attivo" delle imprese;
- **“Incaricato di Pubblico Servizio”**: s’intende, ai sensi dell’art. 358 c.p, colui che *“a qualunque titolo presta un pubblico servizio”*, definito, quest’ultimo come un’attività disciplinata da norme di diritto pubblico e da atti autoritativi, ma caratterizzata dalla mancanza di poteri autoritativi e certificativi (esempi di Incaricati di pubblico servizio sono: i professori, i ricercatori universitari e i soggetti apicali dell’Università, il componente della commissione gare d’ appalto ASL, i funzionari delle aziende di trasporto locale, gli esponenti politici ecc);
- **“Legal Compliance Code”**: s’intende il Legal Compliance Code del BMW Group, adottato nel Settembre 2008, esprime i principi e le regole di comportamento alle quali le società del BMW Group, nell’esercizio delle proprie attività, devono attenersi ai fini di un comportamento responsabile ed ossequioso delle leggi
- **“Modello”**: il modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, la cui predisposizione e idoneità a prevenire la commissione di alcuni reati [in particolare reati societari (ad es. falso in bilancio) o contro la Pubblica Amministrazione (ad es. corruzione)] da parte di *soggetti apicali* (soggetti che rivestono funzioni di rappresentanza, amministrazione o direzione della società o di una sua unità organizzativa) o di *soggetti a loro sottoposti*, permette alla società che lo ha predisposto di essere esonerata dalla responsabilità amministrativa di cui al D.Lgs. 231/01, nel caso di commissione delle suddette tipologie di reato; nel presente documento, per “Modello” si intende il modello di organizzazione, gestione e controllo della Capo Gruppo BMW Italia S.p.A.. La Società si ispira e conforma la propria condotta ai principi sui quali il Modello della Capo Gruppo si fonda.

- **“OdV”**: Organismo di Vigilanza e Controllo, dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo, la cui istituzione è prevista dal D.Lgs. 231/01, al fine di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Codice Etico e del modello di organizzazione, gestione e controllo. Nell'attesa che BMW Roma S.r.l. nomini un proprio Organismo di Vigilanza e Controllo, il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del presente Codice Etico è attribuito all'OdV della Capo Gruppo BMW Italia S.p.A.
- **“P.A.”** o **“Pubblica Amministrazione”**: s'intende lo Stato e gli altri enti pubblici che esercitano attività differenziate per provvedere al perseguimento di interessi pubblici;
- **“Pubblico Ufficiale”**: s'intende, ai sensi dell'art. 357 c.p., colui che *“esercita una pubblica funzione legislativa, giudiziaria o amministrativa”*. E' pubblica la funzione amministrativa disciplinata da norme di diritto pubblico e da atti autoritativi e caratterizzata dalla formazione e dalla manifestazione della volontà della Pubblica Amministrazione o dal suo svolgersi per mezzo di poteri autoritativi o certificativi (esempi di Pubblici Ufficiali sono: i magistrati, gli Ufficiali e/o i Marescialli dei Carabinieri o della Guardia di Finanza, i notai ecc.);
- **“Società”**: s'intende BMW Roma S.r.l.
- **“Sustainable Value Report”**: Bilancio Annuale Sociale predisposto dal BMW Group.

2.4. Riferimenti normativi

- D.Lgs. 231/01
- D.Lgs. 196/03
- D.Lgs. 81/2008
- D.Lgs. 163/2006
- Legal Compliance Code del BMW Group
- Sustainable Value Report del BMW Group
- Policies e Guidelines del BMW Group
- Manuale della Qualità e procedure interne di BMW Roma S.r.l.
- Linee Guida della Corporate Security del BMW Group.

3. IDENTITA' DI BMW Roma S.r.l.

3.1 Missione e politica per la Qualità

- Essere il punto di riferimento per la Rete degli Organizzati (concessionarie e officine) di BMW Italia S.p.A., impegnandosi per la piena soddisfazione del Cliente, adottando tutti i sistemi consigliati dalla Casa Madre e rispettando gli standard gestionali richiesti
- Applicare una politica del personale che consenta di mantenere un alto livello di motivazione e di coinvolgimento verso il conseguimento degli obiettivi aziendali
- Perseguire nel breve e nel lungo termine il continuo miglioramento dei processi realizzati
- Conseguire i risultati economici fissati dal budget, assicurando la redditività programmata sulla base del piano commerciale
- Mantenere gli standard di qualificazione BMW Group secondo il modello di organizzazione definito QMA (Quality Management) del proprio Sistema di Gestione per la Qualità.

3.2 Valori e Principi

La Società ispira la propria attività alle disposizioni deontologiche di cui al presente Codice ed ha come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti.

BMW Roma S.r.l. intende, con il Codice Etico, affermare con vigore che i principi di tutela dei diritti fondamentali della persona, di correttezza e di liceità nel lavoro e negli affari costituiscono e costituiranno sempre un Suo valore imprescindibile. La Società si impegna a tutelare tale valore, ponendo in essere tutte le misure idonee ad evitare qualsivoglia comportamento che possa costituire pregiudizio per lo stesso.

BMW Roma S.r.l. non instaura né prosegue rapporti d'affari con chiunque si rifiuti di rispettare i principi contenuti nel presente Codice Etico.

In particolar modo, richiamandosi ai valori del BMW Group, al Legal Compliance Code nonché ai dieci principi del Global Compact (vedere Allegato 6.1.), la Società ispira le proprie scelte e le norme di comportamento ai principi etici di seguito sinteticamente indicati, che configurano la policy aziendale.

3.2.1. Correttezza ed osservanza delle leggi

La Società vigila affinché tutti i soggetti operanti al suo interno si uniformino ai principi di correttezza e di lealtà nell'espletamento delle proprie funzioni, interne ed esterne, anche ai fini del mantenimento dell'immagine della Società e del rapporto di fiducia instaurato con i Clienti e, più in generale, con i terzi.

La Società, nello svolgimento delle proprie attività, agisce nella piena osservanza delle leggi e dei regolamenti nazionali ed internazionali ad esso applicabili, ivi comprese le leggi in materia fiscale e tributaria, di tutela della proprietà intellettuale, di disciplina della concorrenza ed antitrust, e comunque in pieno ossequio a quanto statuito dal Legal Compliance Code.

3.2.2. Onestà negli affari

Il personale di BMW Roma S.r.l. deve assumere un atteggiamento corretto ed onesto, sia nello svolgimento delle proprie mansioni, sia nei rapporti con gli altri componenti della Società, evitando di perseguire scopi illeciti o illegittimi, ovvero di generare ipotesi di conflitto di interessi per procurarsi un indebito vantaggio, proprio o di terzi.

In nessun caso l'interesse o il vantaggio della Società possono indurre e/o giustificare un comportamento disonesto.

3.2.3. Informazione trasparente e completa

La Società, rispettosa del principio di trasparenza, si impegna a divulgare una corretta, veritiera e completa informazione a favore di terzi.

3.2.4. Diligenza e accuratezza

La Società ha prescritto al proprio personale di adempiere le proprie mansioni con la diligenza e l'accuratezza necessarie, nel rispetto delle direttive impartite dai superiori gerarchici e/o responsabili, ed, in generale, degli standard qualitativi aziendali.

3.2.5. Imparzialità, equità ed eguaglianza

La Società ha prescritto a tutti i suoi Collaboratori di agire con imparzialità e lealtà, non solo nell'espletamento delle loro mansioni, bensì anche nei rapporti infra societari e nei rapporti con i partner esterni di BMW Roma S.r.l..

La Società è intenta a sviluppare lo spirito aziendale di appartenenza e condanna qualsiasi forma di discriminazione e/o abuso sia nell'ambito di rapporti interni che esterni.

3.2.6. Principio di qualità

La Società cura con particolare riguardo la soddisfazione della propria clientela, sia attuale che potenziale, ispirandosi a modelli di eccellenza.

3.2.7. Principio di responsabilità

In un'ottica di sinergia e di efficienza dei processi aziendali, la Società si conforma al principio di responsabilità, secondo il quale ogni singolo componente, sulla base della propria posizione/livello nell'organigramma della Società, valutato con criteri prevalentemente meritocratici, è competente e responsabile delle proprie azioni ed omissioni.

In tale modo, i soggetti che, nella Società, ricoprono un ruolo di gestione e rappresentanza anche a livello di Servizio, eserciteranno l'indirizzo, il coordinamento e il controllo sull'attività di coloro da essi dipendenti e/o da essi coordinati, del cui operato risponderanno ai sensi di legge.

3.2.8. Professionalità e formazione

La Società s'impegna a far sì che i soggetti operanti all'interno della stessa, ovvero quelli ai quali la Società affida l'espletamento di determinati servizi, siano dotati di comprovati requisiti di competenza, professionalità ed esperienza.

Con particolare riferimento al proprio personale, la Società ne cura con costanza la formazione, l'aggiornamento e la crescita professionale.

3.2.9. Tutela dell'ambiente

La Società contribuisce alla diffusione ed alla sensibilizzazione nelle tematiche della tutela dell'ambiente e gestisce in modo eco-compatibile le attività ad essa affidate, nel rispetto della normativa nazionale e comunitaria vigente.

Per l'esecuzione delle proprie attività, BMW Roma S.r.l. si impegna affinché i progetti, i processi, le metodologie ed i materiali tengano conto dello sviluppo della ricerca scientifica e delle migliori esperienze in materia ambientale, al fine del rispetto dell'equilibrio territoriale, della prevenzione dell'inquinamento, della tutela dell'ambiente e del paesaggio.

3.3 Stakeholders o destinatari: ambito di applicazione del Codice Etico

Il Codice Etico si rivolge, senza eccezione alcuna, in Italia e all'estero, a tutti i Destinatari/Stakeholders, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, il Presidente, gli amministratori, i sindaci, i Capi Servizio, i Collaboratori, i consulenti, i revisori, i concessionari, le officine ed altri partners commerciali a vario titolo, i fornitori e i Clienti.

4. COMPORTAMENTO NELLA GESTIONE DEL BUSINESS

4.1. Gestione del business in generale

Nei rapporti d'affari e, più in generale, nella gestione del business, i Destinatari sono tenuti ad un comportamento etico e rispettoso delle leggi, improntato alla massima trasparenza, chiarezza, correttezza ed efficienza.

Nei rapporti e nelle relazioni commerciali o promozionali i Destinatari sono tenuti, altresì, ad un comportamento allineato alle politiche aziendali di BMW Roma S.r.l., che mai può tradursi, seppure finalizzato al perseguimento dell'oggetto sociale, in atti contrari alla legge, alla normativa vigente, alle procedure aziendali adottate con riferimento ai singoli Servizi ovvero alle BMW Group Policies e Guidelines e al Legal Compliance Code del BMW Group.

Nell'esercizio delle proprie competenze i Collaboratori che occupano posizioni manageriali devono, inoltre, rispettare regole e condizioni poste a livello organizzativo e gestionale, avendo riguardo ai programmi di spesa ed alle modalità operative della Società, operando nell'ambito di budget valutati ed approvati e ricorrendo al necessario coinvolgimento dei rispettivi Servizi aziendali.

I Collaboratori e i soggetti che effettuano qualsiasi acquisto di beni e/o servizi, incluse anche le consulenze esterne, per conto della Società, devono agire sia nel rispetto delle apposite procedure che nel rispetto dei principi di correttezza, economicità, qualità e liceità ed operare con la diligenza del buon padre di famiglia.

Le persone incaricate dalla Società di seguire una qualsiasi trattativa d'affari, richiesta o rapporto con la P.A. italiana e/o straniera, non devono per nessuna ragione cercare di influenzare impropriamente le decisioni dei Pubblici Ufficiali/ Incaricati di Pubblico Servizio che trattano e che prendono decisioni per conto della P.A. italiana o straniera.

Nei rapporti con i Clienti, i fornitori e con i terzi in genere non sono ammesse offerte di denaro, elargizione di benefici di qualsivoglia natura o regalie tendenti ad ottenere vantaggi reali o apparenti di qualsivoglia natura, o che possano compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti o che ne possano influenzare l'indipendenza di giudizio (es. promesse di vantaggi economici, favori, raccomandazioni, promesse di offerte di lavoro).

Tale norma non ammette deroghe nemmeno in quei Paesi nei quali offrire doni di valore a partner commerciali costituisce consuetudine.

In ogni caso, gli atti di cortesia commerciale non devono mai essere compiuti in circostanze tali da poter dare origine a sospetti di comportamento contrastante con i principi ispiratori del Codice Etico.

I Destinatari che ricevano omaggi, salvo che si tratti di doni o altre utilità di modico valore, cioè rientranti negli usi o costumi legittimi, dovranno rifiutarli ed informare immediatamente il loro superiore gerarchico e/o il Capo Servizio.

La Società si impegna a non intrattenere né direttamente né indirettamente rapporti finanziari, economici e commerciali con soggetti che violino in qualsiasi modo le norme in materia di salvaguardia del lavoro minorile e di tutela delle donne e/o esercitino le attività di procacciamento od utilizzo illegale delle forze di lavoro attraverso il traffico di immigrati o la tratta degli schiavi.

E' vietata qualsiasi attività, servizio o iniziativa anche pubblicitaria, nonché l'utilizzo di mezzi o strumenti informatici o turistici che possono favorire o agevolare la pornografia e/o la prostituzione minorile, ivi compresa la partnership con soggetti operanti in tali settori.

4.1.1. Trattamento delle informazioni riservate e divieto di utilizzazione delle stesse

Conformemente alle Linee Guida della Corporate Security del BMW Group e a quanto previsto dal Legal Compliance Code, tutti i documenti, le informazioni, i dati e specifiche relative al business di BMW Roma S.r.l. e/o alle sue attività di formazione devono essere considerati confidenziali e non devono essere divulgati, usati o impiegati al di fuori dell'attività della Società.

Le informazioni che hanno carattere di confidenzialità e riservatezza, relative a dati o a conoscenze che appartengono alla Società non devono essere acquisite, utilizzate o comunicate se non dalle persone autorizzate, generalmente o specificamente.

A titolo puramente esemplificativo e non esaustivo sono considerate riservate le informazioni relative a: modelli, disegni, bozze e studi inerenti i prodotti commercializzati e/o prodotti con i marchi facenti capo direttamente o indirettamente a BMW Group, conoscenze tecniche, tecnologiche e commerciali della Società, progetti di lavoro, compresi piani commerciali, gestionali, industriali e strategici, dati inerenti al know-how ed ai processi tecnologici, operazioni finanziarie, strategie operative, strategie di investimento e di disinvestimento, risultati operativi, dati personali dei Collaboratori e liste di Clienti e di partners commerciali, informazioni inerenti attività presenti e future, incluse notizie non ancora diffuse anche se oggetto di annunci di prossima divulgazione, verbali di riunioni, procedure, normative, contratti, organigrammi.

Tutte le note, i memo, le registrazioni e gli scritti (incluse le copie) generati all'interno della Società, ogni informazione ed altro materiale, ottenuto da ciascuno dei Destinatari in funzione della propria posizione all'interno della Società o per il fatto di essere in rapporti d'affari con la stessa, sono e rimangono di proprietà esclusiva della Società con la quale i Destinatari intrattengono il rapporto lavorativo o d'affari.

E' fatto obbligo per tutti i Destinatari di rendere alla Società i suddetti documenti, informazioni e materiali su richiesta di quest'ultima e, in ogni caso, al cessare del rapporto lavorativo o d'affari intercorrente con la stessa.

L'obbligo di confidenzialità circa informazioni riguardanti le conoscenze tecniche, tecnologiche e commerciali della Società, così come altre informazioni non pubbliche relative alla stessa, dovrà permanere anche dopo la cessazione del rapporto di lavoro.

I Destinatari, pertanto, nel trattare tali dati ed informazioni, si impegnano a proteggere le informazioni acquisite e/o generate e ad evitarne ogni uso improprio e/o non autorizzato.

4.1.2. Divieto di operazioni finalizzate al riciclaggio di denaro

I Destinatari non devono mai svolgere o essere coinvolti in attività tali da implicare il riciclaggio (cioè l'accettazione o il trattamento) di introiti da attività criminali in qualsivoglia forma o modo.

I Destinatari devono verificare in via preventiva le informazioni disponibili (incluse informazioni finanziarie) su controparti commerciali e fornitori, al fine di appurare la loro integrità morale, la loro rispettabilità e la legittimità della loro attività prima di instaurare con questi rapporti d'affari, il tutto in ossequio a quanto previsto anche dal Legal Compliance Code.

La Società deve sempre ottemperare all'applicazione delle leggi in tema di criminalità organizzata ed antiriciclaggio, sia nazionali sia internazionali, in qualsiasi giurisdizione competente.

I Collaboratori sono tenuti ad osservare rigorosamente le leggi, le procedure aziendali, le policies ed il Legal Compliance Code del BMW Group in qualsiasi transazione economica anche infragruppo che li veda coinvolti, assicurando la piena tracciabilità dei flussi finanziari in entrata ed in uscita e la piena conformità alle leggi in materia di antiriciclaggio.

4.1.3. Riservatezza e tutela della privacy

Nell'ambito dello svolgimento della sua attività imprenditoriale, BMW Roma S.r.l. raccoglie una quantità significativa di dati personali e di informazioni riservate, che si impegna a trattare in ottemperanza a tutte le leggi vigenti nelle giurisdizioni e alle migliori prassi applicate in materia di riservatezza e di privacy.

La Società, già conformatasi alle prescrizioni della precedente legge di riferimento (Legge 31.12.1996 n. 675) in materia di tutela dei dati personali, opera attualmente in conformità con le disposizioni del "Codice in materia di protezione dei dati personali" adottato con D.Lgs. 30.06.2003 n. 196, nonché in linea con quanto previsto dal Legal Compliance Code.

La Società è rispettosa del diritto soggettivo degli interessati alla tutela dei loro dati personali, siano essi Collaboratori, Clienti o fornitori della Società, rendendo loro un'informativa completa e aggiornata sul trattamento dei dati – sia comuni che eventualmente sensibili – acquisiti dalla Società o che verranno acquisiti e/o elaborati nel corso della propria attività, e richiedendo il rilascio del loro consenso informato, ogni qualvolta si dovesse rendere necessario ed esclusivamente per le finalità cui sono destinati.

Per una maggiore tutela e trasparenza nei confronti degli interessati, la Società ha provveduto alla nomina di responsabili e incaricati del trattamento dei dati personali.

Inoltre, la Società garantisce un elevato livello di sicurezza nella selezione e nell'uso dei propri sistemi di information technology destinati al trattamento di dati personali e di informazioni riservate e dichiara di aver adottato tutte le misure di sicurezza imposte dalle leggi attualmente in vigore a protezione degli stessi.

Ciascun Collaboratore della Società è tenuto a non utilizzare, né pubblicizzare informazioni e dati riservati se non nei limiti ed in funzione dell'esercizio delle proprie competenze, così come previsto dalle Linee guida della Corporate Security.

4.2. Collaboratori

Le Risorse Umane e il perseguimento di obiettivi di politica sociale costituiscono un elemento essenziale per l'esistenza della Società.

4.2.1. Impegni della Società

BMW Roma S.r.l. ha adottato, nell'ambito di e conformemente al BMW Group, la "value-oriented personnel policy".

Sulla base delle Guidelines contenute in tale policy nonché sulla base di quanto previsto dal Legal Compliance Code, si sono volute creare le condizioni e la struttura per consentire ai Collaboratori e a tutto il management di sviluppare la disponibilità ad apprendere, la creatività, l'iniziativa e l'impegno.

Per favorire ciò il management che si occupa delle risorse umane assicura un clima aziendale positivo di sviluppo e cambiamento.

In questo contesto la Società si impegna ad assecondare lo sviluppo delle capacità e delle competenze di ciascun Collaboratore, affinché l'energia e la creatività profusi in tale senso consentano il pieno soddisfacimento delle aspettative dei Collaboratori.

La Società incoraggia i propri Collaboratori a comunicare in maniera franca e aperta, a rispettare i propri colleghi, a fornire informazioni al management, a contribuire al perseguimento da parte della Società dei propri obiettivi di business, nell'osservanza di comportamenti onesti.

La Società si impegna a fare in modo che nella propria organizzazione aziendale gli obiettivi annuali prefissati, sia generali che individuali dei Collaboratori che operano per la medesima, siano focalizzati su di un risultato possibile, specifico, concreto, misurabile e relazionato con il tempo previsto per il suo raggiungimento.

Eventuali situazioni di difficoltà o di conflitto con il suddetto principio dovranno essere da chiunque segnalate tempestivamente al proprio superiore gerarchico e/o al Capo Servizio.

La Società offre a tutti i Collaboratori le medesime opportunità di lavoro, facendo in modo che tutti possano godere di un trattamento equo basato su criteri di merito, senza discriminazione alcuna.

I Servizi e gli uffici competenti devono:

- adottare criteri di merito, di competenza e comunque strettamente professionali per qualunque decisione relativa ad un Collaboratore;
- provvedere a selezionare, assumere, formare, retribuire e gestire i Collaboratori senza discriminazione alcuna;
- impedire che abbiano luogo discriminazioni o ritorsioni per ragioni di nazionalità, di credo religioso, di appartenenza politica e sindacale, di lingua e di sesso.

In tal senso i Collaboratori devono attivamente farsi carico di mantenere un clima di reciproco rispetto della dignità e della reputazione di ciascuno.

La valutazione del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati e delle loro specifiche competenze, rispetto a quanto atteso ed alle esigenze aziendali così come risultano dalla richiesta avanzata dal Servizio o Reparto richiedente e, sempre, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati.

Le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psico-attitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. La Direzione della Società nei limiti delle informazioni disponibili, adotta opportune misure per evitare favoritismi, nepotismi o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione, nel rispetto della procedura adottata all'uopo dalla Società.

4.2.2. Obblighi dei Collaboratori

Il Codice Etico è parte integrante e sostanziale del contratto di lavoro di ogni Collaboratore della Società.

Di conseguenza, BMW Roma S.r.l. esige da tutti i Collaboratori una rigorosa osservanza, oltretutto delle procedure aziendali, delle disposizioni del Codice Etico. Qualsiasi violazione delle disposizioni dello stesso è perciò trattata con fermezza con la conseguente adozione di adeguate misure sanzionatorie.

I Collaboratori, pertanto, sono tenuti a:

- far proprie compiutamente le disposizioni del Codice Etico riguardanti la loro specifica mansione, anche partecipando a eventuali attività di formazione;
- adottare azioni e comportamenti coerenti con il Codice Etico e astenersi da ogni condotta che possa ledere la Società o comprometterne l'onestà, l'imparzialità o la reputazione;
- segnalare tempestivamente eventuali violazioni al Codice Etico con le modalità di cui al successivo paragrafo 5.2.2.1;
- uniformarsi a tutte le disposizioni interne, introdotte dalle Società allo scopo di osservare il Codice Etico o individuare eventuali violazioni dello stesso;
- consultare i propri responsabili e, se del caso, l'OdV di BMW Italia S.p.A., secondo quanto indicato nel successivo paragrafo 5.2.1.2., per ottenerne chiarimenti circa l'interpretazione del Codice Etico;
- cooperare pienamente alle eventuali indagini svolte in relazione a violazioni del Codice e delle procedure aziendali, mantenendo il più stretto riserbo circa l'esistenza di dette indagini e partecipare attivamente, ove richiesto, alle attività di internal auditing sul funzionamento del Codice Etico e delle procedure aziendali.

E' fatto divieto per tutti i Collaboratori di condurre un'attività lavorativa esterna o privata durante l'orario di lavoro o comunque all'interno delle sedi di BMW Roma S.r.l., in assenza di una preventiva autorizzazione scritta da parte del proprio Capo Servizio e della Direzione della Società.

E' fatto divieto per tutti i Collaboratori di proporre o accettare una nomina o un'elezione a cariche pubbliche o nel settore privato, che possano interferire con o pregiudicare gli obblighi di BMW Roma S.r.l., in assenza di una preventiva autorizzazione scritta da parte del proprio Capo Servizio e della Direzione della Società.

La Società farà quanto possibile per assicurarsi che dai propri Collaboratori, siano essi soggetti apicali o loro sottoposti, nonché da tutti coloro che agiscono per conto della stessa, non siano poste in essere fattispecie di reato che possano, non solo screditare la propria immagine, ma anche comportare l'applicazione di una delle sanzioni pecuniarie e/o interdittive che il D.Lgs. 231/01 prevede, nel caso in cui tali reati siano posti in essere a vantaggio o nell'interesse della Società medesima.

4.2.3. Conflitto di interessi

Tutte le decisioni e le scelte imprenditoriali prese per conto di BMW Roma S.r.l. devono corrispondere al Suo migliore interesse ed essere in linea con quanto previsto dal Legal Compliance Code del BMW Group.

I Collaboratori pertanto, devono evitare situazioni e/o attività che possano condurre a conflitti di interesse con quelli della Società o che potrebbero interferire con la loro capacità di prendere decisioni imparziali, nella salvaguardia del miglior interesse della stessa.

Qualora si verificano situazioni di conflitto tra gli interessi dei Collaboratori e quelli della Società, quali a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- 1) rapporti finanziari personali o di propri familiari entro il 2° grado (ad esempio il figlio –parente di 1° - o il nipote –parente di 2°), con partner d'affari, concorrenti, fornitori o Clienti della Società,
- 2) transazioni commerciali tra propri familiari entro il 2° grado (ad esempio il figlio –parente di 1° - o il nipote –parente di 2°) e la Società,
- 3) transazioni commerciali con partners d'affari prive di qualsivoglia riferimento al prezzo, alla qualità del servizio o ad altri fattori misurabili;
- 4) rapporti personali di collaborazione esterna con partner d'affari, con concorrenti o con fornitori;

è necessario che tali situazioni, anche se potenziali, meramente presunte o, comunque, future, siano comunicate immediatamente, per iscritto, al proprio Capo Servizio o, in difetto, al Direttore della Società, i quali provvederanno ad informare l'OdV di BMW Italia S.p.A.

In ogni caso, i Destinatari sono tenuti ad astenersi da ogni attività connessa alla situazione fonte del conflitto.

La Società non si farà rappresentare nei rapporti con la P.A., italiana o estera, da soggetti terzi quando si possa, anche solo astrattamente, configurare un conflitto d'interesse.

I soggetti terzi (quali ad esempio i consulenti, i fornitori, partner commerciali, altri Organizzati della rete di vendita ed assistenza) che operano per conto della Società hanno l'obbligo di astenersi dall'intrattenere rapporti con la P.A., italiana o straniera, in ogni altro caso in cui sussistano conflitti di interesse o altre ragioni che vadano in contrasto con i principi richiamati dal presente Codice.

4.2.4. Collaboratori in posizione di responsabilità

I Collaboratori che rivestono un ruolo di responsabilità, quali ad es. il Presidente, gli Amministratori, i Dirigenti, i Capi Servizio e i Capi Reparto devono rappresentare un esempio, fornire leadership e guida in conformità ai principi di condotta negli affari contenuti nel Codice Etico e, con il loro comportamento, devono dimostrare agli altri Collaboratori che il rispetto del Codice Etico è un aspetto fondamentale del loro lavoro, accertandosi che essi siano consapevoli che i risultati di business non vanno mai disgiunti dal rispetto dei principi del Codice Etico.

I soggetti in posizione di responsabilità sopra indicati devono segnalare ogni caso di mancato rispetto delle disposizioni contenute nel Codice Etico e hanno la responsabilità di assicurare la tutela di coloro che effettuino, in buona fede, la segnalazione di violazioni del Codice Etico e di adottare e applicare misure sanzionatorie commisurate alla violazione commessa e sufficienti a costituire un deterrente a ulteriori violazioni.

4.2.5. Tutela della sicurezza, della salute e dell'integrità dei Collaboratori

La Società si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e la conoscenza ed il rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i Collaboratori ed operando per preservare e migliorare, soprattutto con azioni preventive, le condizioni di lavoro, la salute e la sicurezza dei lavoratori.

Le attività della Società devono svolgersi nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione, con particolare riferimento a quanto previsto nel D.Lgs. n. 81/2008 e nelle specifiche normative prevenzionali applicabili e nel rispetto delle previsioni del Legal Compliance Code; la gestione operativa deve fare riferimento a criteri avanzati di salvaguardia ambientale e di efficienza energetica, perseguendo il miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza sul lavoro, anche – ma non solo- ai fini della ragionevole prevenzione dei reati di omicidio colposo e lesioni personali colpose gravi o gravissime commessi con violazione delle norme a tutela della salute e sicurezza sul lavoro.

La Società si impegna pertanto a:

- eliminare/ridurre al minimo i rischi in relazione alle conoscenze acquisite in base al progresso tecnico, privilegiando gli interventi prevenzionali;
- effettuare una continua analisi dei rischi e delle criticità dei processi e delle risorse da proteggere;
- adottare ed utilizzare, per l'esercizio delle attività, infrastrutture, attrezzature ed impianti rispondenti ai requisiti essenziali di sicurezza;
- limitare al minimo il numero dei lavoratori che sono, o che possono essere, esposti ai rischi;
- adottare sistemi di gestione appropriati per assicurare e mantenere un elevato livello di prevenzione e di protezione dai rischi di infortuni e di malattie professionali;
- garantire idonea informazione, formazione, sensibilizzazione ed addestramento in materia di sicurezza e di salute a tutti i lavoratori.

La Società si impegna anche a garantire la tutela delle condizioni di lavoro nella protezione dell'integrità psico-fisica del lavoratore, nel rispetto della sua personalità morale, evitando che questa subisca illeciti condizionamenti o indebiti disagi.

4.2.6. Pari opportunità, molestie e ambiente di lavoro

La Società si impegna a offrire pari opportunità nel lavoro e nell'avanzamento professionale a tutti i Collaboratori così come previsto anche dal Legal Compliance Code.

Ciascun Capo Servizio, in collaborazione con la Direzione di BMW Roma S.r.l., deve garantire che per tutti gli aspetti del rapporto di lavoro, quali l'assunzione, la formazione, la retribuzione, le promozioni, i trasferimenti e la cessazione del rapporto stesso, i Collaboratori siano trattati in modo conforme alle loro capacità di soddisfare i requisiti della mansione, evitando ogni forma di discriminazione e, in particolare, discriminazione per razza, sesso, età, nazionalità, religione, convinzioni personali, opinioni politiche, stato di salute.

La Società, anche a tali fini, promuove l'organizzazione di incontri e/o eventi finalizzati allo sviluppo dello spirito di gruppo tra i componenti, alla conoscenza e al rispetto reciproco.

La Società contrasta ogni comportamento o atteggiamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze (per esempio, nel caso di ingiurie, minacce, isolamento o eccessiva invadenza, limitazioni professionali).

BMW Roma S.r.l. considera assolutamente inaccettabile e, pertanto, vieta qualsiasi tipo di molestia o comportamento indesiderato, come quelli connessi alla razza, al sesso o ad altre caratteristiche personali, che abbiano lo scopo e l'effetto di violare la dignità della persona cui tali molestie o comportamenti sono rivolti, sia all'interno sia all'esterno del posto di lavoro.

I Collaboratori devono adoperarsi per mantenere un ambiente di lavoro decoroso, dove la dignità di ciascuno è rispettata.

In particolare, i Collaboratori della Società:

- non devono prestare servizio sotto l'effetto di sostanze alcoliche o stupefacenti;
- devono essere sensibili alle necessità di coloro che potrebbero avvertire disagio fisico a causa degli effetti del "fumo passivo" sul posto di lavoro, anche nei Paesi in cui è permesso fumare nei luoghi di lavoro;
- devono evitare comportamenti che possano creare un clima intimidatorio o offensivo nei confronti di colleghi o sottoposti al fine di emarginarli o screditarli nell'ambiente di lavoro.

4.2.7. Assunzioni

Ai Collaboratori è fatto divieto di accettare o sollecitare promesse o versamenti di denaro o beni o benefici, pressioni o prestazioni di qualsiasi tipo che possano essere finalizzati a promuovere l'assunzione di un Collaboratore o il suo trasferimento o la sua promozione.

4.2.8. Impiego del tempo e dei beni aziendali; strumenti informatici

I Collaboratori non possono svolgere, durante il loro orario lavorativo, altre attività non congruenti con le loro mansioni e responsabilità organizzative.

I Collaboratori sono direttamente e personalmente responsabili della protezione e della conservazione dei beni fisici e immateriali e delle risorse, siano esse umane, materiali o immateriali, loro affidati per l'espletamento delle mansioni, nonché dell'utilizzo delle stesse in modo proprio e conforme alle leggi nazionali ed internazionali vigenti, all'interesse sociale e secondo la diligenza del "buon padre di famiglia".

L'utilizzo di risorse e beni aziendali non è consentito per uso ed interesse personale di qualunque genere.

E' proibito qualsiasi uso delle risorse e dei beni aziendali che risulti in contrasto con le leggi vigenti, sebbene da tale utilizzo possa in astratto derivare un interesse o un vantaggio a favore della Società.

Tutti i Collaboratori dovranno attenersi strettamente alle procedure ed alle policies della Società e del BMW Group in materia di sicurezza informatica, e dovranno utilizzare i beni aziendali –quali ad esempio personal computer, apparecchi telefonici ed altri strumenti di comunicazione- in conformità delle suddette procedure e policies, evitando qualsiasi comportamento che possa compromettere la funzionalità e la protezione del sistema informatico aziendale.

Non è ammessa in alcun modo l'alterazione del funzionamento di un sistema telematico o informatico aziendale ovvero i dati e le informazioni in esso contenuti oppure intervenire su programmi ed archivi, specialmente se ciò è fatto per procurare un ingiusto profitto per sé o per altri, ivi inclusa la Società.

Il tutto nel pieno rispetto di quanto sancito dal Legal Compliance Code.

4.3. Pubblica Amministrazione

I rapporti con la P. A. devono essere improntati alla massima trasparenza, chiarezza, correttezza e tali da non indurre a interpretazioni parziali, falsate, ambigue o fuorvianti, qualsiasi soggetto istituzionale pubblico con il quale si intrattengono relazioni a vario titolo; il tutto in ossequio a quanto statuito dal Legal Compliance Code.

La Società non può erogare contributi diretti o indiretti, in qualsiasi forma, né destinare fondi e finanziamenti a sostegno di soggetti pubblici, salvo quanto ammesso e previsto dalle leggi e regolamenti vigenti.

I Destinatari che intrattengono rapporti con la P.A., italiana o straniera, ispirano ed adeguano la propria condotta al rispetto dell'imparzialità e del buon andamento cui è tenuta la P.A.. I contatti con la P. A., italiana o straniera, sono limitati a chi è specificatamente e formalmente incaricato dalla Società, di trattare o di avere contatti con tali amministrazioni, funzionari pubblici, enti, organizzazioni e/o istituzioni. Nel corso di una trattativa d'affari, di una richiesta o di un rapporto commerciale con Pubblici Ufficiali e/o Incaricati di Pubblico Servizio, italiani o esteri, non possono essere intraprese – direttamente o indirettamente – le seguenti azioni, indicate a mero titolo esemplificativo e non esaustivo:

- promettere od offrire direttamente o indirettamente denaro o altre utilità a Pubblici Ufficiali e/o Incaricati di Pubblico Servizio italiani o esteri, da cui possa conseguire, per la Società stessa, un interesse o vantaggio;
- promettere e/od offrire qualsiasi oggetto, servizio, prestazione di valore per indurre Pubblici Ufficiali/Incaricati di Pubblico Servizio, italiani o esteri, ad utilizzare la loro influenza su altri soggetti appartenenti alla P.A. italiana o estera;
- offrire qualsiasi oggetto, servizio, prestazione o favore a Pubblici Ufficiali/Incaricati di Pubblico Servizio, italiani o esteri, o loro parenti entro il 2° grado, direttamente o per interposta persona, salvo che si tratti di doni o altre utilità di modico valore cioè rientranti negli usi o costumi legittimi;
- intrattenere rapporti di lavoro con impiegati della P.A. o assumere ex impiegati della P.A., italiana o estera, o loro parenti entro il 2° grado, che partecipino o abbiano partecipato personalmente e attivamente a trattative d'affari o avallato richieste effettuate dalla Società alla P.A. italiana o straniera;
- proporre - in qualsiasi modo - opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare i Pubblici Ufficiali e/o gli Incaricati di Pubblico Servizio a titolo personale;
- sollecitare od ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti;
- compiere qualsiasi altro atto volto a indurre i Pubblici Ufficiali e/o gli Incaricati di Pubblico Servizio stranieri a fare o ad omettere di fare qualcosa in violazione delle leggi dell'ordinamento cui appartengono.

E' proibito destinare a finalità diverse da quelle per le quali sono stati concessi contributi, sovvenzioni o finanziamenti ottenuti dallo Stato o da altro ente pubblico o dalle Comunità Europee anche di modico valore e/o importo.

La Società condanna qualsiasi comportamento volto a conseguire, da parte dello Stato, delle Comunità Europee o di altro ente pubblico, qualsiasi tipo di contributo, finanziamento, mutuo agevolato o altra erogazione dello stesso tipo, per mezzo di dichiarazioni e/o documenti alterati o falsificati, o per il tramite di informazioni

omesse o, più genericamente, per il tramite di artifici o raggiri, compresi quelli realizzati per mezzo di un sistema informatico o telematico, volti ad indurre in errore l'ente erogatore.

Qualora una P.A. sia cliente o fornitore di BMW Roma S.r.l., quest'ultima deve agire nel rigoroso rispetto delle leggi e norme che regolano l'acquisto o la vendita di beni e/o servizi a quella particolare istituzione pubblica.

Qualsiasi attività di lobby può essere svolta soltanto ove permesso e nel rigoroso rispetto delle leggi vigenti e, in ogni caso, in conformità ai principi su cui si fonda il Modello di BMW Italia S.p.A., al Codice Etico, al Legal Compliance Code del BMW Group e alle eventuali procedure specificamente prescritte dalla Società.

Particolare attenzione deve essere prestata nell'ambito dell'organizzazione di eventi promozionali e di intrattenimento che coinvolgano in qualunque forma esponenti della P.A.; tale organizzazione deve in ogni caso avvenire nel pieno rispetto delle normative vigenti, delle procedure aziendali, dei principi sui quali si fonda il Modello di BMW Italia S.p.A. e dei principi del Codice Etico e del Legal Compliance Code.

4.3.1. Rapporti con l'Autorità Giudiziaria e con le Autorità dotate di poteri ispettivi nell'ambito di ispezioni, accessi, verifiche poste in essere da tali Autorità.

BMW Roma S.r.l. agisce nel rispetto della legge e non ostacola, nei limiti delle proprie competenze, la corretta amministrazione della giustizia.

Nello svolgimento della propria attività, la Società opera in modo lecito e corretto, collaborando con i rappresentanti dell'Autorità Giudiziaria, delle Forze dell'Ordine e di qualunque Pubblico Ufficiale che abbia poteri ispettivi.

In occasione di qualsivoglia tipologia di accesso effettuato dalla P.A. il/i Collaboratore/i coinvolto/i dovrà/anno, qualora ciò non sia già stato effettuato, informare immediatamente il proprio Capo Servizio o, in difetto, la Direzione della presenza presso le sedi della Società di membri della P.A. e attenersi scrupolosamente alle istruzioni che il Capo Servizio dovesse emanare. In ogni caso, sarà il Capo Servizio a gestire il rapporto con i membri della P.A. o le persone dallo stesso incaricate/delegate. Il Capo Servizio o la Direzione dovranno dare all'OdV di BMW Italia S.p.A. immediata comunicazione dell'ispezione/accesso/verifica e del suo esito.

La Società impone ai Collaboratori di offrire la massima disponibilità e collaborazione nei confronti di chiunque venga a svolgere ispezioni e controlli per conto dell'INPS, del Ministero della Salute, del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, del Ministero dell'Economia e delle Finanze e di qualunque altra Pubblica Amministrazione.

E' vietato distruggere o alterare registrazioni, verbali, scritture contabili e qualsiasi tipo di documento, mentire o fare dichiarazioni false alle Autorità competenti.

Nessuno deve tentare di persuadere altri a fornire informazioni false o ingannevoli alle autorità competenti.

Nessuno può intraprendere attività economiche, conferire incarichi professionali, dare o promettere doni, denaro o altri vantaggi a chi effettua gli accertamenti e le ispezioni, ovvero alle Autorità Giudiziarie competenti. Coloro che, per fatti connessi al rapporto di lavoro, saranno oggetto, anche a titolo personale, di indagini e ispezioni o riceveranno mandati di comparizione, e/o coloro ai quali verranno notificati altri provvedimenti giudiziari dovranno informarne il proprio Capo Servizio o, in difetto, il Direttore della Società. In ogni caso, il Capo Servizio o il Direttore della Società dovranno dare comunicazione all'OdV di BMW Italia S.p.A. delle suddette situazioni.

4.4. Altri terzi

4.4.1. Soci

La Società vigila affinché i Soci non si pongano in contrasto con gli interessi sociali perseguendo interessi propri o di terzi, estranei o contrari all'oggetto sociale, ovvero adottando comportamenti parziali od operando in modo antitetico e conflittuale con la Società.

La Società coinvolge tutti i Soci nell'adozione delle decisioni sociali di competenza, tenendo in considerazione e garantendo anche gli interessi della minoranza.

Viene assicurata una tempestiva ed esaustiva informazione, nonché la trasparenza ed accessibilità ai dati ed alle documentazioni.

Il tutto in ossequio a quanto previsto dal Legal Compliance Code del BMW Group.

4.4.2. Fornitori

La selezione dei fornitori e la formulazione delle condizioni di acquisto dei beni e servizi per la Società è dettata da valori e parametri di concorrenza, obiettività, correttezza, rispettabilità e reputazione, imparzialità, equità nel prezzo, qualità del bene e/o del servizio, valutando accuratamente le garanzie di assistenza ed il panorama delle offerte in genere.

I processi di acquisto devono essere improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per la Società ed alla lealtà ed imparzialità nei confronti di ogni fornitore in possesso dei requisiti richiesti.

Il tutto in ossequio a quanto previsto dal Legal Compliance Code nonché dalle procedure aziendali in vigore.

La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando, ove possibile, l'assunzione di vincoli contrattuali che comportino forme di reciproca dipendenza.

La condivisione del Codice Etico rappresenta presupposto necessario per l'instaurazione e il mantenimento dei rapporti di fornitura.

I prodotti e/o servizi forniti devono, in ogni caso, risultare da concrete esigenze aziendali, motivate e illustrate per iscritto dai rispettivi responsabili competenti ad assumere l'impegno di spesa, nei limiti del budget disponibile.

Al termine del rapporto e, comunque, prima di addivenire al pagamento della relativa fattura, la Società verifica la qualità, la congruità e la tempestività della prestazione ricevuta e l'adempimento di tutte le obbligazioni assunte dal fornitore, conformandosi altresì alle prescrizioni della normativa tributaria.

4.4.3. Clienti

Per raggiungere l'obiettivo descritto al precedente paragrafo 3.2.6., la Società si è dotata di apposite procedure nonché di un apposito "Manuale della Qualità". Tale Manuale descrive il Sistema di Gestione per la Qualità di BMW Roma S.r.l., qualificato in base agli std QMA del BMW Group, che ha come obiettivo quello di assicurare l'eccellenza dei processi interni, dei conseguenti risultati aziendali e dei servizi forniti ai Clienti.

I Collaboratori, nell'ambito dei rapporti con i Clienti e nel rispetto delle procedure interne, devono favorire la massima soddisfazione del Cliente, fornendo, tra l'altro, informazioni esaurienti ed accurate sui prodotti ed i servizi forniti, in modo da consentire scelte consapevoli.

I rapporti con i Clienti vengono gestiti secondo principi di massima collaborazione, disponibilità, professionalità e trasparenza, nel rispetto della riservatezza e della tutela della privacy, al fine di fondare le basi per un rapporto solido e duraturo di fiducia reciproca.

BMW Roma S.r.l. si impegna a garantire adeguati standard di qualità e sicurezza dei prodotti/servizi. Tali standard sono oggetto di monitoraggio periodico; il tutto in ossequio a quanto previsto dal Legal Compliance Code BMW Group.

La Società si impegna altresì a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami provenienti dai Clienti, avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi (ad es. lettere cartacee, posta elettronica).

Le comunicazioni ai Clienti sono improntate alla chiarezza e alla comprensibilità, sono conformi alle normative vigenti. La Società non ricorre a pratiche elusive o comunque scorrette (quali ad es. l'inserimento di pratiche o clausole vessatorie nei confronti dei consumatori) e fornisce ai Clienti comunicazioni complete, onde evitare di tralasciare qualsivoglia elemento rilevante ai fini della decisione del Cliente.

4.4.4. Concorrenti

La Società riconosce l'importanza fondamentale di un mercato competitivo e, nel rispetto delle normative nazionali e comunitarie in materia di antitrust, nonché delle linee guida e delle direttive dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, la Società non assume comportamenti, né sottoscrive accordi con altre società che possano influenzare negativamente il regime di concorrenza tra i vari operatori del mercato di riferimento.

In modo particolare la Società e i Destinatari evitano pratiche (creazione di cartelli, spartizioni di mercati, limitazioni alla produzione o alla vendita, accordi condizionati, ecc.) tali da rappresentare una violazione delle leggi sulla concorrenza.

Il tutto in ossequio a quanto previsto dal Legal Compliance Code del BMW Group.

Nell'ambito della leale concorrenza, la Società si impegna a non violare consapevolmente diritti di proprietà intellettuale di terzi.

4.4.5. Comunicazioni e informazioni all'esterno

Per qualsiasi rapporto con i mass media, nel rispetto delle linee guida sulla Corporate Security BMW Group e della politica di comunicazione definita da BMW Roma S.r.l., è obbligatorio rivolgersi alla Direzione della Società.

I Collaboratori non possono fornire informazioni ai rappresentanti dei mass media senza l'autorizzazione del suddetto Servizio.

L'informazione verso l'esterno deve essere omogenea, veritiera e trasparente ed avere ad oggetto notizie complete, accurate e concordanti.

La partecipazione, in nome o in rappresentanza della Società a convegni, pubblici eventi, comitati ed associazioni di qualsiasi tipo (culturali, scientifiche o di categoria) deve essere regolarmente autorizzata ed ufficializzata per iscritto, nel rispetto delle policies e procedure aziendali.

Prima di rilasciare un'intervista, pubblicare/fare pubblicare un articolo, parlare in pubblico in una manifestazione, autorizzare servizi fotografici all'interno della sede, ecc. è obbligatorio avere sempre il nulla osta sui contenuti da parte della Direzione della Società.

BMW Roma S.r.l. riconosce il ruolo primario di una comunicazione chiara ed efficace nelle relazioni interne ed esterne. Infatti, la comunicazione e le relazioni esterne influenzano, direttamente e indirettamente, l'immagine e lo sviluppo aziendale.

È pertanto necessario che tali attività siano organizzate secondo criteri chiari e omogenei, che tengano conto sia delle necessità delle diverse linee di business sia del ruolo economico e sociale della Società medesima.

Le informazioni verso l'esterno devono essere, in ogni caso, tempestive e coordinate in modo da trarre tutti i benefici derivanti dalla dimensione e dal potenziale della Società, anche nell'ambito di BMW Group.

I Collaboratori incaricati di divulgare al pubblico informazioni attinenti la Società, linee di business o aree geografiche, sotto forma di discorsi, partecipazioni a convegni, pubblicazioni o qualsiasi altra forma di presentazione, devono attenersi alle disposizioni emanate dalla Società e ricevere, ove necessario, l'autorizzazione preventiva della Direzione della Società.

Le comunicazioni nei confronti dei mercati economici e finanziari e degli eventuali organismi di vigilanza deve sempre essere fornita con tempestività e in maniera accurata, completa, corretta, chiara e comprensibile e, in ogni caso, in conformità alle leggi applicabili nelle giurisdizioni interessate.

Questa forma di comunicazione deve essere gestita esclusivamente da Collaboratori, specificamente investiti della responsabilità per le comunicazioni ai mercati economici e finanziari e alle eventuali autorità di vigilanza.

Il tutto in ossequio a quanto previsto dal Legal Compliance Code del BMW Group.

4.4.6. Organizzazioni politiche e sindacali

La Società non eroga contributi a partiti politici, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, né a loro rappresentanti.

La Società sottopone a procedura disciplinare chi promette o effettua versamenti in nome o per conto della stessa. I Collaboratori riconoscono che qualsiasi forma di coinvolgimento in attività politiche avviene su base personale, nel proprio tempo libero, a proprie spese ed in conformità alle leggi in vigore.

4.4.7. Ambiente

La Società adotta un efficace sistema di gestione ambientale che ottempera a tutte le normative nazionali e internazionali in materia. Questi sono i principi fondamentali a cui si ispira:

- non inquinare;
- ottimizzare costantemente l'impiego delle risorse;
- sviluppare prodotti e servizi sempre più compatibili con l'ambiente.

La Società desidera preservare la fiducia del pubblico riguardo all'integrità delle sue attività attraverso segnalazioni e confronti aperti con altri soggetti, allo scopo di migliorare la conoscenza delle tematiche ambientali correlate alle sue attività.

Il tutto in ossequio a quanto previsto dal Legal Compliance Code del BMW Group.

4.5 Contabilità e affari societari

4.5.1. Informativa gestionale e contabile

Ciascun Servizio aziendale è responsabile della veridicità, autenticità ed originalità della documentazione e delle informazioni rese nello svolgimento dell'attività di propria competenza. Gli organi sociali ed i Collaboratori sono tenuti al rispetto delle procedure operative aziendali. Ogni operazione e/o transazione, intesa nel senso più ampio del termine, deve essere legittima, autorizzata, coerente, congrua, documentata, registrata ed in ogni tempo verificabile.

La trasparenza contabile si fonda sulla verità, accuratezza e completezza ed affidabilità della documentazione dei fatti gestionali e delle relative registrazioni contabili.

I Collaboratori sono tenuti a collaborare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità.

Per ogni operazione è conservata agli atti un'adeguata documentazione di supporto dell'attività svolta, in modo da consentire l'agevole registrazione contabile, l'individuazione dei diversi livelli di responsabilità nonché la ricostruzione accurata dell'operazione.

Ciascuna registrazione deve riflettere esattamente ciò che emerge dalla documentazione di supporto.

I Collaboratori che venissero a conoscenza di omissioni, falsificazioni, alterazioni o trascuratezze dell'informativa e della documentazione di supporto sono tenuti a riferire i fatti al proprio Capo Servizio o, in difetto, al Direttore della Società. In ogni caso il Capo Servizio o il Direttore dovranno informare l'OdV di BMW Italia S.p.A. della suddetta segnalazione.

Le procedure che regolano le operazioni devono consentire la possibilità di effettuare controlli sulle caratteristiche della transazione, sulle motivazioni che ne hanno determinato il compimento, sulle autorizzazioni allo svolgimento e all'esecuzione dell'operazione medesima.

Ogni soggetto che effettui operazioni e/o transazioni aventi ad oggetto somme di denaro, beni o altre utilità economicamente valutabili appartenenti alla Società, deve agire su specifica autorizzazione e fornire a richiesta ogni valida evidenza per la sua verifica in ogni tempo.

4.5.2. Principi relativi agli illeciti societari

La Società vieta qualsiasi comportamento, da chiunque posto in essere, volto a sostenere, incoraggiare, facilitare ed indurre i membri degli organi sociali, i Capi Servizio e gli eventuali liquidatori della Società a violare uno o più dei principi di seguito indicati.

E' proibito qualsiasi comportamento volto ad alterare la correttezza e la veridicità dei dati e delle informazioni contenute nei bilanci, nelle relazioni o nelle altre comunicazioni sociali previste per legge, dirette ai soci, al pubblico e alla società che effettua la revisione contabile.

Tutti i soggetti chiamati alla formazione dei suddetti atti sono tenuti a verificare, con la dovuta diligenza, la correttezza dei dati e delle informazioni che saranno poi recepite per la redazione degli atti sopra indicati.

La Società esige che gli amministratori, i dirigenti, i Capi Servizio ed i Collaboratori tengano una condotta corretta e trasparente nello svolgimento della loro funzione, soprattutto in relazione a qualsiasi richiesta avanzata dai soci, dall'organo di controllo gestionale, dagli altri organi sociali e dalla società di revisione nell'esercizio delle loro rispettive funzioni istituzionali.

E' vietato agli Amministratori della Società porre in essere qualsiasi comportamento volto a cagionare una lesione all'integrità del patrimonio sociale.

Gli Amministratori della Società non devono effettuare alcun tipo di operazione societaria suscettibile di cagionare, anche potenzialmente, un danno ai creditori.

E' vietato compiere qualsiasi atto, simulato o fraudolento, diretto a influenzare la volontà dei componenti l'assemblea dei soci per ottenere l'irregolare formazione di una maggioranza e/o una deliberazione differente.

E' vietato diffondere notizie false sia all'interno che all'esterno della Società, concernenti quest'ultima, i suoi Collaboratori ed i terzi che per essa operano.

I Collaboratori, in occasioni di verifiche e di ispezioni da parte delle Autorità pubbliche competenti, devono mantenere un atteggiamento di massima disponibilità e di collaborazione nei confronti degli organi ispettivi e di controllo.

5. ATTUAZIONE E CONTROLLO

5.1. L'organo responsabile della vigilanza sull'osservanza e funzionamento del Codice Etico: l'Organismo di Vigilanza e Controllo

La funzione di vigilanza sull'osservanza ed il funzionamento del Codice Etico è rimessa all'OdV, previsto dall'art. 6 del D.Lgs. 231/01. Nello specifico, in attesa che anche BMW Roma S.r.l. si doti di un apposito Organismo di Vigilanza e Controllo, la vigilanza sull'osservanza ed il funzionamento del Codice Etico della Società è rimessa all'OdV di BMW Italia S.p.A.

All'OdV di BMW Italia S.p.A. compete l'elaborazione di proposte per l'adeguamento del presente Codice Etico alla normativa vigente ed alla migliore pratica nazionale ed internazionale.

L'OdV di BMW Italia S.p.A. è altresì il referente dei Collaboratori per eventuali dubbi applicativi e interpretativi connessi al Codice Etico.

I Collaboratori che vengano a conoscenza di violazioni ai principi del Codice Etico o di altri eventi suscettibili di alterarne la portata e l'efficacia, sono tenuti a segnalarle prontamente, secondo le modalità del successivo paragrafo 5.2.2.1..

Rientra tra i compiti dell'OdV di BMW Italia S.p.A. anche la diffusione del Codice Etico tra i Collaboratori e la protezione ed assistenza di coloro che segnalino comportamenti non conformi al Codice Etico, tutelando da pressioni, ingerenze, intimidazioni e ritorsioni.

5.2 Le modalità di attuazione e controllo

5.2.1 Attuazione

5.2.1.1. Comunicazione e formazione

Affinché venga reso noto a tutti i Destinatari e acquisti forza vincolante, il Codice Etico viene:

- condiviso all'interno della Società, mediante consegna di copia dello stesso ai soci, agli organi sociali, ai Capi Servizio ed ai Collaboratori della Società. Una copia del Codice viene affissa nella bacheca aziendale nonché inserita nella Intranet aziendale e, in ogni caso, viene resa disponibile e consultabile presso la Direzione della Società nonché presso il Servizio Risorse Umane, Qualità e Organizzazione di BMW Italia S.p.A.;
- diffuso all'esterno della Società mediante informativa specifica inviata a consulenti, fornitori, partner commerciali e Clienti nonché mediante segnalazione nella brochure della Società e/o pubblicazione sul sito web della Società, da cui è liberamente scaricabile e, in ogni caso, reso disponibile e consultabile presso la Direzione della Società.

Inoltre, al fine di consentire la piena operatività del Codice Etico, BMW Roma S.r.l.:

- garantisce la tempestiva diffusione tra i Destinatari del Codice Etico e dei successivi aggiornamenti e modifiche;
- fornisce ai Collaboratori un adeguato sostegno formativo e informativo, anche al fine di consentire la risoluzione di dubbi interpretativi relativi a disposizioni contenute nel Codice Etico;
- garantisce che i Collaboratori che dovessero segnalare violazioni del Codice Etico non siano soggetti ad alcuna forma di ritorsione;
- adotta provvedimenti sanzionatori equi e commisurati al tipo di violazione del Codice Etico nel rispetto delle disposizioni di legge e di contratto applicabili ad ogni singola fattispecie;
- attiva verifiche periodiche atte ad accertare il rispetto delle norme del Codice Etico.

BMW Roma S.r.l. incoraggia contributi costruttivi sui contenuti del Codice Etico da parte dei Collaboratori, sia nella fase di attuazione sia nella fase successiva, allorché dovessero essere evidenziate carenze dello stesso o necessità di un suo aggiornamento (in seguito ad evoluzioni normative o delle più affermate prassi internazionali, nonché per esperienza acquisita nell'applicazione del Codice Etico medesimo), che dovranno essere segnalate alla Direzione della Società e all'OdV di BMW Italia S.p.A.

5.2.1.2. Questioni interpretative inerenti il Codice Etico

Per quesiti relativi all'interpretazione e all'applicazione di specifiche norme o per chiarimenti sul Codice Etico, i Collaboratori dovranno contattare la Direzione della Società e, se del caso, l'OdV di BMW Italia S.p.A..

5.2.1.3. Modifiche e revisioni

Il Codice Etico è soggetto a periodica revisione da parte del Consiglio di Amministrazione di BMW Roma S.r.l. e ogni aggiornamento, modifica o integrazione allo stesso deve essere approvata dal Consiglio di Amministrazione di BMW Roma S.r.l., con le stesse modalità adottate per la sua approvazione iniziale.

5.2.1.4. Conflitti con il Codice Etico

Nel caso in cui anche uno solo dei precetti del Codice Etico entri in conflitto con le disposizioni previste nei regolamenti interni o nelle procedure, il Codice Etico deve ritenersi prevalente.

Il Codice integra, senza sostituire, il contenuto degli altri codici etici o di categoria attualmente adottati dalla Società, incluso il Legal Compliance Code del BMW Group.

5.2.2 Controllo

5.2.2.1 Segnalazione delle violazioni

Se un Collaboratore desidera segnalare una violazione (o presunta violazione) del Codice, lo stesso deve contattare il suo Capo Servizio o, in difetto, la Direzione della Società. Qualora la segnalazione non dia esito o il Collaboratore si senta a disagio nel rivolgersi al suo Capo Servizio o alla Direzione per la presentazione della segnalazione, il Collaboratore ne riferirà all'OdV di BMW Italia S.p.A.. In ogni caso, il superiore gerarchico o il Capo Servizio dovranno riferire all'OdV di BMW Italia S.p.A. la suddetta segnalazione.

Se un terzo desidera segnalare una violazione (o presunta violazione) del Codice, deve contattare la Direzione e, se del caso, l'OdV di BMW Italia S.p.A.. In ogni caso, la Direzione dovrà riferire all'OdV di BMW Italia S.p.A. la suddetta segnalazione.

5.2.2.2. Trattamento delle infrazioni

La Direzione o l'OdV di BMW Italia S.p.A., una volta rilevate eventuali violazioni delle norme del Codice Etico, le segnala agli organi competenti ad assumere le relative iniziative disciplinari, secondo le modalità previste dal Sistema Disciplinare, in base alla tipologia di trasgressione.

5.2.2.3. Cogenza del Codice Etico e sistema disciplinare

L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei Collaboratori della Società, ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104 del Codice Civile e del vigente C.C.N.L..

La violazione delle norme del Codice Etico costituisce inadempimento alle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro stesso e potendo, altresì, comportare azioni per il risarcimento dei danni dalla stessa violazione causati.

In particolare, la violazione dei principi contenuti nel Codice Etico, potrà comportare l'applicazione delle misure sanzionatorie contenute nel sistema disciplinare aziendale adottato ai sensi del D.Lgs. 231/01.

Per i Destinatari che non siano Collaboratori, l'osservanza del Codice Etico costituisce presupposto per la prosecuzione del rapporto professionale/collaborativo in essere con la Società.

6. ALLEGATI

All. 1 Principi del Global Compact relativi ai diritti umani, al lavoro, all'ambiente e alla lotta alla corruzione

All. 2 Legal Compliance Code del BMW Group

I 10 PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT

I 10 principi del Global Compact relativi ai diritti umani, al lavoro, all'ambiente e alla lotta alla corruzione sono condivisi universalmente in quanto derivati da:

- la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo;
- la Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro;
- la Dichiarazione di Rio sull'Ambiente e lo Sviluppo;
- la Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione.

I 10 principi sono:

Diritti umani

Principio I

Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza; e

Principio II

di assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.

Lavoro

Principio III

Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;

Principio IV

l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio;

Principio V

l'effettiva eliminazione del lavoro minorile; e

Principio VI

l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione:

Ambiente

Principio VII

Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali;

Principio VIII

Codice Etico di BMW Roma S.r.l.

di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale; e

Principio IX

di incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.

Principio X

"Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti".

San Donato Milanese / Roma, 10.02.2009