FM Group

Supplier Code of Conduct

Fremantle 25 years

Indice

1 Premessa 2
1.1 Introduzione 2
1.2 Finalità del Supplier Code of Conduct 2
2 Integrità 2
2.1 Compliance alle leggi applicabili 2
2.2 Compliance alla legge sul commercio estero 3
2.3 Tutela contro corruzione e concussione 3
2.4 Tutela del patrimonio dell'azienda 3
2.5 Concorrenza leale 3
2.6 Tutela della proprietà intellettuale 4
2.7 Tutela dei dati 4
2.8 Integrità finanziaria 4
2.9 Conflitti d'interesse 5
2.10 Riservatezza e pubbliche relazioni 5
2.11 Insider trading 5
2.12 Sicurezza delle informazioni e gestione e sicurezza di sistemi IT 5
3 Diritti umani 6
3.1 Principi generali relativi ai diritti umani 6
3.2 Divieto di lavoro forzato e schiavitù 6
3.3 Divieto di lavoro minorile 6
3.4 Condizioni di lavoro eque 7
3.5 Lotta a discriminazione e molestie 7
3.6 Libertà di associazione 7
3.7 Salute, sicurezza e benessere sul lavoro 8
4 Tutela delle risorse naturali 8
5 Tutela dell'ambiente e del clima 8
6 Implementazione 9
6.1 Compliance 9
6.2 Diritto di audit 9
6.3 Compliance alla catena di fornitura 10
6.4 Violazioni del Supplier Code of Conduct di RTL Group 10
7 Segnalazione di violazioni 10
8 Punto di contatto 11

1 Premessa

1.1 Introduzione

Successo economico e responsabilità sociale sono inseparabili. Comportarsi in modo responsabile ed etico nei confronti dei dipendenti, dei partner commerciali, della società e dell'ambiente è parte integrante del sistema di valori di RTL Group e delle sue affiliate. Per noi, conformarsi alla legge nelle nostre attività economiche è un'abitudine.

FM Group Supplier Code of Conduct si basa sui principi delle norme riconosciute a livello internazionale di governo d'impresa responsabile. Questi includono, ad esempio, la Dichiarazione Universale dei diritti umani, il Global Compact delle Nazioni Unite (UN), i Principi Guida ONU su imprese e diritti umani, i principi di libertà e uguaglianza dell'ONU, le Linee guida per imprese multinazionali per l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OECD), il Patto Internazionale del 19 dicembre 1966 sui diritti civili e politici e sui diritti economici, sociali e culturali e gli standard fondamentali in materia di lavoro dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL).

Questo impegno deve inoltre esprimersi nei rapporti che manteniamo con i partner commerciali. A tal fine, il Supplier Code of Conduct di FM Group definisce requisiti vincolanti minimi per i nostri partner commerciali nel loro rapporto commerciale con FM Group. Continuità e sviluppo successivo di rapporti commerciali di successo dipendono anche da un impegno condiviso per quanto concerne integrità e imprenditoria responsabile.

Ci aspettiamo pertanto che i nostri partner commerciali osservino e implementino gli standard del Supplier Code of Conduct di FM Group.

Desideriamo ringraziare i nostri partner commerciali che, insieme a noi, promuovono un comportamento responsabile ed etico nel commercio.

1.2 Finalità del Supplier Code of Conduct

Per le finalità del presente Supplier Code of Conduct, i partner commerciali dai quali ci attendiamo la conformità con i nostri standard qui descritti sono tutti terze parti che agiscono per, per conto di o insieme a RTL Group. Tra questi terzi si annoverano fornitori, venditori, consulenti, agenti, subappaltatori, azionisti di minoranza, rappresentanti commerciali e freelance.

2 Integrità

2.1 Compliance alle leggi applicabili

I nostri partner commerciali si conformano a tutte le norme locali, nazionali ed internazionali.

- Conformarsi a tutte le norme e regolamenti applicabili è per noi una questione di principio. Ed è ciò che ci aspettiamo dai nostri partner commerciali. Questo è infatti l'unico modo per assicurare un rapporto commerciale basato sulla fiducia e che perduri nel tempo.
- Tutti i partner commerciali conoscono leggi fondamentali, regolamenti e linee guida rilevanti per le loro rispettive attività per, insieme a o per conto di FM Group.
- Nei singoli Paesi, settori commerciali o mercati è possibile che vigano norme più rigide rispetto a quelle descritte nel presente Supplier Code of Conduct. In tali casi, si dovranno applicare le norme più severe.

- I nostri partner commerciali si occupano di dare seguito a qualsiasi segnalazione di violazioni delle leggi applicabili. Le violazioni verranno fermate e verranno adottate le misure appropriate.

2.2 Compliance alla legge sul commercio estero

I nostri partner commerciali si conformano alle disposizioni sul commercio estero.

- Le leggi nazionali e internazionali disciplinano importazione, esportazione o commercio interno di beni, tecnologie o servizi, l'uso di determinati prodotti, nonché le operazioni su capitali e di pagamento. È necessario adottare misure adeguate affinché le transazioni con terzi non violino embarghi economici in corso, regolamenti commerciali, controlli sulle attività di importazione ed esportazione, né regolamenti per la prevenzione del finanziamento di attività terroristiche.

2.3 Tutela contro corruzione e concussione

I nostri partner commerciali condannano qualsiasi forma di corruzione e concussione.

- Ai nostri partner commerciali è vietata qualsiasi forma di corruzione e concussione, perpetrata da funzionari pubblici o nei rapporti commerciali.
- I nostri partner commerciali danno dei contributi, sotto forma di inviti o in relazione a misure pubblicitarie, donazioni e sponsorizzazioni, ma solo nella misura consentita per legge.
- I nostri partner commerciali dispongono di sistemi per prevenire, rilevare, investigare e reagire ad accuse o eventi di corruzione e concussione.

2.4 Tutela del patrimonio dell'azienda

I nostri partner commerciali condannano qualsiasi forma di frode e altra condotta che possa compromettere il patrimonio di FM Group e di terze parti.

- È vietata qualsiasi forma di frode o altro reato che comprometta il patrimonio dell'azienda (ad es. malversazione, furto, appropriazione indebita, evasione fiscale o riciclaggio di denaro) a prescindere dal fatto che riguardi il patrimonio dell'azienda o quello di terzi.

2.5 Concorrenza leale

I nostri partner commerciali si conformano alle leggi vigenti in materia di antitrust e concorrenza.

- I nostri partner commerciali si impegnano a garantire una concorrenza leale e lineare come principio fondamentale di un'economia libera. Non accettano contratti restrittivi con concorrenti, fornitori, distributori o aziende di commercio e clienti nonché pratiche che limitino la concorrenza.
- Tali divieti includono ad esempio accordi sui prezzi con concorrenti, ripartizione tra concorrenti di clienti o aree di vendita, boicottaggi anticoncorrenziali e scambio

illegale di informazioni sensibili sulla concorrenza con altri concorrenti, nonché altre strategie di concorrenza sleale.
- I nostri partner commerciali dispongono di sistemi per prevenire, rilevare, investigare e reagire ad accuse o episodi legati a pratiche restrittive.

2.6 Tutela della proprietà intellettuale

I nostri partner commerciali rispettano e tutelano qualsiasi forma di proprietà intellettuale.

- Per proprietà intellettuale s'intende qualsiasi prodotto che, indipendentemente dal suo valore commerciale, sia frutto dell'ingegno. Questi includono, a titolo meramente esemplificativo, opere letterarie e giornalistiche, musicali, cinematografiche, televisive, grafiche, nonché applicazioni software e relativi componenti. La proprietà intellettuale è tutelata dalla legge (ad es. diritti d'autore, marchi registrati o brevetti) come i segreti commerciali o il know-how.
- Le violazioni della proprietà intellettuale comprendono, tra l'altro le prestazioni, la distribuzione o l'esecuzione non autorizzata di materiali protetti da diritti d'autore e la riproduzione e distribuzione di esemplari non autorizzati di proprietà intellettuale protetta, sia in forma fisica che digitale.
- La tutela della proprietà intellettuale è essenziale per la politica commerciale di FM Group come media company e pertanto ci aspettiamo altrettanto dai nostri partner commerciali.

2.7 Tutela dei dati

Per la raccolta, memorizzazione, trattamento o trasmissione di dati e informazioni, i nostri partner commerciali si conformano a tutte le leggi e norme applicabili.

- Nell'ambito dei processi di raccolta, archiviazione, trattamento o trasmissione di dati personali (p. es. nomi, indirizzi, numeri telefonici, date di nascita, informazioni sullo stato di salute) riguardanti dipendenti, clienti o altri soggetti terzi, i nostri partner commerciali operano con la massima accuratezza e discrezione nonché nel rispetto delle normative e regolamenti applicabili.

2.8 Integrità finanziaria

I nostri partner commerciali gestiscono la loro attività commerciale, archiviazione dei dati e rendicontazione finanziaria in modo corretto e trasparente.

- Transazioni economiche, attività e passività vengono registrati e documentati in conformità ai requisiti di legge.
- Per assicurare documentazione e conservazione dati corretta, accuratezza e completezza sono essenziali in tutte le operazioni commerciali dei nostri partner.
- Non è consentito inserire voci false o fuorvianti nei documenti rilevanti per la contabilità finanziaria. È vietata qualsiasi manipolazione del bilancio.
- I nostri partner commerciali si conformano a tutte le normative fiscali, ad es. alla UK Corporate Criminal Offence (CCO) of Failing to Prevent the Facilitation of Tax Evasion e, di conseguenza, agli obblighi fiscali.

2.9 Conflitti d'interesse

I nostri partner commerciali segnalano conflitti di interessi, potenziali o concreti e cercano di risolverli nel più breve tempo possibile.

- I partner commerciali coinvolti in conflitti di interessi, potenziali o concreti nell'ambito delle loro attività legate a RTL Group sono tenuti a divulgarli e a risolverli immediatamente.

2.10 Riservatezza e pubbliche relazioni

I nostri partner commerciali tutelano le informazioni riservate da un utilizzo improprio e da una divulgazione non autorizzata e tutelano la reputazione di FM Group in dichiarazioni pubbliche.

- Un'informazione viene definita riservata qualora sia destinata solo a un gruppo ristretto di persone designato e non alla divulgazione interna, né alla pubblicazione esterna.
- I nostri partner commerciali garantiscono che le informazioni confidenziali e i dati vengano archiviati con attenzione, non vengano inoltrate o rese accessibili a persone non autorizzate e utilizzate esclusivamente per finalità commerciali concordate.
- La discussione di informazioni riservate in luogo pubblico, tramite social media e la divulgazione di informazioni sull'azienda o in merito ai suoi clienti a terzi senza previa autorizzazione rappresentano una violazione della privacy e costituiscono violazioni della normativa antitrust applicabile.

2.11 Insider trading

I nostri partner commerciali si conformano alle leggi sull'insider trading.

- La legge vieta di impiegare informazioni privilegiate nell'ambito della compravendita di titoli o di altri strumenti finanziari di negoziazione e di divulgare le informazioni a terzi per tali scopi.
- Per informazioni privilegiate si intendono informazioni sulle circostanze che non sono di pubblico dominio e che, se rese note, potrebbero incidere in modo significativo sul prezzo di titoli o strumenti finanziari simili o sui loro mercati. Tra le circostanze sopra menzionate possono figurare, ma non solo, incrementi e decrementi dei profitti, ordini ingenti, piani di fusione o acquisizione di una società, importanti novità in termini di prodotti o cambiamenti significativi a livello di personale dirigenziale.

2.12 Sicurezza delle informazioni e gestione e sicurezza di sistemi IT

I nostri partner commerciali utilizzano le informazioni fornite da FM Group esclusivamente per svolgere le proprie mansioni, fornire servizi a FM Group e proteggere le informazioni da abuso interno ed esterno.

- Nella nostra attività lavorativa quotidiana, vengono sistematicamente elaborati dei dati e utilizzati sistemi IT. Ciò presuppone protezioni appropriate (password, processi, tecnologie autorizzate e software muniti di licenza) che tutelino la proprietà intellettuale e i dati personali. I nostri partner commerciali adottano tutte le misure necessarie per tutelare informazioni e sistemi IT. La mancata osservanza dell'adozione delle necessarie misure di sicurezza rischia di arrecare gravi conseguenze quali perdita di dati, furti di dati personali o violazioni del diritto d'autore.

3 Diritti umani

3.1 Principi generali relativi ai diritti umani

I nostri partner commerciali rispettano e supportano la protezione dei diritti umani universalmente riconosciuti e assicurano di non avallare abusi dei diritti umani.

- I nostri partner commerciali rispettano i principi della Dichiarazione Universale dei diritti umani, il Global Compact delle Nazioni Unite (UN), i principi Guida ONU su imprese e diritti umani, i principi di libertà e uguaglianza dell'ONU, le linee guida per imprese multinazionali per l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OECD), il Patto Internazionale del 19 dicembre 1966 sui diritti civili e politici e sui diritti economici, sociali e culturali e gli standard fondamentali in materia di lavoro dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL).
- I nostri partner commerciali non tollerano nessun comportamento che ne possa compromettere i principi.

3.2 Divieto di lavoro forzato e schiavitù

- I nostri partner commerciali non tollerano il lavoro forzato come definito dalla Convenzione dell'OIL N° 29, ovvero in linea di principio è vietato qualsiasi lavoro richiesto a una persona sotto la minaccia di una punizione e per cui non si sia offerta volontaria.
- I nostri business partner non tollerano nessuna forma di schiavitù, né pratica simile ad essa, servitù o altre forme di dominio od oppressione, ad es. attraverso sfruttamento economico o sessuale e umiliazione nell'ambiente di lavoro.

3.3 Divieto di lavoro minorile

- I nostri partner commerciali condannano qualsiasi forma di lavoro minorile.
- I nostri partner commerciali non tollerano il lavoro minorile come definito dalla Convenzione OIL 138 e leggi nazionali applicabili.
- Di conseguenza, in linea di principio, non è consentito assumere nessun minore ancora in età scolare conformemente alla legge sul posto di lavoro, per cui l'età non deve essere inferiore a 15 anni.
- I nostri partner commerciali non tollerano le forme peggiori di lavoro minorile prima dell'età lavorativa di 18 anni come definito dalla Convenzione OIL 182 e leggi nazionali applicabili.
- Di conseguenza, i ragazzi di età inferiore a quella lavorativa di 18 anni non possono essere assunti per svolgere nessuna delle peggiori forme di lavoro minorile. Queste includono qualsiasi lavoro che, per sua natura o per le circostanze in cui viene svolto, possa essere nocivo per la salute, la sicurezza o i principi morali dei ragazzi.

3.4 Condizioni di lavoro eque

I nostri partner commerciali si conformano ai regolamenti atti a garantire condizioni di lavoro eque e consentono ai dipendenti di sollevare apertamente problemi e senza timore di rappresaglie.

- Una retribuzione equa è espressione sostanziale di condizioni di lavoro eque. L'equità non si riflette solo nell'importo della retribuzione. È parimenti importante che i meccanismi che portano alla determinazione di una particolare remunerazione non siano discriminatori, siano trasparenti e comprensibili. È necessario pagare salari ragionevoli al momento opportuno. Nella determinazione del salario, è necessario seguire almeno le disposizioni sul salario minimo della legge applicabile e tenere conto di criteri quali il costo della vita locale.
- I nostri partner commerciali rispettano le norme giuridiche in materia di tutela della privacy.
- I nostri partner commerciali non tollerano tentativi di intimidazione e ritorsione contro dipendenti che, in buona fede, riferiscono cattiva condotta effettiva o sospetta. I nostri partner commerciali forniscono ai loro dipendenti anche l'opportunità di riferire in modo confidenziale potenziali violazioni della compliance.
- Ci aspettiamo che i nostri partner commerciali rispettino il diritto di libertà di espressione.

3.5 Lotta a discriminazione e molestie

I nostri partner commerciali garantiscono un ambiente di lavoro esente da discriminazioni.

- I nostri partner commerciali non tollerano comportamenti discriminatori nei confronti di dipendenti o candidati basati su questioni di nazionalità od origine sociale, razza, stato di salute, genere, gravidanza o genitorialità, stato civile, età, disabilità, religione o credo, opinione politica, orientamento sessuale o identità di genere o qualsiasi altro elemento specificato da una normativa antidiscriminatoria.
- I nostri partner commerciali trattano i loro dipendenti con dignità e rispetto, sono vietate discriminazioni, razzismo, antisemitismo, intolleranza religiosa, sessismo, molestie sessuali, bullismo, abuso di potere, intimidazioni, minacce o qualsiasi altra forma di coercizione.

3.6 Libertà di associazione

I nostri partner commerciali rispettano la libertà di associazione dei loro dipendenti.

- Di conseguenza, i dipendenti dei nostri partner commerciali sono liberi di formare e unirsi a sindacati e rappresentanze dei dipendenti. Sindacati e rappresentanti eletti e nominati dai dipendenti possono operare liberamente e in conformità con la legge vigente sul luogo di lavoro, incluso il diritto di sciopero e il diritto di contrattazione collettiva.

3.7 Salute, sicurezza e benessere sul lavoro

I nostri partner commerciali garantiscono salute e sicurezza sul posto di lavoro.

- I nostri partner commerciali garantiscono un ambiente di lavoro sano per i loro dipendenti analizzando in modo sistematico e valutando rischi e pericoli. Vengono rispettati i necessari standard di sicurezza in termini di fornitura e manutenzione di postazione di lavoro, workstation e attrezzature di lavoro e vengono adottate le opportune misure protettive. Alle potenziali situazioni di emergenza viene data pari considerazione. I dipendenti vengono formati e istruiti opportunamente in merito alle misure protettive. Osservando le misure appropriate relative agli orari di lavoro e alle pause di riposo, si evitano sforzi fisici e mentali eccessivi dei dipendenti.
- I dipendenti devono essere formati e istruiti opportunamente in merito alle misure protettive.
- I nostri partner commerciali istruiscono e monitorano il proprio staff addetto alla sicurezza privato e pubblico per garantire che non venga perpetrato nessun trattamento crudele, disumano o degradante e che non vengono violati né la vita, né il diritto alla libertà di associazione.

4 Tutela delle risorse naturali

L'utilizzo responsabile delle risorse naturali delle persone è indispensabile e garantito dai nostri partner commerciali.

- Occorre evitare impatti ambientali che influiscano negativamente sulla produzione di cibo, sull'accesso all'acqua potabile o ai servizi igienici o sulla salute degli individui o sulla condizione degli ecosistemi e biodiversità.
- I nostri partner commerciali garantiscono che le loro attività non portino a sfratti illegali e trasferimenti o che le persone vengano private illegalmente del proprio sostentamento. Nel caso di acquisto di terreni, vengono rispettate le norme internazionali e viene fornito un risarcimento appropriato.
- Disboscamento e conversione illegale di foreste naturali, nonché commercio illegale di prodotti del legno non saranno tollerati dai nostri partner commerciali. Nel caso di rischi aumentati, ci aspettiamo che i nostri fornitori eseguano i controlli appropriati delle fonti di approvvigionamento.

5 Tutela dell'ambiente e del clima

Ci aspettiamo che i nostri partner commerciali utilizzino e si procurino risorse naturali in modo responsabile e adottino misure efficaci per tutelare il clima.

- I nostri partner commerciali si sforzano di migliorare costantemente la tutela ambientale a livello operativo e di prodotti e dispongono di sistemi di gestione ambientale appropriati collaudati.
- I nostri partner commerciali riducono i rifiuti, assicurano un trattamento e uno smistamento corretto, supportando così l'economia circolare.

- I nostri partner commerciali si conformano ai regolamenti sulla tutela ambientale applicabile, in particolare sulla tutela ambientale a livello operativo e di prodotti, nonché alla Convenzione di Minamata sul mercurio, alla Convenzione di Stoccolma sugli inquinanti organici persistenti e alla Convenzione di Basilea sul controllo dei movimenti oltre frontiera di rifiuti pericolosi e loro smaltimento.
- I nostri business partner devono essere trasparenti in merito alle loro emissioni di gas a effetto serra e a quelle a monte.
- I nostri partner commerciali conseguono i propri obiettivi di tutela del clima e implementano misure per ridurre le emissioni di gas serra, come ad esempio l'uso di energie rinnovabili e tecnologie efficienti dal punto di vista energetico.

6 Implementazione

6.1 Compliance

Nell'ambito del loro rapporto contrattuale con FM Group, i nostri partner commerciali garantiscono l'implementazione e la compliance agli standard minimi del Supplier Code of Conduct di FM Group.

- A tal fine, i nostri partner commerciali trasmettono i valori e i principi del Supplier Code of Conduct di RTL Group ai propri dipendenti che lavorano alla FM Group e agiscono nell'ottica di una loro compliance.
- Si prevede che i nostri partner commerciali adottino misure appropriate per identificare rischi e violazioni del Supplier Code of Conduct di FM Group. Monitorano la compliance a queste misure come parte di un sistema di controllo interno. I nostri business partner informeranno prontamente FM Group in merito ai rischi e violazioni identificate a meno che non vi venga posto rimedio immediatamente.
- Qualora attraverso un'analisi venga individuato un rischio presso un partner commerciale, FM Group può adottare (oltre ai diritti definiti nella Sezione 6.4 del presente Codice) misure appropriate per aiutare tale partner a conformarsi con i principi del Supplier Code of Conduct.

6.2 Diritto di audit

- I nostri business partner riconoscono e accettano che FM Group abbia il diritto di verificare la compliance e l'adempimento degli standard minimi del Supplier Code of Conduct di FM Group tramite misure appropriate e che si adoperi al fine di creare rapporti di cooperazione a tale scopo.
- A tal fine, è possibile che FM Group richieda, una volta all'anno, un'autovalutazione e informazioni scritte in merito alla compliance ai principi del Supplier Code of Conduct di FM Group.
- Qualora venga individuato un rischio presso uno dei nostri partner commerciali, FM Group avrà facoltà di effettuare controlli aggiuntivi in loco autonomamente o delegando esperti di terze parti. Tali controlli possono includere in particolare il diritto di visitare gli edifici del partner durante gli orari di lavoro ordinari, di interrogare i dipendenti e ispezionare documenti e strutture rilevanti, purché si tenga opportunamente conto degli interessi legittimi del partner, in particolare di ciò che attiene alla protezione dei dati, a segreti commerciali e dell'azienda e alla riservatezza. FM Group deve fornire un preavviso di almeno cinque giorni lavorativi per una tale ispezione e i relativi costi verranno sostenuti dalla parte che avvia l'ispezione.

6.3 Compliance alla catena di fornitura

- FM Group si impegna a garantire la compliance agli standard minimi del Supplier Code of Conduct di FM Group nell'intero processo di creazione del valore al fine di soddisfare i propri requisiti relativi a un comportamento responsabile ed etico.
- Nei suoi sforzi volti ad ottenere trasparenza nella catena di fornitura, FM Group si affida al sostegno dei propri partner commerciali. Questi supportano FM Group in misura adeguata, in particolare fornendo informazioni.
- I nostri partner commerciali tengono conto dei requisiti a livello ambientale e di diritti umani del Supplier Code of Conduct di FM Group quando scelgono i propri partner commerciali che, a loro volta, se ne avvalgono per le loro attività per FM Group.
- I nostri business partner si adoperano per garantire che i loro business partner, che lavorano per o per conto di FM Group (ad es. subappaltatori, consulenti) siano consapevoli e si conformino ai requisiti del Supplier Code of Conduct di FM Group.

6.4 Violazioni del Supplier Code of Conduct di FM Group

- Il Supplier Code of Conduct di FM Group è parte di tutti gli accordi contrattuali con i partner commerciali di FM Group come definito nella sezione 1.2 del presente Codice.
- In caso di sospetta violazione del Supplier Code of Conduct di FM Group, i partner commerciali aiuteranno FM Group a chiarire i fatti.
- In caso di violazione del Supplier Code of Conduct di FM Group, i partner commerciali cercheranno di adottare immediatamente misure appropriate per porre fine o minimizzare la violazione.
- In caso di violazioni del Supplier Code of Conduct, FM Group si riserva anche il diritto di reagire nel modo più opportuno a seconda della gravità della violazione. Questo include, in particolare ma non solo, esigere che venga posto immediatamente rimedio alla violazione, sviluppando congiuntamente un'idea che includa un programma per dirimere la questione con il partner commerciale, sospendendo temporaneamente il rapporto commerciale nell'ambito degli sforzi finalizzati ala riduzione del rischio, procedendo a una valutazione dei danni ed eventualmente rescindendo il contratto.
- In caso di violazioni gravi o ripetute del Supplier Code of Conduct, FM Group si riserva il diritto di rescindere il contratto per giusta causa.
- Nel caso in cui FM Group si accorga di possibili violazioni da parte di un partner commerciale a valle, i nostri partner lo aiuteranno ad analizzare il rischio, ad adottare misure preventive nei confronti dell'autore e ad approntare un piano per prevenire future violazioni.

7 Segnalazione di violazioni

I nostri dipendenti, partner commerciali e terzi possono avvalersi di diversi canali per segnalare violazioni.
Chiunque segnali cattiva condotta effettiva o sospetta in buona fede non subirà nessuna ritorsione.

- È disponibile un sistema di comunicazione in diverse lingue per segnalare violazioni significative del Supplier Code of Conduct, accessibile tramite telefono e Internet. Quest'ultimo rende possibile un dialogo riservato, sottoposto a uno speciale criptaggio e, se lo si desidera, anche anonimo con il dipartimento Compliance di FM Group.
- È possibile rivolgersi a un ombudsperson esterno designato da FM Group, il cui ruolo consiste nell'offrire un canale neutro e indipendente a chi richiede aiuto per risolvere

qualsiasi caso di sospetta violazione di compliance materiale. L'ombudsperson gestisce tutti i contatti con le persone in cerca di assistenza in via strettamente confidenziale e non rivela i contenuti delle comunicazioni riservate (identità del richiedente inclusa), salvo previa autorizzazione del richiedente.