Tecnocasa Advisory Group S.p.A. (TAG S.p.A.)

CODICE ETICO

Documento predisposto da: ***Luigi Farina***
Fabio Adreani

Approvato dal Consiglio di Amministrazione di
TAG S.p.A. nella seduta del 25/03/2025

INDICE

PARTE I	ASPETTI GENERALI	5
I.0	RILIEVI GENERALI	5
I.1.	OBIETTIVI	6
I.2.	UN APPROCCIO COOPERATIVO VERSO GLI STAKEHOLDER	6
I.3.	COMPORAMENTI NON ETICI	6
I.4.	IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI	7
I.5.	IL VALORE DELLA RECIPROCIÀ	7
I.6.	VALIDITÀ E APPLICAZIONE DEL CODICE	7
PARTE II	ASPETTI DEONTOLOGICI	8
II.1.	PREMESSA	8
II.2.	PRINCIPI	8
II.2.1	Fiducia:	8
II.2.2	Imparzialità:	8
II.2.3	Onestà:	9
II.2.4	Trasparenza e completezza dell'informazione:	9
II.2.5	Riservatezza:	9
II.2.6	Qualità dei servizi:	9
II.2.7	Diligenza e accuratezza nell'esecuzione dei compiti e dei contratti	10
II.2.8	Concorrenza Leale:	10
II.2.9	Valorizzazione delle Risorse Umane:	10
II.2.10	Sicurezza e Salute nei Luoghi di Lavoro:	10
II.2.11	Relazioni Sindacali:	10
II.2.12	Equità dell'autorità	11
II.2.13	Integrità della persona	11
II.2.14	Responsabilità verso la collettività	11
II.2.15	Tutela ambientale	11
II.2.16	Conformità a leggi e regolamenti	11
II.3.	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI	12
II.3.1	Trattamento delle informazioni	12
II.3.2	Regali, omaggi e benefici	12
II.3.3	Comunicazione all'esterno	12

II.4.	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE	14
II.4.1	Selezione del personale	14
II.4.2	Costituzione del rapporto di lavoro	14
II.4.3	Gestione del personale	14
II.4.4	Diffusione delle politiche di gestione del personale	15
II.4.5	Valorizzazione e formazione delle risorse	15
II.4.6	Gestione del tempo di lavoro dei collaboratori	15
II.4.7	Coinvolgimento dei collaboratori	15
II.4.8	Interventi sull'organizzazione del lavoro	16
II.4.9	Sicurezza e salute sul lavoro	16
II.4.10	Tutela della privacy	16
II.4.11	Tutela della integrità morale della persona	16
II.4.12	Doveri dei collaboratori	16
II.4.13	Gestione delle informazioni	17
II.4.14	Conflitto di interessi	17
II.4.15	Utilizzo dei beni aziendali	17
II.5	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I CLIENTI	19
II.5.1	Imparzialità	19
II.5.2	I contratti e le comunicazioni ai clienti	19
II.5.3	Comportamento dei collaboratori nel rapporto con la clientela	19
II.5.4	Controllo della qualità e della customer satisfaction	19
II.5.5	Coinvolgimento della clientela	19
II.6	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE, LA COLLETTIVITÀ E LE ORGANIZZAZIONI ED ENTI CHE LA RAPPRESENTANO.	20
II.6.1	Rapporti con la Pubblica Amministrazione	20
II.6.2	Politica sociale	20
II.6.3	Rapporti con partiti politici, organizzazioni sindacali ed associazioni	21
II.6.4	Contributi e sponsorizzazioni	21
II.6.5	Servizi forniti a Enti Pubblici	21
II.7	CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON I FORNITORI	22
II.7.1	Rapporti con i fornitori	22
II.7.2	Scelta del fornitore	22

II.7.3	Integrità e indipendenza nei rapporti con i fornitori	23
II.7.4	Tutela degli aspetti etici nelle forniture	23
II.8	CRITERI DI CONDOTTA NEI RAPPORTI INTERGRUPPO	24
II.8.1	Autonomia e valori etici comuni	24
II.8.2	Cooperazione e comunicazione intragruppo	24
PARTE III	SISTEMA SANZIONATORIO	25
PARTE IV	MODALITA' ATTUATIVE	26
IV.1	Compiti del Consiglio di Amministrazione in materia di attuazione e controllo del codice etico	26
IV.2	Compiti dell'Organismo di Vigilanza	26
IV.3	Comunicazione e formazione	27
IV.4	Segnalazioni degli stakeholder	27
IV.5	Violazioni del codice etico	28

PARTE I

ASPETTI GENERALI

I.0 RILIEVI GENERALI

TAG viene costituita nel marzo 2005 e socio unico dalla costituzione ad oggi è la società Tecnocasa Holding S.p.A ,Tag fa quindi parte delle società del Gruppo Tecnocasa.

La società svolge attività di consulenza nel settore immobiliare per quanto oggetto di interesse delle società del gruppo; svolge poi attività di assistenza a soggetti anche terzi interessati all'acquisto e vendita di prodotti immobiliari ed attività di valutazione immobiliare.

L'attività viene svolta anche grazie al collegamento con le banche d'affari ed alla felice intuizione di combinare le esperienze più diversificate e complementari delle medesime con l'unicità del patrimonio di conoscenza e di presenza sul territorio del Gruppo Tecnocasa.

TAG si pone come interlocutore per tutti quei soggetti istituzionali e privati che operano nel mercato italiano del real estate e può prestare servizi di consulenza nell'ambito della valutazione e della gestione e recupero dei crediti deteriorati per mutui immobiliari in sofferenza (NPL).

La società può vantare una esperienza e un know-how interni consolidati di derivazione tecnico-commerciale ed economico-finanziaria, con il contributo sinergico dell'Ufficio Studi e del Network Tecnocasa, per la messa a disposizione di dati, di analisi e di elaborazioni puntuali e tempestive (attività di Advisory).

TAG, per il tramite delle attuali 2300 Agenzie Affiliate, assiste i soggetti che intendono acquisire, vendere e locare un patrimonio immobiliare o specifici immobili sull'intero territorio nazionale (attività di Agency).

Grazie alla presenza capillare sul territorio delle agenzie, TAG è in grado di rilevare costantemente e tempestivamente lo stato del mercato immobiliare, dalle grandi città alle realtà secondarie, e di ottenere informazioni comparabili di mercato (attività di Valuation).

Il raggiungimento degli obiettivi della Società è perseguito, da parte di tutti coloro che vi operano, con lealtà, serietà, onestà, competenza e trasparenza, nell'assoluto rispetto delle leggi e delle normative vigenti.

Quindi, conformità alle leggi, trasparenza e correttezza gestionale, fiducia e cooperazione con gli stakeholders sono i principi etici cui la Società si ispira – e da cui deriva i propri modelli di condotta - al fine di competere efficacemente e lealmente sul mercato, dando soddisfazione ai desiderata dei clienti, degli azionisti e di chiunque operi direttamente o indirettamente con la Società. La convinzione di agire a vantaggio dell'Azienda non potrà giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con i suddetti principi.

Tutti coloro che operano nella Società, sia per rapporti interni che esterni, senza distinzioni ed eccezioni, sono, pertanto, impegnati ad osservare e far osservare questi principi nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità.

Tale impegno richiede che anche i soggetti con i quali ha rapporti a qualunque titolo agiscano nei suoi confronti con regole e modalità ispirate agli stessi valori.

I.1. OBIETTIVI

Attraverso il Codice Etico, *TAG* manifesta la precisa intenzione di ispirare i propri comportamenti, non soltanto al rispetto delle leggi e dei regolamenti, ma anche al rispetto di quei principi etici che devono disciplinare tutti gli aspetti della civile convivenza, tutti i rapporti fra individui, associazioni, società private e pubbliche, ed istituzioni.

Il Codice Etico, esprime, pertanto, una più nobile ed elevata concezione della “impresa privata”, poiché unisce armonicamente le irrinunciabili istanze della produttività e del profitto con una dimensione etica degli affari, con l’idea di una competitività e di una concorrenza libere, e tuttavia regolate dai criteri della trasparenza e della correttezza verso gli altri.

Il codice esprime quindi la volontà per impegni e responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali per il tramite di collaboratori, amministratori, dipendenti o parti terze.

Inoltre, esso costituisce un insieme di principi deontologici e criteri di condotta, la cui osservanza è di fondamentale importanza per il conseguimento degli obiettivi sociali, per il regolare svolgimento delle attività, per l’affidabilità della gestione e l’immagine dell’azienda. Pertanto, a tali principi si ispirano le operazioni, i comportamenti e i rapporti sia interni che esterni della società.

I.2. UN APPROCCIO COOPERATIVO VERSO GLI STAKEHOLDER

La Società aspira a mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i suoi stakeholder, cioè con quelle categorie di individui, gruppi o istituzioni il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di *TAG* o che hanno comunque un interesse in gioco nel suo perseguimento.

Sono stakeholder coloro che compiono investimenti connessi alle attività di *TAG* in primo luogo i soci e, quindi, i collaboratori, i clienti, i fornitori e i partner d'affari. In senso allargato sono inoltre stakeholder tutti quei singoli o gruppi, nonché le organizzazioni e istituzioni che li rappresentano, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti delle attività della Società.

I.3. COMPORAMENTI NON ETICI

Nella condotta degli affari i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra la società ed i suoi stakeholder.

Le posizioni di forza non sono etiche ma favoriscono l’assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti di chiunque, singolo o organizzazione, tornando a danno dell’impresa che le pone in essere.

I.4. IL VALORE DELLA REPUTAZIONE E DEI DOVERI FIDUCIARI

La buona reputazione della società favorisce gli investimenti dei soci di capitale, la fedeltà dei clienti, l'attrazione delle migliori risorse umane, l'affidabilità verso i creditori.

All'interno, essa consente di prendere e attuare le decisioni senza frizioni, e ad organizzare il lavoro limitando i controlli burocratici ed eliminando gli esercizi eccessivi dell'autorità.

Dato che il codice etico chiarisce i particolari doveri della Società nei confronti degli stakeholder (doveri fiduciari), si propone la sua effettiva osservanza come termine di paragone in base al quale giudicare la reputazione di TAG.

Il codice etico è pertanto costituito:

- I. dai principi generali che definiscono in modo astratto i valori di riferimento nelle attività societarie,
- II. dai principi deontologici che definiscono i criteri di condotta verso ciascuna classe di stakeholder, e che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali i collaboratori della Società sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;

- III. dai principi sanzionatori in relazione alle violazioni del presente codice;
- IV. dai meccanismi di attuazione, che descrivono il sistema di controllo per l'osservanza del codice etico e per il suo continuo miglioramento.

I.5. IL VALORE DELLA RECIPROCIÀ

Questo codice è, pertanto, improntato ad un ideale di cooperazione orientato alla tutela del reciproco rispetto ed in vista di un vantaggio delle parti coinvolte.

La Società richiede perciò che ciascun stakeholder agisca nei suoi confronti secondo principi e regole ispirate ad un analogo ideale di condotta etica.

I.6. VALIDITÀ E APPLICAZIONE DEL CODICE

Il codice etico è vincolante sia per l'Organo Amministrativo sia per tutti i suoi collaboratori: a titolo esemplificativo e non esaustivo, i soggetti legati alla Società da un rapporto di lavoro subordinato, o di collaborazione quali consulenti, agenti, intermediari, lavoratori a progetto.

Infatti, nella condotta degli affari i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra la Società ed eventuali stakeholder.

Al rispetto del presente Codice sono tenuti, nei limiti delle rispettive competenze, funzioni e responsabilità, gli organi sociali, il management e i prestatori di lavoro ed ogni collaboratore e/o partner interno ed esterno della Società.

PARTE II ASPETTI DEONTOLOGICI

II.1. PREMESSA

L'obiettivo primario di **TAG** è la creazione di valore per l'azienda, nel rispetto dei principi stabiliti dal presente Codice. A questo scopo sono orientate le strategie commerciali e finanziarie e le conseguenti condotte operative, ispirate all'efficienza nell'impiego delle risorse.

II.2. PRINCIPI

I Principi a cui è ispirato il Codice Etico sono riconducibili a:

II.2.1 Fiducia:

La Società non può avere successo senza la fiducia reciproca di tutti i soggetti che, quotidianamente conferiscono il loro apporto, anche in presenza di interessi parzialmente contrastanti.

La fiducia si basa sulla condivisione della missione, sul rispetto da parte di ciascuno dei valori e delle disposizioni del presente Codice: ciascun soggetto si impegna, dunque, alla sua stretta osservanza.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente Codice non è compatibile con l'attività svolta, a qualunque livello.

Naturale corollario a quanto sopra è il reciproco rispetto, nell'ambito dei ruoli assegnati, che conduca ad una cooperazione tra i soggetti, caratterizzata da una complessiva cortesia dei modi e di un linguaggio conforme all'atteggiamento di buona educazione sia nell'ambito della struttura sia verso l'esterno.

II.2.2 Imparzialità:

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi stakeholder (la scelta dei clienti da servire, i rapporti con i soci, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano), la Società evita ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla provenienza geografica, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori.

Inoltre **TAG** si assicura che i suoi dipendenti e collaboratori operino tenendo conto delle concrete circostanze; non tenendo comportamenti discriminatori ed opportunistici, quindi: la Società si impegna affinché nessun collaboratore, in posizioni apicali oppure subordinate, faccia discriminazioni di razza, religione, sesso, provenienza geografica, opinioni politiche ed handicap fisici.

II.2.3 Onestà:

La Società si assicura che i collaboratori abbiano la consapevolezza del significato etico delle loro azioni, e quindi, nello svolgimento delle attività e nelle relazioni di qualunque tipo e natura, si obblighino a rispettare le leggi vigenti, il codice etico ed i regolamenti interni.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse di TAG può giustificare una condotta non onesta.

In particolare la Società evita che vengano attribuiti vantaggi illeciti a terzi.

Inoltre la Società chiede che i suoi collaboratori non operino in situazioni di conflitto di interessi.

II.2.4 Trasparenza e completezza dell'informazione:

La Società vuole che i collaboratori lascino trasparire con chiarezza, correttezza e diligenza l'immagine dell'impresa in tutti i suoi rapporti e ne facilitino la comprensione. A tal fine è assicurata l'informazione più completa e trasparente possibile riguardo alle linee guida dell'attività sociale.

Quindi i collaboratori di TAG sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, atte a consentire all'insieme degli stakeholder di addivenire a decisioni autonome e consapevoli.

II.2.5 Riservatezza:

TAG assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa autorizzazione.

La Società garantisce che i dati personali in suo possesso sono trattati, conservati e utilizzati solo ed esclusivamente in ottemperanza ai requisiti di legge.

Inoltre la Società fa formazione anche sul tema della privacy con riguardo sia ai dati personali dei collaboratori che alla riservatezza delle banche dati aziendali.

I dati acquisiti in corso dell'ordinaria attività aziendale verranno trattati nel rispetto della privacy e soltanto per le finalità della singola e specifica problematica.

Infine, i collaboratori della Società sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

II.2.6 Qualità dei servizi:

Nel caso di attività in outsourcing nell'ambito della struttura di legal assistance così come da statuto la Società orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela delle società partecipate riservando inoltre una particolare attenzione alle norme in materia di gestione e tutela dei dati affidati da terzi.

La società s'impegna infine affinché la cortesia, l'attenzione, la correttezza e la chiarezza di comunicazione siano elementi distintivi nei rapporti con le società partecipate e con i terzi.

II.2.7 Diligenza e accuratezza nell'esecuzione dei compiti e dei contratti

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti TAG si impegna a non sfruttare condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

II.2.8 Concorrenza Leale:

La Società, nei rapporti con le imprese concorrenti, si ispira al principio della concorrenza leale, astenendosi da comportamenti collusivi, o di abuso per posizione dominante.

La Società condanna ogni comportamento contrario ai principi della libera concorrenza, e rifiuta eventuali indebite pressioni sia interne, provenienti dagli stessi attori dei mercati di competenza, sia esterne, da parte di terzi, quale che sia il ruolo svolto.

Infine TAG agisce nel rispetto delle normative, nazionali ed internazionali, applicabili sul controllo delle partecipazioni e di ogni altro regolamento che circoscriva l'attività con alcuni paesi.

II.2.9 Valorizzazione delle Risorse Umane:

I collaboratori sono una risorsa fondamentale per il successo della Società.

La loro valorizzazione, il rispetto della loro autonomia, la loro partecipazione alle decisioni gestionali costituiscono principi fondamentali per la Direzione di TAG. Per questo motivo la Direzione predispone programmi di aggiornamento e formazione atti a valorizzare le professionalità specifiche, a conservare e accrescere le competenze già acquisite aumentando, di conseguenza, anche il know-how aziendale.

Le pari opportunità e la gestione delle potenzialità dei collaboratori sono alla base della loro crescita professionale che si concretizza nel riconoscimento dei risultati raggiunti: questi sono da stimarsi elementi validi ed essenziali per la valutazione dei collaboratori.

II.2.10 Sicurezza e Salute nei Luoghi di Lavoro:

TAG ha dotato i luoghi di lavoro degli strumenti e delle strutture idonee a garantire l'integrità fisica dei collaboratori e di eventuali terzi, nel rispetto delle norme vigenti e vigila altresì la loro osservanza.

E' infatti vietato ad ogni collaboratore di assumere comportamenti che possano mettere a repentaglio la sicurezza propria e dei terzi.

II.2.11 Relazioni Sindacali:

La Società si impegna a favorire buoni e continuativi rapporti con le Organizzazioni Sindacali al fine di meglio tutelare i diritti dei lavoratori e la loro crescita economica.

II.2.12 Equità dell'autorità

Nella sottoscrizione e gestione dei rapporti contrattuali che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche TAG si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitandone ogni abuso.

In particolare, la Società garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e autonomia del collaboratore, e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei collaboratori.

II.2.13 Integrità della persona

Non sono tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il codice etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali.

II.2.14 Responsabilità verso la collettività

La Società è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, TAG intende condurre l'attività in funzione dell'apprezzamento sociale, nel rispetto delle comunità locali integrando l'attività caratteristica con iniziative di valore culturale e sociale, al fine di ottenere un miglioramento della propria immagine e accettazione sociale.

II.2.15 Tutela ambientale

Per TAG l'ambiente è un bene primario e s'impegna a salvaguardarlo.

A tal fine nell'esercizio delle proprie attività ricerca un equilibrio tra iniziative economiche e le imprescindibili esigenze ambientali, anche in considerazione dei diritti delle generazioni future.

II.2.17 Conformità a leggi e regolamenti

Per TAG opera nel rispetto delle leggi e delle normative vigenti nei paesi in cui svolge la propria attività. L'integrità morale è un dovere costante di tutti coloro che lavorano per la Società e caratterizza i comportamenti di tutta l'organizzazione aziendale.

Gli amministratori ed i dipendenti della Società, nonché coloro che a vario titolo operano con la stessa, sono pertanto tenuti a conoscere ed osservare le leggi ed i regolamenti vigenti e ciò vale anche in caso di operatività all'estero.

In tale contesto rientra anche l'attenzione ed il rispetto delle normative che regolano la concorrenza, sia sul mercato nazionale che sia in quello internazionale.

I rapporti con le Autorità di quanti operano per la Società devono essere improntati alla massima correttezza, trasparenza e collaborazione.

II.3. CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI

II.3.1 Trattamento delle informazioni

Le informazioni degli stakeholder sono trattate da TAG nel pieno rispetto della riservatezza e della privacy.

Al caso la Società aggiorna politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni.

II.3.2 Regali, omaggi e benefici

Non è ammessa alcuna forma di omaggio, regalia o promessa di benefici futuri, che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a TAG.

Inoltre, è vietata qualsiasi forma di accettazione di omaggio, regalia, promessa di benefici futuri, da parte di dipendenti, dirigenti, revisori e collaboratori che possa influenzare l'indipendenza operativa o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Tale norma non ammette deroghe nemmeno in luoghi o paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali è consuetudine. Ciò riguarda sia i regali promessi o offerti sia quelli ricevuti; per regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio eccedente le normali pratiche commerciali o di informativa tecnica o tecnologica.

In ogni caso, la Società si astiene da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dai codici etici – se noti – delle aziende o degli enti con cui ha rapporti.

Gli omaggi di TAG si caratterizzano perché volti a promuovere l'immagine aziendale della Società.

Le regalie – salvo quelle di modico valore ed ordinarie per consuetudine aziendale – devono essere documentate in modo adeguato e devono anche essere autorizzate dalla Direzione e comunicate in prevenzione all'Organismo di Vigilanza.

Anche i dipendenti che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle consuetudini aziendali, sono tenuti, a darne comunicazione, anche, all'Organismo di Vigilanza della Società che ne valuta l'appropriatezza e provvede a comunicare al donante la politica aziendale in materia.

II.3.3 Comunicazione all'esterno

TAG si adopera perché la comunicazione verso i suoi stakeholder sia improntata al rispetto del diritto all'informazione ed in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi.

La comunicazione, soprattutto, nell'informazione tecnica è accurata, equilibrata, corretta, oggettiva, priva di ambiguità o fuorviante, documentata e documentabile.

È evitata ogni forma di pressione o di acquisizione di atteggiamenti di favore da parte dei mezzi di comunicazione.

Per garantire completezza e coerenza delle informazioni, i rapporti della Società con i *massmedia* possono essere tenuti esclusivamente con il coordinamento delle funzioni preposte, e previa autorizzazione del Vertice Aziendale.

TAG partecipa a conferenze, seminari e tavoli di lavoro, e acconsente a pubblicazioni di carattere tecnico o scientifico, sociale e economico relative alle proprie attività, previa autorizzazione del Vertice Aziendale.

II.4. CRITERI DI CONDOTTA NELLE RELAZIONI CON IL PERSONALE

II.4.1 Selezione del personale

La valutazione delle candidature del personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili rispetto a quelli attesi ed alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità. Le informazioni richieste ai candidati sono strettamente collegate alla corrispondenza dei profili con le aspettative aziendali.

Particolare attenzione viene rivolta ad evitare favoritismi, nepotismi, o forme di clientelismo.

La Società non stipula contratti di lavoro autonomo o subordinato nei confronti dei dipendenti di Società che effettuano revisione contabile presso l'azienda per i 36 mesi successivi alla scadenza del contratto tra TAG e la stessa Società di revisione, e così pure al termine del rapporto contrattuale tra il dipendente e la Società di revisione.

II.4.2 Costituzione del rapporto di lavoro

Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro; al medesimo è vietata alcuna altra forma di lavoro regolare se non autorizzata dalla Direzione ed è pure vietato ogni altro lavoro (irregolare o "*lavoro nero*"). Alla costituzione del rapporto di lavoro ogni collaboratore riceve accurate informazioni, sugli elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto collettivo nazionale di lavoro, e alle norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa, e precise informazioni relative alle caratteristiche della funzione e delle mansioni da svolgere.

Il collaboratore viene reso edotto sulla politica etica dell'Azienda.

Tali informazioni sono presentate al collaboratore in modo che l'accettazione dell'incarico sia basata su un'effettiva comprensione.

II.4.3 Gestione del personale

TAG evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei propri collaboratori.

Nell'ambito dei processi di gestione e sviluppo del personale e nella definizione del percorso interno di carriera, così come già descritto per la fase di selezione, le decisioni prese sono basate su considerazioni di merito e/o sulla corrispondenza ai profili richiesti. del

In considerazione delle competenze e delle capacità viene sempre valutata la possibilità' per l'accesso ad altri ruoli e incarichi, inoltre, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, sono favorite quelle flessibilità organizzative che agevolano – ad esempio - la gestione dello stato di maternità e in generale della cura dei figli.

La valutazione dei collaboratori è effettuata in maniera allargata coinvolgendo, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato.

Nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della privacy, la funzione personale opera per impedire ogni forma di nepotismo.

II.4.4 Diffusione delle politiche di gestione del personale

TAG rende disponibili a tutti i collaboratori le politiche di gestione del personale in modo trasparente ed attraverso gli strumenti di comunicazione aziendale.

II.4.5 Valorizzazione e formazione delle risorse

La Dirigenza utilizza e valorizza pienamente tutte le professionalità presenti mediante l'attivazione delle leve disponibili per favorire lo sviluppo e la crescita dei collaboratori.

In quest'ambito, riveste particolare importanza la comunicazione, anche in forma personale. dei punti di forza o di debolezza del collaboratore, in modo che questi possa tendere al miglioramento delle proprie competenze.

TAG mette a disposizione dei collaboratori strumenti informativi e formativi con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze e conservare il valore professionale del personale.

La formazione è rivolta a gruppi o a singoli collaboratori sulla base di specifiche esigenze di sviluppo professionale.

Istituzionalmente viene svolta una formazione ai collaboratori ed una formazione ricorrente rivolta al personale operativo.

L'iter formativo di ogni collaboratore è gestito nel sistema informativo aziendale, al fine di rilevare il grado di fruizione della formazione e per disegnare successivi percorsi formativi.

II.4.6 Gestione del tempo di lavoro dei collaboratori

Ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro. Costituisce abuso della posizione di autorità richiedere, come atto dovuto al superiore gerarchico, prestazioni, favori personali o qualunque comportamento che configuri una violazione del presente codice etico.

II.4.7 Coinvolgimento dei collaboratori

È assicurato il coinvolgimento dei collaboratori nello svolgimento del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi aziendali.

Il collaboratore è chiamato a partecipare a tali momenti con spirito di collaborazione e indipendenza di giudizio.

L'ascolto dei vari punti di vista, compatibilmente con le esigenze aziendali, consente al responsabile di formulare le decisioni finali; il collaboratore deve, comunque, sempre concorrere all'attuazione delle attività stabilite.

II.4.8 Interventi sull'organizzazione del lavoro

TAG salvaguarda il valore delle risorse umane intervenendo con azioni di formazione e/o di riqualificazione professionale.

II.4.9 Sicurezza e salute sul lavoro

TAG si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza e salute sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i collaboratori.

I luoghi di lavoro sono strutturati e mantenuti idonei allo svolgimento dell'attività impiegatizia in essere.

II.4.10 Tutela della privacy

La privacy del collaboratore è tutelata adottando standard che specificano le informazioni che l'impresa richiede al collaboratore e le relative modalità di trattamento e conservazione.

È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e, in generale, la vita privata dei collaboratori.

Tali standard prevedono inoltre il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare o diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato

II.4.11 Tutela della integrità morale della persona

TAG si impegna a tutelare l'integrità morale dei collaboratori anche garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona.

Per questo motivo salvaguarda i lavoratori da atti di violenza psicologica, e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze.

Non sono ammesse ingiurie, minacce, isolamento o eccessiva invadenza, limitazioni professionali, molestie sessuali, e devono essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

Le disparità non sono tuttavia considerate discriminazione se giustificate o giustificabili sulla base di criteri oggettivi.

II.4.12 Doveri dei collaboratori

Il collaboratore deve agire lealmente al fine di rispettare quanto sottoscritto nel contratto di lavoro e quanto previsto dal codice etico, assicurando elevati standard alle prestazioni richieste.

Dovrà assolutamente evitare comportamenti tali da danneggiare i beni aziendali, la gestione aziendale, il rapporto con gli stakeholder e l'immagine aziendale, ed è tenuto a segnalare tramite gli appositi canali, qualsiasi violazione delle regole di condotta stabilite dalle procedure interne.

Dovrà assicurare che ogni decisione di business è presa nell'interesse di TAG, e dovrà evitare qualsiasi situazione di non trasparenza tra attività economiche personali o familiari e mansioni ricoperte, tali da compromettere la sua indipendenza di giudizio e di scelta.

II.4.13 Gestione delle informazioni

Il collaboratore deve conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità. È tenuto ad elaborare i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta.

II.4.14 Conflitto di interessi

Tutti i collaboratori di TAG sono tenuti ad evitare le situazioni in cui si possono manifestare conflitti di interessi (es. cointeressenze con fornitori o clienti) ed ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui sono venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

Nel caso in cui si manifesti anche solo l'apparenza di un conflitto di interessi il collaboratore è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa l'Organismo di Vigilanza di TAG,, che ne valuta caso per caso l'effettiva presenza. Il collaboratore è tenuto, inoltre, a dare informazioni circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano apparire in conflitto di interessi con la Società.

II.4.15 Utilizzo dei beni aziendali

Ogni collaboratore è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego. In particolare, ogni collaboratore deve:

- a) utilizzare con scrupolo e parsimonia i beni a lui affidati;
- b) evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'azienda.

Ogni collaboratore è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente le Unità preposte di eventuali minacce o eventi dannosi. TAG si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture attraverso l'impiego di sistemi contabili, di reporting di controllo finanziario e di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti (legge sulla privacy, statuto dei lavoratori, ecc).

Per quanto riguarda le applicazioni informatiche, ogni collaboratore è tenuto a:

- adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza, controllo e gestione dati e sistemi aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici e dei dati gestiti;

- non inviare messaggi di posta elettronica minatori ed ingiuriosi, non ricorrere a linguaggio di basso livello, non esprimere commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- non navigare su siti internet con contenuti indecorosi ed offensivi.

II.5 Criteri di condotta nelle relazioni con i clienti

II.5.1 Imparzialità

I servizi e le prestazioni possono essere rese dalla Società a Clienti appartenenti a Pubbliche Amministrazioni, a Clienti Privati, ed a Singoli Soggetti Individuali.

La Società si impegna a non discriminare arbitrariamente i propri clienti.

II.5.2 I contratti e le comunicazioni ai clienti

I contratti e le comunicazioni ai clienti TAG sono:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello normalmente adoperato dagli interlocutori;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente;
- documentate e/o documentabili

Scopi e destinatari delle comunicazioni determinano, di volta in volta, la scelta dei canali di contatto più idonei alla trasmissione dei contenuti senza avvalersi di eccessive pressioni e sollecitazioni, e impegnandosi a non utilizzare strumenti pubblicitari ingannevoli o non veritieri.

Infine è cura della Società comunicare in maniera tempestiva ogni informazione relativa ad eventuali modifiche al contratto e variazioni delle condizioni economiche e tecniche di erogazione del servizio e/o vendita dei prodotti.

II.5.3 Comportamento dei collaboratori nel rapporto con la clientela

Lo stile di comportamento di TAG nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità, a tale stile di comportamento è richiesto di uniformarsi a qualsivoglia collaboratore della Società che abbia rapporti con i clienti.

II.5.4 Controllo della qualità e della customer satisfaction

La Società s'impegna a garantire adeguati standard di qualità dei servizi e prodotti offerti sulla base di livelli predefiniti monitorando altresì il livello di qualità percepito dal cliente.

II.5.5 Coinvolgimento della clientela

TAG si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi e si fa parte diligente nell'informare i clienti del ricevimento delle loro comunicazioni e dei tempi necessari per le risposte che, comunque, dovranno essere brevi.

II.6 Criteri di condotta nelle relazioni con la Pubblica Amministrazione, la Collettività e le Organizzazioni ed Enti che la rappresentano.

II.6.1 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Nel pieno rispetto dei rispettivi ruoli e funzioni nonché con uno spirito di massima collaborazione, la Società intrattiene relazioni con amministrazioni dello Stato, autorità garanti e di vigilanza, enti pubblici, enti e amministrazioni locali, organizzazioni di diritto pubblico, concessionari di appalti pubblici o di pubblici servizi e soggetti privati ai quali si applica la disciplina pubblicistica.

Ogni rapporto con le istituzioni pubbliche locali, nazionali ed internazionali è riconducibile alla normale attività amministrativa ed è orientato a criteri di trasparenza e correttezza, evitando atteggiamenti di natura collusiva.

In particolare, i rapporti con la Pubblica Amministrazione, data la specifica rilevanza delle stesse attività di TAG e per il settore in cui opera, devono essere improntati a criteri di professionalità ed al riconoscimento dei rispettivi ruoli e strutture organizzative, anche ai fini di un positivo confronto volto al rispetto sostanziale della regolamentazione applicabile.

TAG proibisce di offrire, direttamente o attraverso intermediari, somme di denaro o altre utilità a pubblici funzionari o a incaricati di pubblico servizio al fine di influenzarli nell'espletamento dei loro doveri (sia affinché agiscano in un dato senso sia affinché omettano di agire).

A tale riguardo, la Società pone in essere le misure atte a prevenire comportamenti, da parte di chi agisce in nome e/o per conto della stessa, che possano in qualsiasi forma configurare corruzione di pubblico ufficiale o di incaricato di pubblico servizio.

Contributi e finanziamenti a fini politici e assistenziali devono rimanere nei limiti consentiti dalla legge ed essere preventivamente autorizzati dal consiglio di amministrazione o dalle funzioni aziendali da questo all'uopo delegate.

Al fine di garantire la massima chiarezza nei rapporti, i contatti con gli interlocutori istituzionali avvengono esclusivamente tramite referenti che abbiano ricevuto esplicito mandato dal vertice della Società.

II.6.2 Politica sociale

La strategia di TAG è improntata ad un'ottica di investimenti e attività che rispondono ai principi dello sviluppo sostenibile.

TAG persegue obiettivi coerenti con quelli di sviluppo della collettività e del contesto ambientale in cui opera.

Tale condizione trova fondamento nella consapevolezza che la soddisfazione della collettività rappresenta uno delle finalità della Società oltre che un vantaggio competitivo.

II.6.3 Rapporti con partiti politici, organizzazioni sindacali ed associazioni

TAG non finanzia partiti politici sia in Italia sia all'estero, loro rappresentanti o candidati, né effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un fine esclusivo di propaganda politica: sii astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta a esponenti politici (es. accettazione di segnalazioni ai fini delle assunzioni, contratti di consulenza ecc..).

Inoltre, la Società non eroga contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi (ad esempio a sindacati, associazioni a tutela dei consumatori); è tuttavia possibile cooperare, anche finanziariamente, con tali organizzazioni per specifici progetti in base al fatto che la finalità sia riconducibile alla missione di TAG, che la destinazione delle risorse sia chiara e documentabile, che vi sia espressa autorizzazione da parte delle funzioni preposte alla gestione di tali rapporti nell'ambito di TAG.

II.6.4 Contributi e sponsorizzazioni

TAG non aderisce, salvo casi eccezionali da sottoporre a decisione del Consiglio di Amministrazione, a richieste di contributi. Le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, sono destinate solo ad eventi che offrano garanzia di qualità, che abbiano ampio respiro.

In ogni caso, nella scelta delle proposte cui aderire, la Società presta particolare attenzione verso ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale (ad esempio, rapporti di parentela con i soggetti interessati o legami con organismi che possano, per i compiti che svolgono, favorire in qualche modo l'attività della Società).

II.6.5 Servizi forniti a Enti Pubblici

TAG si attiene alle procedure di affidamento di gare e concessioni da parte di enti pubblici, stabilite nelle norme e nei regolamenti applicabili.

La formulazione di offerte, nell'ambito delle procedure di affidamento, e la connessa valutazione degli oneri e degli investimenti, deve essere effettuata in coerenza con le strategie, i piani e le procedure aziendali.

II.7 Criteri di condotta nelle relazioni con i fornitori

II.7.1 Rapporti con i fornitori

Nelle sue politiche di acquisto, la Società ha l'obiettivo di approvvigionarsi di servizi, prodotti, materiali, ed opere alle condizioni più vantaggiose in termini di rapporto qualità/prezzo.

Tale obiettivo deve tuttavia coniugarsi con la necessità di porre in essere relazioni con fornitori che assicurino modalità operative compatibili con il rispetto sia dei diritti dell'uomo e dei lavoratori che dell'ambiente.

A tal fine TAG richiede espressamente che i fornitori si astengano, a titolo esemplificativo, dall'utilizzare lavoro infantile o minorile e da discriminazioni, abusi o coercizioni a danno dei lavoratori, e che rispettino la normativa ambientale, adottando altresì politiche aziendali di contenimento dei consumi di materie prime, di riduzione dei rifiuti e delle emissioni nocive e in generale di limitazione dell'impatto ambientale delle produzioni.

La Società, pur propendendo per la creazione di rapporti stabili, sottopone periodicamente a revisione il proprio albo fornitori allo scopo di razionalizzarlo e aumentare economicità ed efficienza.

Non deve quindi essere preclusa ad alcun potenziale fornitore, in possesso dei necessari requisiti, la possibilità di competere per offrire i propri prodotti o servizi.

Per tutte le forniture, anche per i contratti d'opera e di consulenza, devono essere ragionevolmente ed adeguatamente formalizzate e documentate le motivazioni della scelta e le considerazioni sul prezzo applicato, secondo quanto stabilito dalle procedure aziendali.

Gli incaricati degli acquisti non devono accettare alcun regalo o altra utilità che possa creare imbarazzo, condizionare le loro scelte o far sorgere il dubbio che la loro condotta non sia trasparente o imparziale; sono ammesse gratuità di modico valore nell'ambito degli usi e nel rispetto delle disposizioni aziendali.

II.7.2 Scelta del fornitore

I processi di acquisto sono improntati alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore; sono inoltre fondati su comportamenti precontrattuali e contrattuali tenuti nell'ottica di un'indispensabile e reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

In particolare, i collaboratori della Società addetti a tali processi sono tenuti a:

- non precludere ad alcuno in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili;
- assicurare che in ogni acquisto sia valutata una concorrenza sufficiente.

In ogni caso, nell'ipotesi che il fornitore, nello svolgimento della propria attività per TAG, adotti comportamenti non in linea con i principi generali del presente codice, la Società è legittimata a prendere opportuni provvedimenti che possono variare dall'applicazione di penali contrattuali, alla recessione del contatto o

dei contratti in essere salvo richieste di maggiori danni, fino al precludere eventuali altre occasioni di collaborazione.

II.7.3 Integrità e indipendenza nei rapporti con i fornitori

In TAG le relazioni con i fornitori sono regolate da principi comuni e sono oggetto di un costante monitoraggio da parte della Società. Tali relazioni comprendono anche i contratti finanziari e di consulenza. La stipula di un contratto con un fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza, evitando ove possibile forme di dipendenza. Così, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- qualsiasi contratto il cui importo stimato risulti superiore al 50% del volume d'affari del fornitore, deve essere comunicato alla Società, secondo le procedure previste;
- di norma, sono evitati i progetti vincolanti di lungo periodo con contratti a breve termine che necessitano di continui rinnovi con revisione dei prezzi, oppure contratti di consulenza senza un adeguato trasferimento di know-how, ecc.;
- non è ritenuto corretto indurre un fornitore a stipulare un contratto a lui sfavorevole lasciandogli intendere un successivo contratto più vantaggioso.

Infine, per garantire trasparenza nei rapporti la Società predispone un sistema di monitoraggio dei propri fornitori.

II.7.4 Tutela degli aspetti etici nelle forniture

Nella prospettiva di conformare l'attività di approvvigionamento ai principi etici adottati, la Società si impegna a introdurre, per particolari forniture, requisiti di tipo sociale.

Le violazioni dei principi generali del codice etico comportano meccanismi sanzionatori, tesi anche ad evitare reati contro la pubblica amministrazione. A tal fine, nei singoli contratti sono predisposte apposite clausole che prevedono un'autocertificazione da parte del fornitore dell'adesione ai principi contenuti nel presente codice etico e la possibilità di avvalersi di azioni di controllo presso le unità produttive o le sedi operative dell'impresa fornitrice, al fine di verificare il soddisfacimento di tali requisiti.

II.8 Criteri di condotta nei rapporti intergruppo

II.8.1 Autonomia e valori etici comuni

La Società opera in autonomia rispetto alle altre Società del Gruppo; ad esse richiede di operare nel rispetto dei valori espressi nel Codice Etico, in termini di collaborazione leale nel perseguimento degli obiettivi, nel rispetto della legge e delle normative vigenti. La Società evita di porre in essere comportamenti che, ancorché adottati nel proprio esclusivo interesse, risultino pregiudizievoli per l'integrità o l'immagine delle altre Società del Gruppo. La TAG richiede altresì che nessuna delle altre Società del Gruppo ponga in essere comportamenti o intraprenda decisioni che, pur determinando benefici, potrebbero risultare pregiudizievoli per l'integrità o l'immagine di alcuna delle società partecipate alla Società.

II.8.2 Cooperazione e comunicazione intragruppo

Chi riveste cariche sociali od incarichi all'interno del Gruppo ha il dovere di partecipare assiduamente alle riunioni cui è invitato ad intervenire, di espletare gli incarichi a lui attribuiti con lealtà e correttezza, di favorire la comunicazione tra le aziende del Gruppo, di sollecitare ed utilizzare le sinergie intragruppo cooperando nell'interesse degli obiettivi comuni. La circolazione delle informazioni all'interno del Gruppo, in particolare ai fini della redazione del bilancio consolidato e di altre comunicazioni, deve avvenire conformemente ai principi di veridicità, lealtà, correttezza, completezza, chiarezza, trasparenza, prudenza, nel rispetto dell'autonomia di ciascuna società e degli specifici ambiti di attività.

PARTE III

SISTEMA SANZIONATORIO

Vale quanto riportato nel “Modello Organizzativo” – “Sistema Disciplinare”, nonché quanto riportato nel sistema disciplinare aziendale in vigore.

PARTE IV

MODALITA' ATTUATIVE

IV.1 Compiti del Consiglio di Amministrazione in materia di attuazione e controllo del codice etico

In materia di codice etico competono al Consiglio di Amministrazione di *TAG* i seguenti compiti:

- prendere decisioni in materia di violazioni del codice di significativa rilevanza segnalate dal Organismo di Vigilanza della Società;
- esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure, allo scopo di garantirne la coerenza con il codice etico;
- provvedere alla revisione periodica del codice etico.

A tal fine, il Consiglio di Amministrazione della Società valuta:

- i piani di comunicazione e formazione etica;
- il piano di lavoro predisposto dall'Organismo di Vigilanza e le relazioni periodiche dello stesso.

IV.2 Compiti dell'Organismo di Vigilanza

All'Organismo di Vigilanza di *TAG* sono attribuiti i seguenti compiti:

- verificare l'applicazione e il rispetto del codice etico attraverso l'attività di monitoraggio che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito di *TAG* attraverso analisi e valutazione dei processi di controllo dei rischi etici;
- monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e della comprensione del codice etico;
- garantire lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica;
- analizzare le proposte di revisione delle politiche e delle procedure aziendali con significativi impatti sull'etica aziendale, e predisporre le ipotesi di soluzione da sottoporre alla valutazione del Consiglio di Amministrazione;
- ricevere e analizzare le segnalazioni di violazione del codice etico;
- proporre al Consiglio di Amministrazione le modifiche e le integrazioni da apportare al presente codice etico.

Tali attività sono effettuate con il supporto di attività di audit e di controllo interno che possono essere eseguite anche da professionalità esterne incaricate, su richiesta dell'Organismo medesimo, del Consiglio di Amministrazione, e delle funzioni aziendali interessate ed inoltre, disponendo del libero accesso a tutta la documentazione ritenuta utile.

IV.3 Comunicazione e formazione

Il codice etico è portato a conoscenza degli stakeholder interni ed esterni mediante apposite attività di comunicazione.

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del codice etico a tutti i collaboratori, la formazione del personale e realizza, un piano di formazione, volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche, anche in base alle indicazioni del Organismo di Vigilanza di TAG,

Le iniziative di formazione sono differenziate secondo il ruolo e la responsabilità dei collaboratori; inoltre per i neoassunti è previsto un apposito programma formativo iniziale che illustri i contenuti del codice etico e del modello organizzativo interno di cui è richiesta l'osservanza.

Infine a tutti i dipendenti della Società dopo aver preso visione dei contenuti del presente codice etico, sarà richiesto di sottoscrivere una dichiarazione di accettazione del codice etico. A tutti i collaboratori esterni, siano essi fornitori, consulenti o professionisti, sarà richiesto di uniformarsi ai principi riportati nel presente codice etico ed ai dettami delle procedure del modello organizzativo per quanto di loro competenza, con sottoscrizione di clausola allegata alle pattuizioni contrattuali.

IV.4 Segnalazioni degli stakeholder

Tutti gli stakeholder di TAG possono segnalare all'Organismo di Vigilanza, per iscritto anche in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del presente codice etico, TAG dovrà provvedere ad un'analisi della segnalazione, ascoltando il responsabile della presunta violazione ed eventualmente l'autore della segnalazione.

Tutti i soggetti interessati al presente Codice sono tenuti a segnalare, verbalmente o per iscritto e in forma non anonima, eventuali inosservanze e violazioni del presente Codice.

Le segnalazioni devono essere indirizzate all'Organismo di Vigilanza, alla casella di posta elettronica odv.tecnocasaadvisorygroup@tecnocasa.com o all'indirizzo della sede sociale Via Monte Bianco, 60/A – Rozzano (MI).

I soggetti destinatari delle segnalazioni valutano l'effettiva violazione della Normativa o del Codice Etico e, se confermata, l'Organismo di Vigilanza segnala alla struttura preposta per l'applicazione delle sanzioni disciplinari stabilite secondo la gradualità prevista dal Codice di Disciplina.

TAG tutela gli autori delle segnalazioni contro eventuali ritorsioni cui possono andare incontro per aver riferito di comportamenti non corretti.

E' quindi, dovere dell'Organismo di Vigilanza di agire in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione (ad esempio, per i fornitori: interruzione dei rapporti di affari, per i dipendenti: mancata promozione, ecc.). È inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

IV.5 Violazioni del codice etico

L'Organismo di Vigilanza di TAG riporta le violazioni del codice etico, emerse in conseguenza delle segnalazioni o dell'attività autonomamente svolta, ed i suggerimenti ritenuti necessari nei seguenti casi:

- quando i rilievi sono stimati significativi, al Consiglio di Amministrazione che a seguito di un'opportuna analisi, comunica alla Direzione i provvedimenti opportuni;
- negli altri casi, direttamente al Presidente del C.d.A. di TAG, fornendo un rapporto di sintesi. Le competenti funzioni aziendali, attivate dal Presidente definiscono i provvedimenti, ne curano l'attuazione, e riferiscono l'esito all'Organismo di Vigilanza della Società.