



CODICE ETICO



SOMMARIO

Codice etico Dersut



1. FINALITÀ	04
2. DESTINATARI	05
3. PRINCIPI DI COMPORTAMENTO E REGOLE DI CONDOTTA	06
3.1 Correttezza, onestà e integrità	06
3.2 Lealtà, trasparenza e buona fede	07
3.3 Assenza di conflitti di interesse e imparzialità	08
3.4 Libera concorrenza	09
3.5 Valore, dignità e parità delle persone	10
3.6 Tutela dei lavoratori	11
3.7 Tutela ambientale e dei beni culturali e paesaggistici	12
3.8 Responsabilità verso il territorio e la comunità locale	13
3.9 Salvaguardia dell'immagine della Società	14
3.10 Protezione dei beni e delle informazioni	15
4. LINEE GUIDA NEI RAPPORTI CON LE CONTROPARTI	16
4.1 Rapporti con i clienti, anche potenziali, e consumatori	16
4.2 Rapporti con il mercato	17
4.3 Rapporti con partner e fornitori	18
4.4 Rapporti con le persone della Società	19
4.5 Rapporti con la Pubblica Amministrazione e con altri soggetti esterni	20
4.6 Rapporti con i Media	21
5. SANZIONI	22

1 FINALITÀ

BIETTIVI
PER LO SVILUPPO
SOSTENIBILE

Attraverso il presente Codice Etico, DERSUT CAFFÈ S.P.A. (d'ora in poi, "Società") intende riaffermare il proprio impegno sui temi Environmental, Social e Governance (ESG), sulla sostenibilità aziendale e sulla responsabilità sociale d'impresa.

Il presente Codice definisce aspettative, valori, principi, requisiti, politiche, standard operativi e regole di condotta minime e non negoziabili che devono connotare l'attività della Società e quella dei suoi stakeholder, interni ed esterni, oltre a caratterizzare i rapporti che la stessa intrattiene con tutti i soggetti con cui entra in relazione, anche indirettamente o potenzialmente.

Quanto qui enunciato è in linea con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, i principi del Global Compact, i Sustainable Development Goals rilevanti e le normative europee emergenti.



© Giuseppe Dall'Arche



Chicchi di caffè
nella tostatrice

2 DESTINATARI

I soggetti tenuti a uniformare il proprio comportamento alle prescrizioni del presente Codice (d'ora in poi, "Destinatari") sono:

- ♦ Gli amministratori nonché chiunque altro svolga, anche di fatto, funzioni di rappresentanza, amministrazione, direzione, controllo e vigilanza;
- ♦ Tutti i dipendenti, latamente intesi, ovvero da chi occupa posizioni apicali a tutto il personale impiegato con contratto di lavoro subordinato o assimilabile (es. stagisti, tirocinanti, interinali, collaboratori a progetto, volontari, ...);
- ♦ Tutti coloro che, pur non facendo formalmente parte della Società, operino su mandato o nell'interesse della

medesima (es. consulenti, collaboratori esterni, ...) oppure intrattengano con essa rapporti di qualsiasi genere e natura (es. partner, terzisti, appaltatori, fornitori, società collegate, in generale, terze parti).

I destinatari, sotto la propria responsabilità, sono altresì tenuti a far rispettare i dettami del presente Codice a chiunque possa definirsi persona o entità loro collegata

(ad esempio, per i fornitori, tutti gli altri soggetti della propria supply chain) nel caso in cui, indirettamente o anche solo potenzialmente, per il loro tramite, potrebbe intrattenere un qualsiasi rapporto con la Società.

PRINCIPI DI COMPORTAMENTO E REGOLE DI CONDOTTA

3

3.1

Correttezza, onestà e integrità

La Società e tutti i Destinatari del presente Codice devono operare nel rigoroso rispetto delle leggi nazionali, delle norme dell'Unione Europea, delle disposizioni internazionali e della legislazione di ogni Paese in cui svolgono la loro attività o intrattengono i loro rapporti d'affari.

Questo impegno comprende anche regolamenti settoriali (sicurezza alimentare, tutela ambientale, salute e sicurezza sul lavoro, ...), standard volontari riconosciuti, codici di condotta e impegni sottoscritti lungo la filiera.

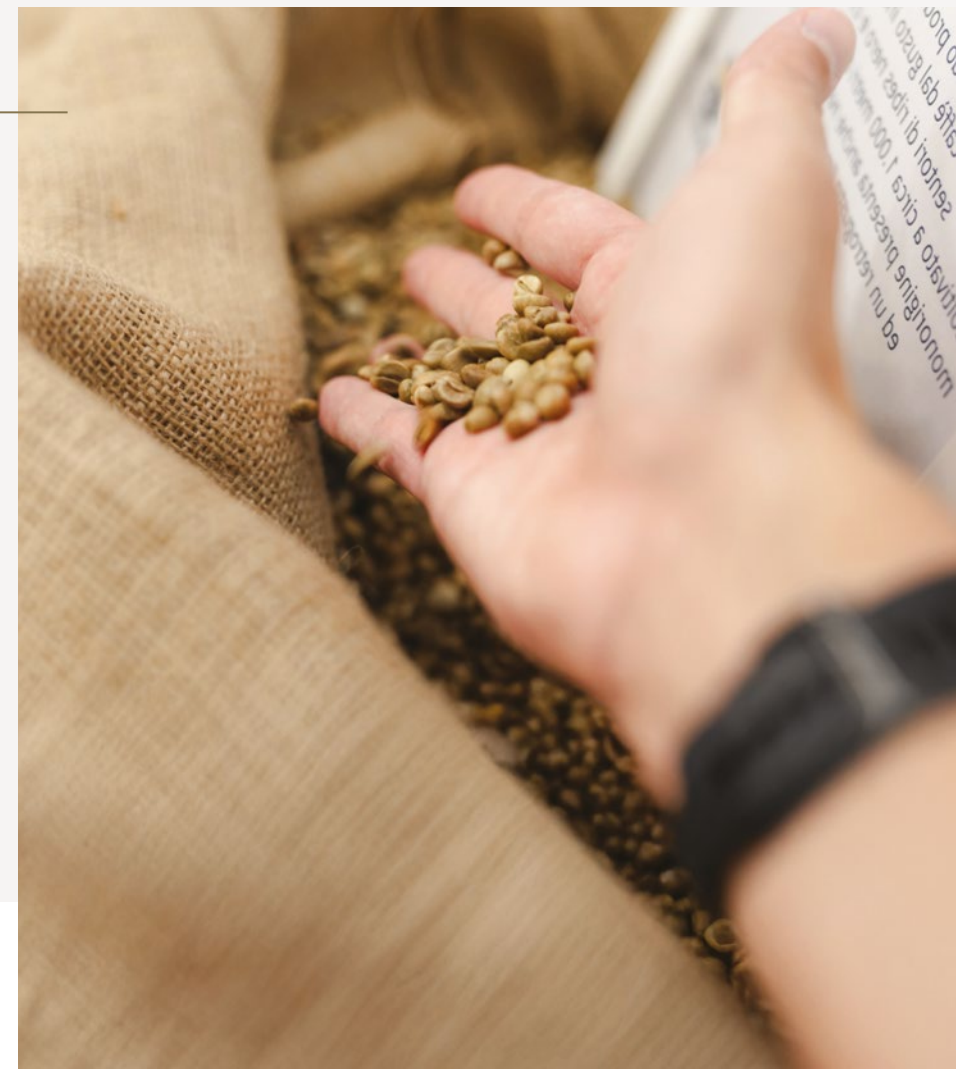
L'aderenza alla normativa non deve essere intesa come mero adempimento formale: indispensabile, infatti, è l'adozione di sistemi di gestione, procedure e controlli interni idonei a prevenire e individuare eventuali violazioni.



Nessun risultato economico o comunque il perseguimento di un qualsiasi interesse della Società può giustificare comportamenti contrari ai principi di correttezza, onestà, integrità e trasparenza.

I Destinatari del presente Codice sono tenuti non solo a osservare le regole, latamente intese, e a far prevalere gli standard qui enunciati quando la legge è meno stringente, ma anche a promuovere attivamente la cultura della legalità.

Caffè crudo in sacchi
di juta



3.2

Lealtà, trasparenza e buona fede

Ogni relazione con clienti, fornitori, colleghi, comunità locali e istituzioni deve fondarsi sulla lealtà reciproca: nessun beneficio, per quanto immediato o rilevante, può giustificare condotte ambigue o opportunistiche.

I Destinatari del presente Codice devono agire con affidabilità e buona fede, devono assumere soltanto impegni che possono mantenere e devono dare

esecuzione con puntualità ad accordi e promesse; qualora circostanze sopravvenute dovessero rendere difficile rispettarli, dovranno informare tempestivamente la controparte, cercando soluzioni condivise e sostenibili.

La trasparenza è parte integrante di questo dovere: le informazioni comunicate all'interno e all'esterno devono essere veritiere, comprensibili e complete, pur nel rispetto degli obblighi di riservatezza previsti dalla normativa e dalle clausole contrattuali.

3.3

Assenza di conflitti di interesse e imparzialità

L'imparzialità deve essere una condizione imprescindibile di ogni decisione e azione:

non sono ammessi conflitti di interesse effettivi, potenziali o anche solo percepibili, ed è un obbligo astenersi da comportamenti che possano mettere in dubbio la propria indipendenza o quella delle controparti.

Se un interesse personale – proprio o di soggetti collegati – può interferire con i compiti affidati, la situazione deve essere comunicata senza indugio e gestita con trasparenza, adottando ogni misura necessaria.

I Destinatari del presente Codice devono operare evitando di incorrere in situazioni di conflitto d'interesse che possano interferire con la capacità di assumere, in modo imparziale, decisioni nel migliore interesse della Società e nel pieno rispetto delle disposizioni qui riportate; se del caso, dovranno immediatamente palesare in massima trasparenza tali situazioni, trattenendosi dal prendere ogni decisione o dal fare qualunque azione.

Sono vietate pratiche corruttive, accordi collusivi, sollecitazioni indebite, dirette o tramite terzi, e qualsiasi

utilità impropria per sé o per altri. Omaggi, atti di cortesia o riconoscimenti di ogni genere e natura sono ammessi solo quando di valore modesto, coerenti con gli usi commerciali e tali da non compromettere, neppure in apparenza, integrità e reputazione delle parti. Pertanto, i Destinatari del presente Codice devono evitare di dare e rifiutarsi di ricevere qualsiasi forma di beneficio, sia esso offerto o promesso, che possa essere anche solo inteso come uno strumento volto a influire sull'indipendenza di giudizio e di condotta propria o altrui.

La posizione ricoperta e le risorse disponibili – aziendali o personali – non possono essere utilizzate per ottenere vantaggi ingiusti nei rapporti interni o esterni, né per fini privati. Le decisioni devono poggiare su criteri oggettivi, documentabili e verificabili, senza favoritismi, nepotismi, pressioni o promesse personali capaci di condizionare l'adempimento dei doveri. È inoltre proibito servirsi di informazioni riservate o non pubbliche, acquisite per ragioni d'ufficio, per trarne profitto o agevolare interessi privati; la gestione dei dati deve essere conforme alle norme e alle procedure interne sulla riservatezza.



Interni di una
Bottega del Caffè
Dersut 2.0

3.4

Libera concorrenza

La Società riconosce nel libero mercato e nella concorrenza leale il fondamento di una crescita solida e innovativa. Competere correttamente significa offrire qualità, servizio e valore senza alterare il gioco competitivo:

nessuna intesa occulta, scambio improprio di informazioni privilegiate o pratica idonea a restringere o falsare la concorrenza è ammessa.

I Destinatari del presente Codice non devono porre in essere comportamenti collusivi, strategie predatorie e abusi – anche solo potenziali – di posizione dominante. È vietato ripartire mercati, clientela o territori, imporre condizioni inique agli stakeholder od ostacolare l'ingresso di nuovi operatori.

La comunicazione commerciale deve essere corretta, non denigratoria né ingannevole.

3.5 Valore, dignità e parità delle persone

La Società mette le persone al centro del proprio agire quotidiano.

Questo significa riconoscere, in ogni relazione, il valore unico di ogni collaboratore e di ogni persona che partecipa alla filiera, rifiutando qualsiasi discriminazione legata ad età, origine, nazionalità, convinzioni politiche o religiose, identità di genere, orientamento sessuale, disabilità o stato di salute. Costantemente deve essere garantito un ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e sereno: un luogo in cui ci si possa esprimere senza timore di molestie, intimidazioni o trattamenti ingiusti e in cui la fiducia reciproca sia il presupposto delle relazioni professionali.

La parità di genere non è un obiettivo astratto, ma un criterio che guida scelte e processi. La Società monitora eventuali differenze retributive, assicura criteri chiari di selezione, valutazione e sviluppo delle persone e rimuove tutte le barriere, visibili o meno, che possano ostacolare l'accesso a ruoli di responsabilità. La Società crede che ciascuno debba poter costruire il proprio percorso professionale liberamente, senza essere frenato da stereotipi o ruoli precostituiti.



Valorizzare le persone significa investire in loro e nel loro talento.

La Società organizza percorsi di formazione continua, mentoring e strumenti per accrescere competenze tecniche e soft skill. La Società incoraggia la partecipazione alle decisioni e la condivisione del sapere, perché l'intelligenza collettiva si alimenta di punti di vista diversi.

La Società riconosce trattamenti economici adeguati e crede che la crescita professionale debba sempre essere accompagnata da attenzione all'equilibrio tra vita privata e lavoro: flessibilità organizzativa, modalità di lavoro agile e misure di supporto al rientro dopo congedi o assenze prolungate sono parte integrante della cultura della Società.

Il rispetto della dignità individuale si estende oltre i confini aziendali.

A tutti i Destinatari del presente Codice si chiede di adottare standard analoghi a quelli sopra riportati in tema di diritti, condizioni di lavoro e pari opportunità.

**“Lavorare
in squadra è bello
perché c'è sempre
qualcuno dalla tua
parte”.**

MARGARETH CARTY

3.6 Tutela dei lavoratori

La tutela della salute e della sicurezza è un impegno non trattabile, riguarda ogni persona che lavora per la Società e con la Società lungo l'intera filiera.

Devono essere assicurati ambienti dignitosi, sicuri e salubri, nel pieno rispetto delle leggi e dei principali standard internazionali sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, sui diritti umani e sul lavoro dignitoso.

Sono vietati in modo esplicito il lavoro minorile, il lavoro forzato o in condizioni di assoggettamento, ogni forma di tratta o sfruttamento – compreso il caporalato – così come molestie, intimidazioni, mobbing e discriminazioni. La posizione della Società è di tolleranza zero per tali pratiche che non solo sono illegali, ma sono anche eticamente inaccettabili. La Società pone estrema attenzione all'intera catena del valore e non intrattiene o prosegue rapporti con chi viola tali principi o alimenta dette pratiche lesive.

Ogni Destinatario del presente Codice è tenuto a operare con diligenza e prudenza, assicurando la piena tutela dei lavoratori e di ogni collaboratore.





3.7 Tutela ambientale e dei beni culturali e paesaggistici

Per la Società la tutela dell'ambiente, del paesaggio e del patrimonio culturale è parte integrante e fondamentale del proprio modo di fare impresa.

Ogni scelta tecnica od organizzativa è valutata in termini di impatto ambientale e di compatibilità con i territori in cui la Società opera, nel pieno rispetto delle normative applicabili e delle autorizzazioni concesse.

Nel settore, questo significa anche considerare l'intero ciclo del caffè nel rispetto della normativa nazionale e sovranazionale a tutela dei paesi produttori fino alla tostatura, al packaging e alla logistica. La Società individua modalità sostenibili di gestione degli scarti dei propri processi in ottica di economia circolare, evitando dispersioni e favorendo riuso o il trattamento appropriato.

La Società si impegna per ridurre il proprio

impatto ambientale, i propri consumi delle risorse naturali e le proprie emissioni coinvolgendo anche i soggetti lungo tutta la filiera, impegnandosi a privilegiare fornitori che adottano pratiche volte alla “zero deforestazione”, alla riduzione di agrofarmaci, alla gestione sostenibile dell'acqua, all'utilizzo di energie rinnovabili e altre pratiche virtuose in un'ottica di sostenibilità ambientale.

Quando le attività possono coinvolgere beni culturali o paesaggistici, la Società adotta tutte le cautele preventive, coinvolge tempestivamente gli enti preposti e sospende le operazioni in presenza di rischi che non erano stati valutati.

La stessa responsabilità con la quale la Società affronta i temi ambientali è richiesta ai Destinatari del presente Codice.



3.8

Responsabilità verso il territorio e la comunità locale

La Società riconosce nel territorio e nelle comunità in cui opera un interlocutore primario, non un semplice contesto. Ogni scelta aziendale tiene conto degli impatti sociali e ambientali che può generare, ricercando soluzioni che creino valore condiviso e non scarichino costi o rischi sulla collettività.

La Società collabora con istituzioni locali, associazioni del territorio e realtà del terzo settore per sostenere iniziative sociali, culturali, formative e ambientali coerenti con la sua attività e i propri valori.

L'ascolto strutturato degli stakeholder locali – tramite incontri periodici e consultazioni – consente di comprendere aspettative e criticità e di integrare il punto di vista della comunità nei piani di sviluppo.

La Società promuove la comunità in cui opera e cerca di restituirgli il tanto le ha dato, privilegiando, ogniqualvolta possibile, risorse, fornitori e servizi locali che condividano i principi di responsabilità sociale abbracciati dalla stessa.

3.9

Salvaguardia dell'immagine della Società

La reputazione della Società è un bene comune: ogni persona che agisce per conto della stessa ne è responsabile e deve comportarsi di conseguenza.

L'immagine aziendale si difende ogni giorno attraverso comportamenti corretti, rispettosi delle persone e dell'ambiente di lavoro, in linea con i valori e gli elementi distintivi dell'organizzazione.

Gli spazi aziendali devono essere mantenuti ordinati e puliti. È dovere di tutti prevenire situazioni di disordine e segnalare tempestivamente eventuali criticità. Nei luoghi di lavoro si richiede un atteggiamento sobrio e professionale: toni di voce moderati, niente rumori o atteggiamenti che possano disturbare chi sta lavorando, particolare attenzione quando sono presenti ospiti o visitatori. L'abbigliamento deve essere adeguato al contesto e al ruolo ricoperto.

È vietato affiggere o diffondere, su bacheche o altri supporti, fisici o informatici, materiali non pertinenti all'attività lavorativa e che possano risultare offensivi o lesivi della sensibilità altrui. Lo stesso principio vale per ogni comunicazione effettuata in nome della Società o che possa esservi ricondotta, anche su canali digitali.



3.10

Protezione dei beni e delle informazioni

La Società è consapevole che i beni, da intendersi in senso lato, includendo sia quelli materiali, che immateriali – compresi sistemi informatici, reti, software, marchi, brevetti, informazioni confidenziali o riservate (tecniche e/o commerciali e/o finanziarie), dati personali e know-how – siano un patrimonio economico da tutelare.

Come la Società si impegna per **difendere e proteggere adeguatamente i beni dei propri stakeholder** (clienti, fornitori, dipendenti e collaboratori, ...),

i Destinatari del presente Codice devono usare i beni della stessa o quelli altrui dei quali vengono in possesso a causa del rapporto con la Società esclusivamente per finalità lavorative, nel rispetto delle normative specifiche, delle licenze d'uso e delle regole aziendali.

Chi ne dispone è tenuto a conservarli con cura, evitarne l'usura o il danneggiamento, impedirne l'accesso non autorizzato nonché l'uso improprio o illecito e segnalare tempestivamente guasti, anomalie o violazioni di sicurezza.

LINEE GUIDA NEI RAPPORTI CON LE CONTROPARTI

4

4.1 Rapporti con i clienti, anche potenziali, e consumatori

La Società opera per offrire prodotti e servizi di qualità impeccabile lungo tutto il ciclo di vita, dall'origine del caffè alla vendita, evitando qualsiasi scelta che possa incrinare la fiducia di chi acquista o consuma i suoi prodotti.

I prodotti immessi sul mercato devono essere sicuri e conformi a ogni normativa applicabile e non devono arrecare danni alla salute o all'integrità fisica dei consumatori.

I rapporti con la clientela, anche potenziale, devono ispirarsi ai principi di eticità, onestà, professionalità, trasparenza e comunque devono essere improntati alla massima collaborazione e disponibilità.

Ogni promessa commerciale deve essere sostenuta da evidenze verificabili. Le informazioni fornite alla clientela devono essere complete, chiare, tempestive e veritiere, in modo tale da consentire al cliente di prendere delle decisioni consapevoli.

Nel marketing, nelle iniziative promozionali e nelle comunicazioni commerciali deve essere adottato un linguaggio corretto, rispettoso, leale, comprensibile

e sincero. Nel raccontare gli impegni e le iniziative della Società, come le pratiche responsabili adottate e gli impatti lungo la filiera, massima deve essere l'attenzione a che quanto riportato sia dimostrabile. Sono proibiti messaggi ingannevoli, pratiche manipolative o pressioni indebite.

Sono vietate offerte, omaggi o benefici personali di qualsiasi genere e natura che possano influenzare decisioni di vendita/acquisto o compromettere l'indipendenza di giudizio durante lo svolgimento delle trattative. Sono vietate transazioni di denaro o beni di provenienza delittuosa o comunque illecita.

Tutti i reclami o segnalazioni dei clienti vanno gestiti con rapidità, puntualità e spirito collaborativo, offrendo soluzioni adeguate a raggiungere la piena soddisfazione e tutela dei clienti e prevenendo il ripetersi delle criticità, in un'ottica di miglioramento continuo della qualità dei prodotti.

Il rispetto di tali criteri di condotta è richiesto a tutti coloro che erogano e/o promuovono e/o vendono beni e/o servizi per conto della Società e, in generale, a chiunque la rappresenti nella gestione dei rapporti con la clientela, anche potenziale.

4.2

Rapporti con il mercato

DERSUT

*“La qualità non è mai casuale;
è sempre il risultato
di uno sforzo intelligente”.*

- John Ruskin -



La Società compete puntando su qualità, innovazione ed efficienza, nel pieno rispetto della libera e leale concorrenza. Qualsiasi condotta che alteri la corretta competizione è vietata: non sono ammessi accordi corruttivi o collusivi, pratiche occulte su prezzi, quantità, ripartizione di mercati o clienti, scambi di informazioni sensibili con concorrenti, pratiche predatorie o abusi – anche solo potenziali – di posizione dominante.

La Società crede che il rispetto di tutte le norme sia fondamentale per un mercato corretto e concorrenziale.

La Società assicura che la tenuta delle scritture contabili, la formazione e la redazione del bilancio di esercizio, l'elaborazione di relazioni e comunicazioni sociali in genere relative alla situazione economico-patrimoniale-finanziaria della stessa sia pienamente conforme alle disposizioni di legge, ai principi nazionali e internazionali, alle norme tecniche vigenti ed assicura informazioni corrette e veritiere. La Società si impegna a effettuare con completezza e trasparenza tutti gli adempimenti tributari e fiscali previsti a suo carico dalla normativa vigente. La Società garantisce il rispetto delle norme poste a tutela dell'integrità ed effettività delle risorse e del capitale sociale, al fine di non ledere le garanzie dei creditori e di ogni altra terza parte.

La Società, più in generale, presidia ogni sua attività al fine di accertare il pieno rispetto di ogni normativa applicabile e chiede ai Destinatari del presente Codice di astenersi da ogni comportamento contrario alla legge.

4.3

Rapporti con partner e fornitori



I fornitori sono parte attiva della catena del valore della Società: dalla qualità del caffè alla tutela delle persone e dell'ambiente, il loro operato, i loro prodotti e i loro servizi incidono direttamente sulla performance complessiva della stessa.

La Società, nella fase di qualifica e selezione, adotta criteri oggettivi e trasparenti: requisiti tecnici, rispetto delle norme, affidabilità, reputazione, solidità economica, capacità innovativa e performance sociali e ambientali sono valutati con pari rigore.

La Società instaurerà o proseguirà il rapporto solo con quei fornitori che dimostreranno il rispetto integrale

delle normative applicabili (es. lavoro, sicurezza alimentare, salute e sicurezza, ambiente, fiscalità, anticorruzione, privacy, ...) e degli standard richiamati nel presente Codice, tra i quali: il non ricorso al lavoro minorile, forzato o in condizioni di sfruttamento, il combattere ogni discriminazione, la garanzia di condizioni di lavoro dignitose e della libertà di associazione dei lavoratori, l'assicurazione di retribuzioni conformi e corretti orari di lavoro, l'impegno a ridurre al minimo l'impatto ambientale, ad adottare approcci basati sui principi dell'economia circolare e a salvaguardare la biodiversità e gli ecosistemi.

La Società si impegna a costruire con i propri fornitori relazioni capaci di crescere nel tempo e votate alla sostenibilità.

Ciò significa, ad esempio:

- ♦ fissare condizioni economiche equilibrate e chiare;
- ♦ garantire pagamenti puntuali e in generale il pieno adempimento delle intese contrattuali;
- ♦ mettere a disposizione programmi di sviluppo delle competenze;
- ♦ condividere dati, metriche e specifiche tecniche utili a migliorare efficienza;
- ♦ ridurre sprechi, emissioni e consumi delle risorse naturali, incoraggiando pratiche di economia circolare e altre iniziative virtuose;
- ♦ promuovere progetti comuni di riduzione dell'impatto ambientale;
- ♦ adottare meccanismi premianti per chi assicura le performance sociali e ambientali migliori;
- ♦ valorizzare le imprese locali, nonché l'imprenditoria femminile;
- ♦ impegnarsi per una distribuzione più equilibrata del valore, soprattutto a monte, combattendo le disuguaglianze sociali, la fame e lo sfruttamento dei soggetti più deboli e fragili, nonché sostenendo il reddito dignitoso dei produttori di caffè.



Inaugurazione della sede in via San Giuseppe n.46 a Conegliano, 09 Maggio 2025

4.4

Rapporti con le persone della Società

La Società riconosce che il proprio successo dipende dalle persone che vi lavorano.

La Società adotta processi trasparenti e documentati di selezione, valutazione, sviluppo e formazione fondati su criteri di merito e improntati a garantire la massima correttezza, equità e l'assenza di discriminazioni legate a genere, età, origine, orientamento sessuale, identità di genere, credo religioso, opinioni politiche, disabilità, stato di salute o qualsiasi altro fattore non inerente alla professionalità, così da prevenire pratiche illecite,

favoritismi o conflitti di interesse. Il reclutamento avviene esclusivamente sulla base dell'esperienza, attitudine e competenza dei candidati e della corrispondenza tra profili richiesti e profili posseduti.

Ad ogni persona è riconosciuto un trattamento economico congruo e proporzionato all'impegno richiesto ed ai risultati conseguentemente raggiunti, capace di assicurare un tenore di vita adeguato e dignitoso rispetto al contesto socio-economico in cui lavora.

All'interno dell'organizzazione ciascuno deve godere di pari opportunità di crescita: l'accesso a formazione, progetti, incarichi di responsabilità e l'introduzione di sistemi premianti sono regolati da criteri che vadano a valorizzare il buon lavoro del singolo.

La Società si impegna a rendere effettive tali condizioni, correggendo eventuali scostamenti e rimuovendo barriere, visibili o meno, che limitino l'espressione del talento.

4.5 Rapporti con la Pubblica Amministrazione e con altri soggetti esterni

La Società, attraverso le proprie persone e strutture, coopera attivamente e pienamente con gli esponenti della Pubblica Amministrazione.

Tutti i rapporti con la Pubblica Amministrazione sono improntati a principi di correttezza, trasparenza, collaborazione e non ingerenza, nel rispetto dei reciproci ruoli e delle procedure interne.

Devono essere fornite solo informazioni e documenti veritieri, completi, comprensibili e verificabili: sono vietati, anche tramite terzi, dichiarazioni false, omissioni di fatti rilevanti, alterazioni o distruzioni di documenti e qualsiasi intralcio a controlli o ispezioni.

La Società mantiene una posizione di neutralità politica: non finanzia partiti, candidati o iniziative aventi scopo esclusivamente o prevalentemente politico e si astiene da qualsiasi pressione, diretta o indiretta, nei confronti di persone politicamente esposte. I dipendenti che partecipano a titolo personale alla vita politica lo fanno al di fuori dell'orario di lavoro, senza utilizzare risorse aziendali e senza creare conflitti di interesse.

La Società promuove la cultura del confronto aperto e responsabile.

La conciliazione fra vita professionale e privata è parte integrante della responsabilità organizzativa della Società: strumenti di flessibilità, lavoro agile, programmi di rientro dopo congedi o assenze prolungate e iniziative di benessere organizzativo sono promossi in coerenza con le esigenze operative. Le figure di coordinamento hanno il dovere di applicare in modo coerente questi principi, di vigilare sul clima dei propri colleghi e di intervenire prontamente in caso di comportamenti non allineati.

Impegnarsi affinché quanto riportato non rimanga una mera dichiarazione di intenti, ma si traduca in azioni concrete, obiettivi misurabili, responsabilità definite, risorse dedicate e verifiche periodiche è condizione essenziale per dare credibilità agli impegni che la Società si assume verso le sue persone.

L'ambiente di lavoro deve essere sicuro e decoroso. La Società si impegna a diffondere e consolidare la cultura della sicurezza sviluppando la consapevolezza dei rischi e la conoscenza ed il rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione, promuovendo e pretendendo comportamenti responsabili da parte di tutti i lavoratori (es. è fatto divieto di far uso in maniera inappropriata di medicinali o detenere/assumere alcol e droghe illecite o soggette a controllo e non prescritte dal medico all'interno degli spazi aziendali, ...).

Il clima interno deve essere caratterizzato dalla fiducia, dall'ascolto e dal rispetto reciproco.

La Società gestisce le attività in conformità alla normativa cogente riguardante le condizioni dell'ambiente di lavoro, impegnandosi a costruire un ambiente disteso, dignitoso e rispettoso per tutti. La Società si attende che tutto il personale mantenga toni adeguati, eviti atteggiamenti ingiuriosi, diffamatori o comunque lesivi della sensibilità del prossimo e contribuisca a un contesto inclusivo.

4.6 Rapporti con i Media

L'informazione verso l'esterno deve essere accurata, veritiera, completa e presentata in modo omogeneo.

La Società parla con una sola voce: solo le funzioni espressamente autorizzate possono rilasciare dichiarazioni, dati o commenti a giornalisti o altri operatori dell'informazione.

Ogni contenuto destinato all'esterno (comunicati stampa, interviste, materiali digitali, contenuti su social istituzionali, presentazioni pubbliche, ...) deve essere preventivamente validato e approvato, verificando coerenza con i dati ufficiali, rispetto degli obblighi di riservatezza e delle normative applicabili, e poi successivamente archiviato.

I Destinatari del presente Codice mantengono comportamenti responsabili anche sui propri canali personali: non divulgano informazioni riservate, non parlano a nome della Società senza autorizzazione, non diffondono contenuti lesivi della reputazione della Società o di terzi.

Ugualmente, la Società reagirà ai sensi della normativa applicabile verso chi, consapevolmente, dovesse effettuare segnalazioni false, infondate o pretestuose.



5

SANZIONI

La Società è tenuta a farsi parte attiva affinché gli impegni espressi nel Codice Etico vengano attuati.

Le violazioni del Codice Etico sono passibili di sanzione, proporzionata alla gravità e declinata in base al tipo di rapporto che il Destinatario interessato intrattiene con la Società.

Eventuali provvedimenti sanzionatori nei confronti del personale dipendente per violazioni al Codice Etico saranno adottati in coerenza con la normativa applicabile.

Per gli altri Collaboratori, i Fornitori, e i Partner, la Società si riserva la facoltà di risoluzione del contratto o l'applicazione di altre azioni di tipo contrattuale, in virtù di clausole specificatamente previste allo scopo.





Dersut Caffè S.p.A.

Via San Giuseppe 46,
31015 Conegliano (TV) ITALY
Tel. +39 0438 411200 - info@dersut.it

www.dersut.it