



CODICE  
ETICO

III EDIZIONE

# INDICE

	<b>Introduzione</b>	1
	Missione di Fruttage	2
	Valori di riferimento	3
	Richiami	3
<b>CAPO PRIMO</b>	<b>Principi generali</b>	5
	1. Destinatari del Codice	5
	2. Definizione di comportamento etico	5
	3. Responsabilità imprenditoriale	5
	4. Rispetto del lavoro	5
	5. Riservatezza dei dati personali e rispetto della sfera privata	5
	6. Riservatezza delle informazioni	5
	7. Tutela dell'ambiente	6
	9. Integrazione con la comunità	6
	10. Creazione di valore	6
	11. Impegno a dare conto	6
	12. Valore della comunicazione	6
	13. Responsabilità verso le generazioni future	7
	14. Responsabilità degli amministratori	7
	16. Impegno nei confronti della filiera agroindustriale	7
<b>CAPO SECONDO</b>	<b>Rapporti con i dipendenti</b>	9
	17. Richiamo alla Carta dell'appartenenza	9
	18. Definizione di dipendente	9
	19. Valore dell'esempio	9
	20. Selezione del personale	9
	21. Rappresentanza e relazioni sindacali	9
	22. Coinvolgimento e partecipazione	10
	23. Trasparenza nelle relazioni	10
	24. Valore della formazione	10
	25. Valore della crescita e delle competenze	10
	26. Riconoscimento delle differenze	10
	27. Tutela della persona e delle pari opportunità	10
	28. Tutela della salute e della sicurezza	11
	29. Relazione tra colleghi	11
	30. Abuso di autorità	11
	31. Conflitto di interesse	11
	32. Diligenza nell'utilizzo delle risorse aziendali	12
	33. Tutela dell'immagine e della reputazione aziendale	12
	34. Regali	12
<b>CAPO TERZO</b>	<b>Rapporti con i clienti</b>	13
	35. Definizione di cliente	13
	36. Comunicazione ai clienti	13
	37. Attenzione ai bisogni del cliente	13
	38. Tutela del marchio dei clienti	13
	39. Correttezza nei contratti e nei rapporti commerciali	13

<b>CAPO QUARTO</b>	<b>Rapporti con i consumatori</b>	15
	40. Definizione di consumatore	15
	41. Impegno all'ascolto	15
	42. Qualità e sicurezza del prodotto	15
	43. Comunicazione e informazione	15
<b>CAPO QUINTO</b>	<b>Rapporti con i fornitori</b>	17
	44. Definizione di fornitore	17
	45. Fornitori di materie prime e semilavorati agricoli	17
	46. Rapporti di fornitura di materie prime agricole e semilavorati	17
	47. Selezione e valutazione dei fornitori	17
	48. Collaborazione con i fornitori	18
	49. Chiarezza nella formulazione e gestione dei contratti	18
	50. Tutela della sicurezza e della salute dei fornitori	18
	51. Fornitori e immagine di FruttageI	18
<b>CAPO SESTO</b>	<b>Rapporti con il territorio e l'ambiente</b>	19
	52. Definizione di territorio	19
	53. Rapporti con le istituzioni	19
	54. Rapporti con le autorità di controllo	19
	55. Rapporti con l'ambiente	19
	56. Informazione e comunicazione ambientale	19
	57. Educazione ambientale e alimentare	20
	58. Rapporti con le comunità	20
	59. Liberalità e sponsorizzazioni	20
<b>CAPO SETTIMO</b>	<b>Attuazione</b>	21
	60. Organismo per l'attuazione e la diffusione del Codice	21
	61. Procedure per il funzionamento della Commissione	21
	62. Promozione dello spirito e dei contenuti del Codice	21
	63. Consulenza sull'interpretazione del Codice e formazione etica	21
	64. Convocazione della Commissione etica	21
	65. Limiti alla competenza della Commissione etica	22
	66. Procedimento d'ufficio	22
	67. Procedure su segnalazione di terzi	22
	68. Istruttoria	22
	69. Indagini e testimonianze	22
	70. Riservatezza	23
	71. Votazioni	23
72. Rapporti tra la Commissione etica e organi gestionali	23	
73. Esiti del procedimento	23	
74. Comunicazione agli interessati	23	
75. Consulenza sull'interpretazione del Codice e formazione etica	24	
76. Rapporti tra Commissione etica e Consiglio di amministrazione	24	
77. Rapporti tra Commissione etica e Organismo di Vigilanza 231	24	
78. Validità del Codice	24	



# Introduzione

Questa è la terza edizione del Codice etico di Fruttagel, dopo la prima del 2009 e la seconda del 2019.

Nell'introduzione della seconda edizione si diceva: *Il Codice etico di Fruttagel è entrato in vigore nel 2009. [...]. In questo periodo molte cose sono cambiate nella nostra economia e nella nostra società ed è necessario che il Codice ne tenga conto [...]*, ma nessuno, al momento della revisione del 2019, poteva immaginare che i cambiamenti che il mondo ha vissuto nell'arco degli undici anni precedenti - cioè dal 2009 al 2019 - sarebbero stati superati per intensità da quelli dei tre anni successivi, quelli che stiamo vivendo anche ora e che si riflettono indirettamente su questa terza edizione.

È stato infatti inevitabile considerare tutti i grandi cambiamenti di questi tre anni: una società colpita nel profondo dalla pandemia, una disparità sociale crescente, la guerra, il degrado dell'economia, con l'effetto finale che è sempre più impegnativo il fare impresa, ma anche - per le singole persone - lavorare, realizzare le proprie aspirazioni, godere della giusta serenità.

È in condizioni difficili come quelle che stiamo vivendo che è più necessario confrontarsi, ricercare e dare ascolto e disponibilità, insomma collaborare, soprattutto tra coloro che condividono la giornata lavorativa. Ecco dunque che per la revisione del Codice si è impegnato direttamente un gruppo di lavoratori di Fruttagel che nella rilettura del Codice ha cercato di individuare il modo migliore di affrontare le questioni che giorno per giorno inevitabilmente si presentano sul posto di lavoro o nelle relazioni con i diversi interlocutori, dai clienti ai fornitori, alla luce di ciò che sta avvenendo nella nostra società e nella nostra economia.

È stata adottata questa nuova modalità di revisione anche per favorire una maggiore conoscenza e un più ampio utilizzo del Codice, che non è uno strumento organizzativo o un ordine di servizio, ma un modo di dare forma e facilitare il lavoro e le relazioni tra chi più



direttamente vive l'impresa, siano lavoratori e collaboratori, ma anche fornitori, clienti e comunità con le quali FruttageI interagisce.

La rilettura e gli aggiustamenti rispetto all'edizione precedente hanno avuto inoltre lo scopo di rendere il Codice più leggibile, efficiente, comprensibile, cioè facilmente utilizzabile per essere in grado di parlare chiaramente a tutti i pubblici, interni ed esterni.

## Missione di FruttageI

*Un protagonista significativo della filiera agroindustriale che qualifica la presenza cooperativa nella produzione, nella trasformazione e nella distribuzione per il benessere alimentare delle persone.*

**Nutrire** le relazioni imprenditoriali, professionali e umane di responsabilità, partecipazione, rispetto e trasparenza.

**Consolidare** il valore patrimoniale, industriale, relazionale dell'impresa come dotazione per i soci attuali e futuri e per lo sviluppo della cooperazione.

**Realizzare** l'innovazione, il miglioramento del servizio e la qualificazione professionale che aumentino l'efficienza della filiera e la competitività.

**Adottare** i sistemi tecnologici e organizzativi che garantiscano la salute dei consumatori, dei lavoratori e la salvaguardia dell'ambiente; concorrere allo sviluppo sociale delle comunità di riferimento.

**Dimostrare** che anche in condizioni di forte complessità industriale è possibile fare impresa rispettando le persone, il loro lavoro, la competizione e il mercato.

## Valori di riferimento

Tutta l'attività di FruttageL è guidata da questi valori:

### Salute alimentare

Il primo impegno di FruttageL riguarda la salute dei consumatori. La loro alimentazione deve corrispondere al loro benessere.

### Ambiente

Il risparmio del suolo, il rispetto delle risorse naturali, il risparmio dell'energia sono per FruttageL regole fondamentali.

### Imprenditorialità

FruttageL intende il suo essere impresa come produzione di valore condiviso, confronto col mercato, innovazione.

### Cooperazione

L'idea e la pratica cooperativa rappresentano per FruttageL la radice storica, l'intenzione sociale, la volontà di collaborazione tra lavoratori dentro e fuori la fabbrica.

### Integrazione

FruttageL persegue l'incremento di valore della filiera agroalimentare e lavora per l'equilibrio degli interessi tra i suoi protagonisti.

### Comunità

FruttageL considera le persone come individui con le loro relazioni, attivi nei loro ambienti fisici e sociali.

### Responsabilità

FruttageL crede che ognuno sia responsabile non solo di se stesso, ma per l'insieme di cui è parte.

## Richiami

Il Codice etico di FruttageL riconosce e si collega alle indicazioni e alle richieste dei principali organismi internazionali in fatto di etica aziendale, tra cui il Codice di base dell'Ethical Trading Initiative (ETI).





## Principi generali

### 1. Destinatari del Codice

I destinatari del Codice sono tutti coloro che a vario titolo e con grado diverso di responsabilità realizzano, direttamente e indirettamente, gli obiettivi di Fruttagel.

### 2. Definizione di comportamento etico

Il comportamento etico è il modo di agire coerente con i valori e la missione, doveroso per tutti coloro che costituiscono l'organizzazione di Fruttagel e che ne realizzano i fini.

### 3. Responsabilità imprenditoriale

Fruttagel si impegna ad accrescere il proprio ruolo sul mercato e il rilievo della cooperazione nella filiera agroindustriale incrementando il valore dell'impresa, aumentando i vantaggi per i propri stakeholder, utilizzando le risorse nel modo il più efficiente.

### 4. Rispetto del lavoro

Fruttagel tutela l'integrità fisica e morale dei lavoratori, assicurando condizioni di lavoro sicure, sane e rispettose della dignità individuale. Fruttagel si impegna affinché da parte di tutti gli attori della filiera vi sia il medesimo rispetto nei confronti dei loro dipendenti e collaboratori.

### 5. Riservatezza dei dati personali e rispetto della sfera privata

Fruttagel garantisce il rispetto della sfera privata delle persone e assicura la riservatezza dei dati personali in proprio possesso. I dati personali possono essere utilizzati esclusivamente per finalità connesse all'esercizio dell'attività d'impresa, osservando le misure di sicurezza stabilite.

### 6. Riservatezza delle informazioni

Fruttagel considera le informazioni sull'attività dell'impresa come un bene dell'organizzazione da tutelare e gestire con correttezza. Ciascuno è tenuto a proteggere le informazioni acquisite, a evi-

tarne l'uso improprio o non autorizzato e a gestirne i contenuti secondo le modalità definite da Fruttagel.

## **7. Tutela dell'ambiente**

Fruttagel gestisce le proprie attività nel rispetto dell'ambiente e per questo impiega le tecnologie più adatte a prevenire i rischi e a ridurre gli impatti ambientali diretti e indiretti.

## **8. Sicurezza alimentare e salute**

Fruttagel opera affinché i suoi prodotti e i suoi processi garantiscano la sicurezza per la salute dei consumatori e la riduzione degli impatti ambientali. Per il raggiungimento di questi obiettivi Fruttagel considera necessaria la responsabilità individuale di tutti i lavoratori e la continua ricerca delle soluzioni tecniche più innovative.

## **9. Integrazione con la comunità**

Fruttagel crede e si impegna per la collaborazione e la reciprocità con i territori di insediamento. Promuove così il confronto con le comunità, le istituzioni e gli interlocutori sociali per aumentare le possibilità occupazionali e lo sviluppo economico.

## **10. Creazione di valore**

Fruttagel - attraverso la salvaguardia del patrimonio sociale la gestione responsabile degli affari e dei capitali investiti - si impegna per la creazione di valore a medio-lungo termine per tutte le categorie di soci. Nei confronti di tutti gli interlocutori si impegna, in un'ottica di collaborazione, per la realizzazione di valore condiviso.

## **11. Impegno a dare conto**

Fruttagel fornisce ai soci e a tutti gli interlocutori informazioni complete e accurate per permettere di verificare la coerenza tra la propria attività e i principi declinati nella missione, anche attraverso la redazione e diffusione del bilancio di sostenibilità.

## **12. Valore della comunicazione**

Fruttagel si impegna al dialogo con tutti gli interlocutori e realiz-

za allo scopo una comunicazione trasparente, ricorrente e continuativa. con loro per la condivisione e lo scambio di competenze e conoscenze e per lo sviluppo della reciproca collaborazione.

### **13. Responsabilità verso le generazioni future**

FruttageL agisce allo scopo di valorizzare e accrescere il proprio patrimonio, consapevole della sua indivisibilità e intergenerazionalità, e a salvaguardare tutti i beni e le risorse aziendali materiali e immateriali, contrastandone l'uso improprio.

### **14. Responsabilità degli amministratori**

Gli amministratori hanno il dovere di rendere effettive le indicazioni contenute in questo Codice, attraverso l'impegno alla sua diffusione e al miglioramento continuo dell'organizzazione.

Gli amministratori devono promuovere gli interessi della cooperativa e non sfruttare la propria posizione per avvantaggiare se stessi o la propria organizzazione di provenienza.

### **15. Impegno verso le imprese agricole conferenti**

FruttageL si concepisce come strumento per la crescita delle imprese agricole socie attraverso la valorizzazione diretta e indiretta dei conferimenti, l'economicità e la qualità dei mezzi tecnici e dei servizi agronomici offerti.

FruttageL, sollecita e sostiene le imprese agricole conferenti in modo che la qualità e il costo delle loro produzioni sia competitiva e si impegna a valorizzare le materie prime agricole dei soci conferenti allo scopo di consolidare lo scambio mutualistico.

### **16. Impegno nei confronti della filiera agroindustriale**

FruttageL - in tutti i suoi rapporti economici, professionali e sociali - promuove l'aumento del valore prodotto nella filiera agroindustriale e la sua equa distribuzione tra gli attori della filiera.





## Rapporti con i dipendenti

### 17. Richiamo alla Carta dell'appartenenza

Per quanto riguarda i particolari comportamenti da tenere da parte dei lavoratori sul posto di lavoro e relativamente alla comunicazione, alla sicurezza e alla qualità, questo Codice rimanda alla Carta dell'appartenenza varata nel 2017, che deve essere considerata come parte integrante e dispositivo analitico del Codice stesso.

### 18. Definizione di dipendente

Ai fini del presente Codice etico, è dipendente chiunque intrattenga con FruttageL un rapporto di lavoro a tempo determinato, indeterminato, di avventiziato, o regolato da altra forma contrattuale purché rivolto alla realizzazione dei fini dell'impresa.

### 19. Valore dell'esempio

Tutti coloro che ricoprono ruoli di responsabilità sono chiamati, attraverso la propria condotta, a testimoniare i valori e le norme del presente Codice etico. In particolare devono obbedire a criteri di disciplina e onestà nella gestione dell'impresa, nella produzione di valore e di benefici mutualistici, nelle relazioni professionali e umane.

### 20. Selezione del personale

L'inserimento del personale si svolge sulla base di una selezione con procedure predefinite, approvate dalla Direzione aziendale e inserite nel sistema di gestione della Qualità. Lo scopo è di individuare il candidato oggettivamente più idoneo per ogni posizione ricercata, senza discriminazione di alcun tipo e nel pieno rispetto delle pari opportunità.

### 21. Rappresentanza e relazioni sindacali

FruttageL, nel rispetto della libertà sindacale e delle disposizioni previste da leggi e contratti, favorisce un clima costruttivo nelle relazioni sindacali.

Tutti coloro che ricoprono ruoli di responsabilità sono tenuti a concorrere a realizzare questo principio.

## 22. Coinvolgimento e partecipazione

FruttageL considera il coinvolgimento e la partecipazione dei propri dipendenti un elemento di fondamentale qualificazione del rapporto di lavoro. A tal fine è impegnata, con periodicità definita ed attraverso specifici strumenti di comunicazione, a fornire ai propri dipendenti le principali informazioni inerenti l'andamento aziendale.

## 23. Trasparenza nelle relazioni

I rapporti coi dipendenti sono improntati a criteri di trasparenza per offrir loro la possibilità di contribuire allo sviluppo dell'organizzazione.

I dipendenti, fin dall'avvio del rapporto, sono informati delle disposizioni regolamentari in vigore e sono coinvolti in iniziative che ne facilitino l'inserimento.

## 24. Valore della formazione

FruttageL riconosce l'importanza della formazione come fattore indispensabile per accrescere la competenza di dipendenti e collaboratori e come fattore indispensabile per la condivisione e lo scambio di competenze e per accrescere il senso di appartenenza.

## 25. Valore della crescita e delle competenze

FruttageL garantisce un ambiente di lavoro in cui possano essere valorizzate le competenze ed è impegnata a realizzare azioni formative per la crescita professionale dei propri dipendenti.

A tal fine, chi detiene responsabilità è chiamato a trasferire ai propri collaboratori le conoscenze necessarie allo svolgimento delle mansioni assegnate.

## 26. Riconoscimento delle differenze

FruttageL garantisce la parità di trattamento tra tutti i suoi lavoratori e tiene in conto le loro condizioni per facilitare la conciliazione vita-lavoro.

## 27. Tutela della persona e delle pari opportunità

FruttageL, come istituzione e persone che la costituiscono, respinge ogni forma di discriminazione. In particolare non possono essere oggetto di discriminazione la condizione fisica, la disabilità, le opi-

nioni, la religione, la nazionalità o l'etnia, il sesso, l'orientamento sessuale o l'identità di genere. Come specificato nella Carta dell'appartenenza, a ogni dipendente è richiesto un comportamento coerente con tale principio e ispirato a collaborazione e solidarietà verso i colleghi.

Fruttigel contribuisce al sostegno dei lavoratori che vivono in situazioni di difficoltà che possano impedire il normale svolgimento della loro attività lavorativa.

### **28. Tutela della salute e della sicurezza**

Fruttigel diffonda e consolida tra i dipendenti la cultura della sicurezza, la consapevolezza dei rischi e richiede al riguardo comportamenti responsabili da parte di tutti.

I dipendenti devono rispettare gli obiettivi e i programmi del sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro e collaborare attivamente alla realizzazione dei necessari controlli. Si rimanda al proposito alla Carta dell'appartenenza.

### **29. Relazione tra colleghi**

Le relazioni tra colleghi devono essere improntate al rispetto, alla tolleranza, alla collaborazione e alla solidarietà. La comunità lavorativa si deve manifestare come sostegno reciproco e come consapevolezza che il vantaggio comune dipende dall'impegno d'ognuno.

### **30. Abuso di autorità**

Il superiore non richiede ai propri collaboratori favori personali o qualunque altro comportamento non previsto dai contratti di lavoro e dalle norme del presente Codice.

### **31. Conflitto di interesse**

Tutti i dipendenti devono evitare situazioni in cui si possano manifestare conflitti di interesse con Fruttigel e non possono avvantaggiarsi personalmente di possibili opportunità d'affari connesse allo svolgimento delle proprie funzioni.

Tutti i dipendenti hanno l'obbligo di segnalare ai propri diretti superiori le potenziali situazioni di conflitto di interessi in cui possono essere coinvolti o di cui vengano a conoscenza.

### 32. Diligenza nell'utilizzo delle risorse aziendali

Ogni dipendente di Fruttigel deve operare con la diligenza e l'efficienza necessarie per tutelare le risorse aziendali, garantendone l'utilizzo coerente con l'interesse dell'azienda.

Anche il tempo è da considerare una risorsa per l'azienda, dunque ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei collaboratori.

È cura di tutti i dipendenti non solo proteggere tali beni, ma anche impedirne l'uso fraudolento o improprio. Si rimanda al proposito alla Carta dell'appartenenza.

### 33. Tutela dell'immagine e della reputazione aziendale

L'immagine e la reputazione di Fruttigel rappresentano un patrimonio che i dipendenti devono tutelare con il loro comportamento, internamente ed esternamente all'impresa, tenendo conto dell'evolversi del contesto sociale, della tecnologia e dei nuovi strumenti disponibili.

### 34. Regali

I dipendenti di Fruttigel non possono ricevere regali e benefici da terzi che vadano oltre la normale cortesia d'affari.

I dipendenti di Fruttigel mettono a disposizione dell'azienda i regali ricevuti, allo scopo di dividerli con tutti gli altri dipendenti.



## Rapporti con i clienti

### 35. Definizione di cliente

Si definisce cliente chiunque acquisti prodotti di FruttageL.

### 36. Comunicazione ai clienti

FruttageL si impegna a fornire ai clienti effettivi e potenziali tutte le informazioni necessarie e garantisce la correttezza delle informazioni e la chiarezza delle indicazioni del packaging/confezionamento. Al contempo, recepisce e considera i rilievi dei clienti e i reclami dei consumatori un'opportunità di miglioramento per le sue politiche della qualità.

### 37. Attenzione ai bisogni del cliente

La piena soddisfazione dei clienti è obiettivo primario per FruttageL, che si impegna a informare il cliente in modo completo e tempestivo sulle caratteristiche dei prodotti. La qualità delle materie prime agricole, del processo di trasformazione, del materiale di confezionamento e del prodotto finale è assicurata dal sistema di gestione certificato.

FruttageL mette a disposizione delle imprese clienti la propria esperienza e professionalità, nella convinzione che un approccio sinergico e coordinato nei confronti delle attese dei consumatori garantisca vantaggi per entrambe le parti.

### 38. Tutela del marchio dei clienti

FruttageL considera la completa attuazione del presente Codice una tutela essenziale anche per la reputazione e per il marchio dei propri clienti, pertanto persegue la continuità nei controlli e la massima disponibilità all'ascolto delle loro richieste.

FruttageL richiede e si aspetta, secondo reciprocità, analogo comportamento da parte dei propri clienti.

### 39. Correttezza nei contratti e nei rapporti commerciali

FruttageL garantisce la correttezza nei contratti e nei rapporti commerciali e si impegna affinché agenti e intermediari conformino i loro comportamenti alle stesse regole di correttezza.

FruttageL favorisce il dialogo e la collaborazione con i clienti e privilegia la soluzione non giudiziale dei possibili contrasti.



## Rapporti con i consumatori

### 40. Definizione di consumatore

Si definisce consumatore chiunque fruisca a qualunque titolo di prodotti dell'impresa.

### 41. Impegno all'ascolto

Fruttage si impegna a valutare le richieste e le osservazioni dei consumatori riguardo ai propri prodotti e al modo in cui sono stati realizzati, in maniera da qualificare costantemente la produzione.

### 42. Qualità e sicurezza del prodotto

Fruttage, affinché i suoi prodotti e i suoi processi garantiscano la sicurezza per la salute e la riduzione degli impatti ambientali, garantisce ai consumatori gli adeguati standard di qualità e sicurezza dei prodotti, nonché uno sforzo continuo in fatto di ricerca e innovazione.

Sotto questo profilo l'impegno verso i consumatori finali equivale a un impegno di sostenibilità rivolto alla collettività.

### 43. Comunicazione e informazione

Fruttage riconosce il diritto dei consumatori ad essere informati riguardo alle caratteristiche dei suoi prodotti e alle modalità della loro realizzazione; per la propria parte si impegna dunque a comunicarle, e a controllare che ciò avvenga ove dipenda da altri.





## Rapporti con i fornitori

### 44. Definizione di fornitore

Sono fornitori le persone e le imprese che, a vario titolo, individualmente o parte di una catena, forniscono materie prime agricole, semilavorati, beni, servizi, prestazioni e risorse d'altro tipo necessarie alla realizzazione delle attività di Fruttagel.

A tutti loro è richiesta l'adozione degli scopi e dei principi di questo Codice.

### 45. Fornitori di materie prime e semilavorati agricoli

I fornitori di materie prime e semilavorati agricoli rappresentano una forma speciale di fornitura. L'impegno particolare di Fruttagel è di qualificarne e svilupparne le attività, facendo in modo che il loro vantaggio nel lungo periodo corrisponda alla qualificazione dell'intera filiera e al vantaggio per la comunità dei clienti e consumatori.

È richiesto ai fornitori di materie prime e semilavorati agricoli un adeguato e corrispondente impegno.

### 46. Rapporti di fornitura di materie prime agricole e semilavorati

Fruttagel predispone tutti gli strumenti necessari a garantire il controllo sui prodotti ricevuti. Richiede al contempo ai fornitori di materie prime agricole e semilavorati il rispetto delle indicazioni contenute nei disciplinari di produzione e fornitura dell'impresa, a garanzia della sicurezza dei prodotti e della salute dei consumatori.

### 47. Selezione e valutazione dei fornitori

Per Fruttagel la selezione dei fornitori è basata sulla garanzia di trasparenza e sulla pari opportunità di accesso, nonché sulla chiara adozione da parte loro degli scopi e principi di questo Codice, con particolare riguardo all'impegno per la salvaguardia e valorizzazione dell'ambiente.

Oltre che sulla economicità del rapporto, la valutazione dei fornitori è fondata sui loro comportamenti, sulle loro competenze,

sul loro impegno per adeguare e migliorare le loro prestazioni, sulla loro disponibilità ad accettare e facilitare l'acquisizione delle informazioni da parte di FruttageL.

#### **48. Collaborazione con i fornitori**

FruttageL considera come partner i propri fornitori e a istituisce con loro relazioni stabili, evitando tuttavia ogni forma di totale e reciproca dipendenza. Ciò si deve realizzare con la costruzione di un rapporto di fiducia e la visione condivisa del lavoro e del servizio.

#### **49. Chiarezza nella formulazione e gestione dei contratti**

Nella definizione e gestione dei contratti FruttageL condivide con i fornitori le informazioni necessarie, che consentano a entrambi di eseguire esattamente gli impegni assunti. Da parte d'entrambi dovrà essere garantita la necessaria riservatezza.

#### **50. Tutela della sicurezza e della salute dei fornitori**

FruttageL salvaguarda le condizioni di salute e sicurezza dei fornitori che abbiano accesso diretto e autorizzato nei luoghi di pertinenza dell'azienda, fornendo l'opportuna informativa in materia.

Parimenti FruttageL richiede ai fornitori che accedono in azienda il rispetto delle condizioni e procedure a garanzia della salute e della sicurezza sul lavoro di tutti.

FruttageL richiede ai propri fornitori l'applicazione degli stessi criteri di sicurezza nei confronti dei loro dipendenti ed eventuali subfornitori.

#### **51. Fornitori e immagine di FruttageL**

Come parte di una catena produttiva, i fornitori sono corresponsabili dell'immagine di FruttageL. A tutti è richiesta l'adozione di comportamenti congruenti a beneficio loro, di FruttageL e dell'intera catena.

### 52. Definizione di territorio

Ai fini del presente Codice, per 'territorio' si intendono le istituzioni pubbliche, le comunità con le loro associazioni e l'ambiente fisico in relazione ai quali Fruttigel opera.

### 53. Rapporti con le istituzioni

Fruttigel opera per il riconoscimento del proprio ruolo economico e sociale e si relaziona con le amministrazioni pubbliche di ogni livello secondo trasparenza e chiarezza, per tutelare il proprio interesse aziendale e per favorire il migliore espletamento delle funzioni delle amministrazioni.

### 54. Rapporti con le autorità di controllo

Fruttigel garantisce la massima collaborazione con gli enti deputati al controllo, fornendo in modo chiaro e tempestivo le informazioni richieste e assicurando, nel corso delle verifiche ispettive e dei sopralluoghi, la massima disponibilità e collaborazione, l'accesso alle strutture e la fruibilità di tutta la documentazione richiesta. Fruttigel considera i rilievi effettuati dagli enti di controllo una valida opportunità di miglioramento.

### 55. Rapporti con l'ambiente

Fruttigel opera per la sostenibilità delle proprie attività, opera per favorire la diminuzione degli impatti ambientali, la prevenzione dei rischi e per un impiego sostenibile delle risorse naturali.

A tal fine investe nella ricerca e nell'impiego delle più adatte tecnologie, che permettano un utilizzo razionale delle risorse e la valorizzazione degli scarti e dei sottoprodotti di produzione.

### 56. Informazione e comunicazione ambientale

Fruttigel fornisce alle istituzioni pubbliche e alle loro comunità le informazioni necessarie a comprendere gli eventuali rischi ambientali legati all'attività dell'impresa e a rendere conto dell'impatto ambientale delle proprie attività.

### **57. Educazione ambientale e alimentare**

FruttageL si impegna a diffondere sul territorio la cultura del rispetto dell'ambiente, a promuovere attività di sensibilizzazione e di formazione ambientale al proprio interno e promuovere l'educazione alimentare, offre e richiede collaborazione per un maggiore rispetto ambientale e un corretto uso delle risorse naturali.

### **58. Rapporti con le comunità**

FruttageL presta attenzione alla vita delle comunità in cui opera e ad ascoltare le loro sollecitazioni.

### **59. Liberalità e sponsorizzazioni**

Nel sostegno di iniziative sociali e culturali e in genere nelle sponsorizzazioni, FruttageL prende in considerazione unicamente iniziative coerenti con i propri obiettivi strategici, di sostenibilità e di impegno verso il territorio, secondo gli indirizzi del Consiglio di amministrazione e rendiconta annualmente nel proprio rapporto di sostenibilità quanto erogato e verso quali principali iniziative.



## Attuazione

### 60. Organismo per l'attuazione e la diffusione del Codice

Le attribuzioni in tema di attuazione e diffusione del presente Codice sono riservate alla Commissione etica, un organo collegiale nominato dal Consiglio di amministrazione composto da cinque membri, tra cui un componente dell'Organismo di vigilanza ai sensi del D.lgs. 231/2001.

Nella sua prima seduta, la Commissione nomina tra i suoi membri il presidente.

### 61. Procedure per il funzionamento della Commissione

Le procedure per il funzionamento della Commissione sono definite dalla Commissione stessa al momento della sua costituzione e sottoposte all'approvazione del Consiglio di amministrazione.

### 62. Promozione dello spirito e dei contenuti del Codice

La Commissione, assieme agli organi dirigenti dell'impresa, promuove la conoscenza e l'attuazione del Codice. Allo stesso modo Commissione e organi dirigenti si impegnano per la conoscenza, la diffusione e l'attuazione della Carta dell'appartenenza.

### 63. Consulenza sull'interpretazione del Codice e formazione etica

Possono essere richiesti anche a un solo membro della Commissione pareri riguardanti i contenuti e il rispetto del Codice.

FruttageL assume iniziative periodiche di formazione di dipendenti e collaboratori sulle finalità e contenuti del Codice e della Carta dell'appartenenza, in particolare all'atto della loro assunzione.

### 64. Convocazione della Commissione etica

La Commissione etica si riunisce su convocazione del presidente o in sua assenza del membro più anziano, ogni volta che sia ritenuto opportuno da un suo membro.

### **65. Limiti alla competenza della Commissione etica**

In nessun caso saranno tenute in considerazione richieste alla Commissione etica di pronunciarsi sulla corretta interpretazione di norme di legge. La Commissione etica non ha alcuna competenza interpretativa o applicativa delle leggi o dei contratti.

### **66. Procedimento d'ufficio**

I membri della Commissione, comunque vengano a conoscenza di violazioni o indizi di violazione del Codice, anche attraverso segnalazioni anonime, hanno l'obbligo di darne comunicazione al presidente.

Il presidente ha l'obbligo di sottoporre alla Commissione l'avvenuto esposto da parte di uno dei suoi membri nella prima riunione. La Commissione potrà deliberare l'apertura di un procedimento o l'archiviazione.

### **67. Procedure su segnalazione di terzi**

Le segnalazioni potranno essere avanzate alla Commissione etica nel suo complesso o ad ognuno dei membri, verbalmente o per iscritto. Se presentate in modo verbale, l'esposto sarà formalizzato per iscritto nel corso della prima seduta della Commissione. Nel caso la Commissione decida per l'archiviazione, ne darà comunicazione al presentatore dell'esposto.

### **68. Istruttoria**

Nel caso in cui la Commissione etica deliberi per l'apertura di un procedimento, esso sarà iscritto nell'apposito protocollo e contrassegnato da un nome e da un numero.

I documenti e verbali relativi ai procedimenti saranno conservati presso la sede della Cooperativa a cura del presidente della Commissione.

### **69. Indagini e testimonianze**

La Commissione ha il dovere di svolgere le indagini e di richiedere informazioni alle strutture aziendali, nonché di interpellare i testimoni che permettano l'emissione di un giudizio motivato. I testimoni dovranno essere informati del fatto che la loro testimonianza potrà non essere riservata, ma tutti i soggetti coin-

volti nell'indagine sono individualmente tenuti alla riservatezza delle informazioni in loro possesso.

### **70. Riservatezza**

La Commissione è responsabile dell'uso di ogni informazione attingente all'istruttoria. Il presentatore di un esposto deve essere informato sull'utilizzo di ogni notizia portata all'attenzione della Commissione.

### **71. Votazioni**

Tutte le deliberazioni della Commissione saranno prese a maggioranza semplice.

### **72. Rapporti tra la Commissione etica e organi gestionali**

La Commissione nel corso della sua attività può prendere contatto con ogni direzione o area gestionale attraverso i relativi responsabili.

Nel caso la Commissione individui fattispecie che possano aver un rilievo disciplinare ai sensi delle disposizioni contrattuali e legislative vigenti, deferisce direttamente il caso agli organi competenti.

### **73. Esiti del procedimento**

La Commissione, al termine di un'indagine, può unicamente emettere un giudizio di violazione o di non violazione del codice. Nel caso di violazione accertata, la Commissione non può comminare sanzioni ma ha l'obbligo di segnalare al Consiglio di amministrazione gli opportuni interventi correttivi.

### **74. Comunicazione agli interessati**

La Commissione deve comunicare ai presentatori dell'esposto l'apertura o l'archiviazione dell'esposto entro 30 giorni, e nel caso di apertura di un procedimento deve arrivare a un giudizio entro ulteriori 30 giorni. Dovrà poi informare l'interessato del risultato del suo giudizio, debitamente motivato.

La Commissione non è obbligata a rendere pubblici gli atti dell'indagine.

## 75. Consulenza sull'interpretazione del Codice e formazione etica

Possono essere richiesti alla Commissione etica pareri sulle modalità di rispetto del Codice.

Fruttage, oltre ad assumere iniziative periodiche di formazione dei dipendenti e collaboratori in fatto di etica, si impegna per iniziative di informazione e sensibilizzazione degli stakeholder sui medesimi temi.

## 76. Rapporti tra Commissione etica e Consiglio di amministrazione

I risultati delle singole attività di verifica dovranno essere periodicamente comunicati al Consiglio di amministrazione. Annualmente la Commissione indirizza al Consiglio di amministrazione una comunicazione, in cui compie la valutazione generale della condizione etica di Fruttage e propone, qualora ritenuto necessario, un piano di informazione e formazione sui contenuti del Codice e un programma di adeguamento.

## 77. Rapporti tra Commissione etica e Organismo di Vigilanza 231

Ogni qualvolta la Commissione, nel corso della sua attività, individui casi o fattispecie rientranti nella materia del D.lgs. 231/2001, li trasmette all'Organismo di Vigilanza preposto.

I rapporti tra l'Organismo di Vigilanza e la Commissione sono garantiti direttamente dal componente dell'ODV membro della Commissione.

## 78. Validità del Codice

Il presente Codice ha la validità di tre anni, alla scadenza dei quali sarà sottoposto a verifica e a eventuale revisione con la partecipazione di lavoratori e stakeholder e con il coordinamento della Commissione. Le modifiche dovranno essere deliberate dal Consiglio di amministrazione.





## Composizione commissione etica

La Commissione etica, insediata a seguito dell'approvazione del Codice etico da parte del Consiglio di Amministrazione di FruttageL, è così composta:

**Cristian Maretti** (*Presidente*)

Vice presidente FruttageL, Presidente Legacoop Agroalimentare Nord

**Mario Viviani**

Esperto in materia di responsabilità sociale d'impresa

**Cristina Di Lenardo**

Responsabile Amministrazione Risorse Umane

**Elisa Rossi**

Area Supply Chain Processi FruttageL

**Nicolina Sarno**

Amministrazione e Personale Stabilimento Larino

Per la terza revisione del Codice hanno dato il loro contributo i seguenti lavoratori di FruttageL:

**Casadio Roberta, Di Padre Maria, La Vecchia Giuseppina, Lenzi Nicola, Liverani Aurora, Mastrocola Liliana, Rossi Paola, Tria Mina, Venturi Donata, Venzi Fabio**

Segnalazioni e richieste di informazioni possono essere indirizzate alla commissione con le seguenti modalità:

- Tramite lettera che potrà essere inserita nell'apposita cassetta all'ingresso oppure spedita all'indirizzo:  
**Commissione Etica FruttageL**  
Via Nullo Baldini 26, 48011 Alfonsine (RA)
- Tramite email, all'indirizzo:  
**[commissione.etica@fruttageL.it](mailto:commissione.etica@fruttageL.it)**

Il Codice Etico (3° Revisione Novembre 2022)

è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione il 19 dicembre 2022



FRUTTAGEL S.C.P.A.

Via Nullo Baldini 26  
48011 Alfonsine (RA) Italy  
tel. (+ 39) 0544 866511  
fax (+ 39) 0544 866564

[segreteria@fruttagel.it](mailto:segreteria@fruttagel.it)

[www.fruttagel.it](http://www.fruttagel.it)