



## Sommario

<b>2. INTRODUZIONE .....</b>	<b>4</b>
2.1 Presentazione della Società .....	4
2.2 Struttura del Codice Etico di BMW Italia Retail S.r.l. ....	5
2.3 Definizioni .....	5
2.4 Riferimenti normativi .....	6
<b>3. IDENTITA' DI BMW ITALIA RETAIL S.R.L. ....</b>	<b>7</b>
3.2 Valori e Principi .....	7
3.2.1 Correttezza ed osservanza delle leggi .....	7
3.2.2 Onestà negli affari .....	7
3.2.3 Informazione trasparente e completa .....	8
3.2.4 Diligenza e accuratezza .....	8
3.2.5 Imparzialità, equità ed eguaglianza .....	8
3.2.6 Principio di qualità .....	8
3.2.7 Principio di responsabilità .....	8
3.2.8 Professionalità e formazione .....	8
3.2.9 Tutela dell'ambiente .....	8
3.2.10 Contrasto al razzismo e alla xenofobia .....	9
3.3 Stakeholders o destinatari: ambito di applicazione del Codice Etico .....	9
<b>4. COMPORTAMENTO NELLA GESTIONE DEL BUSINESS .....</b>	<b>9</b>
4.1 Gestione del business in generale .....	9
4.1.1 Trattamento delle informazioni riservate e divieto di utilizzazione delle stesse .....	10
4.1.2 Divieto di operazioni finalizzate al riciclaggio di denaro .....	11
4.1.3 Riservatezza e tutela della privacy .....	11
4.1.4 Tutela della proprietà industriale ed intellettuale .....	13
4.1.5 Contrasto alla criminalità organizzata .....	13
4.2 Collaboratori .....	13
4.2.1 Impegni della Società .....	13
4.2.2 Obblighi dei Collaboratori .....	14
4.2.3 Conflitto di interessi .....	15
4.2.4 Collaboratori in posizione di responsabilità .....	16
4.2.5 Tutela della sicurezza, della salute e dell'integrità dei Collaboratori .....	16
4.2.6 Pari opportunità, molestie e ambiente di lavoro .....	16
4.2.7 Assunzioni .....	17
4.2.8 Impiego del tempo e dei beni aziendali; strumenti informatici .....	18
4.3 Pubblica Amministrazione .....	18
4.3.1 Rapporti con l'Autorità Giudiziaria e con le Autorità dotate di poteri ispettivi nell'ambito di ispezioni, accessi, verifiche poste in essere da tali Autorità. ....	19
4.4 Altri terzi .....	20
4.4.1 Soci .....	20
4.4.2 Fornitori .....	20
4.4.3 Clienti .....	21
4.4.4 Concorrenti .....	22
4.4.5 Comunicazioni e informazioni all'esterno .....	22
4.4.6 Organizzazioni politiche e sindacali .....	23
4.4.7 Ambiente .....	23
4.5 Contabilità e affari societari .....	24
4.5.1 Informativa gestionale e contabile .....	24

4.5.2 Principi relativi agli illeciti societari .....	24
<b>5. ATTUAZIONE E CONTROLLO.....</b>	<b>25</b>
5.1 L'organo responsabile della vigilanza sull'osservanza e funzionamento del Codice Etico: l'Organismo di Vigilanza e Controllo.....	25
5.2 Le modalità di attuazione e controllo .....	25
5.2.1 Attuazione .....	25
5.2.1.1 Comunicazione e formazione.....	25
5.2.1.2 Questioni interpretative inerenti il Codice Etico .....	26
5.2.1.3 Modifiche e revisioni.....	26
5.2.1.4 Conflitti con il Codice Etico .....	26
5.2.2.1 Segnalazione delle violazioni .....	26
5.2.2.2 Trattamento delle infrazioni.....	27
5.2.2.3 Cogenza del Codice Etico e sistema disciplinare.....	27
6. ALLEGATI .....	27

## 1. PREMESSA

BMW Italia Retail S.r.l. nasce il 1° luglio 2019 dalla fusione per incorporazione della società "BMW Roma S.r.l." a socio unico nella società "BMW Milano S.r.l." a socio unico, la quale ha, contestualmente alla fusione, cambiato denominazione in BMW Italia Retail S.r.l. (di seguito anche "**BMW Italia Retail**" o la "**Società**") e trasferito la propria sede legale a Roma (RM), via Salaria n. 1268.

Con delibera del Consiglio di Amministrazione tenutosi in data 23.12.2020, la Società ha adottato il presente Codice Etico ispirato a quello della società capogruppo BMW Italia S.p.A., adeguandosi ai più evoluti standards di governo societario (c.d. Corporate Governance) e conformandosi ai principi del Global Compact promossi dalle Nazioni Unite e richiamati nel Sustainable Value Report, al Legal Compliance Code del BMW Group, al fine di sancire i principi di etica e di trasparenza che essa intende perseguire, nonché al fine di conciliare la ricerca della competitività con le esigenze di una corretta concorrenza.

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

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

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

Inoltre, nel mese di Ottobre 2018, il gruppo ha adottato il BMW Group Code on Human Rights and Working Conditions, codice orientato ai principali standard internazionali in materia di diritti umani e condizioni di lavoro, come i principi guida delle Nazioni Unite su Business e diritti umani e le linee guida dell'OCSE per le Imprese multinazionali. Completa la "Dichiarazione congiunta" esistente sui diritti umani e le condizioni di lavoro "del 2005, che era stata aggiornata nel 2010.

Il Codice illustra come il gruppo promuove il rispetto per l'uomo, i suoi diritti e buone condizioni di lavoro e attua il lavoro di base standard dell'Organizzazione internazionale del lavoro (OIL). Tratta di argomenti importanti come la parità di trattamento di tutti i dipendenti, il diritto alla salute e sicurezza sul lavoro e protezione dei dati personali di dipendenti e clienti. Il Codice si applica a collaboratori, fornitori e partner di vendita autorizzati.

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

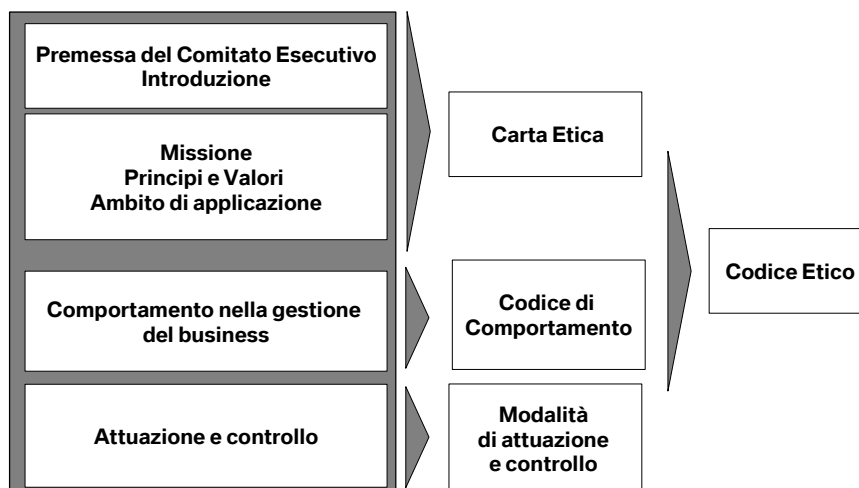
## 2. INTRODUZIONE

### 2.1 Presentazione della Società

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

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

## 2.2 Struttura del Codice Etico di BMW Italia Retail S.r.l.



## 2.3 Definizioni

- **“BMW Group”**: ai fini del presente documento, si intendono tutte le società controllate direttamente o indirettamente da BMW AG., ivi compresa BMW Italia Retail S.r.l.;
- **“BMW Group Italia”**: ai fini del presente documento, si intendono tutte le, e ciascuna delle, società controllate direttamente o indirettamente da BMW Italia S.p.A., ivi compresa BMW Italia Retail S.r.l.
- **“BMW Group Code on Human Rights and Working Conditions”**: è il codice orientato ai principali standard internazionali in materia di diritti umani e condizioni di lavoro del BMW Group;
- **“D.Lgs. 231/01”**: Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231”, recante la *“Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità, a norma dell’articolo 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300”*, con il quale è stata introdotta la responsabilità amministrativa degli enti con o senza personalità giuridica, per alcune tipologie di reati commessi a loro vantaggio o nel loro interesse dalle persone che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione dell’ente e dai soggetti sottoposti alla loro direzione o vigilanza;
- **“Clienti”**: per Clienti s’intendono gli utenti finali di prodotti e servizi BMW e MINI;
- **“Comitato Esecutivo”**: comitati direzionali interni non riconosciuti a livello statutario, formati da Presidente, Amministratori Delegati e, in determinati casi, anche da Capi Servizio;
- **“Destinatari”** o **“Stakeholders”**: si intendono tutti coloro cui si rivolge il Codice Etico. Tra i Destinatari è compresa, in modo particolare, la categoria dei Collaboratori. Per **“Collaboratori”** s’intendono tutti coloro che sono legati a BMW Italia Retail S.r.l. da un contratto di lavoro dipendente, da un contratto a progetto o da un contratto di collaborazione coordinata e continuativa (compresi agenti, segnalatori/intermediari).
- **“Global Compact”**: progetto delle Nazioni Unite volto alla creazione di un contratto morale tra le aziende, la politica e la società civile per affermare nel mondo globale un nuovo concetto di *“diritti umani”*, allargato fino a comprendere anche quelli economici, sociali, sanitari, e per la cui affermazione è richiesto il ruolo *“attivo”* delle imprese;
- **“Incaricato di Pubblico Servizio”**: s’intende, ai sensi dell’art. 358 c.p., colui che *“a qualunque titolo presta un pubblico servizio”, definito, quest’ultimo come un’attività disciplinata da norme di diritto pubblico e da atti autoritativi, ma caratterizzata dalla mancanza di poteri autoritativi e certificativi (esempi di Incaricati di pubblico servizio sono: i professori, i ricercatori universitari e i soggetti apicali*

*dell'Università, il componente della commissione gare d'appalto ASL, i funzionari delle aziende di trasporto locale, gli esponenti politici ecc);*

- **“Legal Compliance Code”**: s'intende il Legal Compliance Code del BMW Group, adottato nel Settembre 2008 ed aggiornato nel Maggio 2015 e da ultimo nel Giugno 2018, esprimente i principi e le regole di comportamento alle quali le società del BMW Group, nell'esercizio delle proprie attività, devono attenersi ai fini di un comportamento responsabile ed ossequioso delle leggi;
- **“Modello”**: il modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, la cui predisposizione e idoneità a prevenire la commissione di alcuni reati [in particolare reati societari (ad es. false comunicazioni sociali, corruzione tra privati) o contro la Pubblica Amministrazione (ad es. corruzione), reati di riciclaggio nonché autoriciclaggio, reati in materia di salute e sicurezza sul lavoro, reati informatici, reati di criminalità organizzata, reati contro l'industria ed il commercio, reati in violazione del diritto d'autore, reati di falso in tema di proprietà industriale, reati ambientali, impiego di lavoratori stranieri il cui soggiorno è irregolare, intermediazione illecita e sfruttamento del lavoro] da parte di *soggetti apicali* (soggetti che rivestono funzioni di rappresentanza, amministrazione o direzione della società o di una sua unità organizzativa) o di *soggetti a loro sottoposti*, permette alla società che lo ha predisposto di essere esonerata dalla responsabilità amministrativa di cui al D.Lgs. 231/01, nel caso di commissione delle suddette tipologie di reato;
- **“OdV”**: Organismo di Vigilanza e Controllo di BMW Italia Retail S.r.l., dotato di autonomi poteri di iniziativa e di controllo, la cui istituzione è prevista dal D.Lgs. 231/01, al fine di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Codice Etico e del modello di organizzazione, gestione e controllo;
- **“P.A.”** o **“Pubblica Amministrazione”**: s'intende lo Stato e gli altri enti pubblici che esercitano attività differenziate per provvedere al perseguimento di interessi pubblici;
- **“Pubblico Ufficiale”**: s'intende, ai sensi dell'art. 357 c.p., colui che *“esercita una pubblica funzione legislativa, giudiziaria o amministrativa”*. È pubblica la funzione amministrativa disciplinata da norme di diritto pubblico e da atti autoritativi e caratterizzata dalla formazione e dalla manifestazione della volontà della Pubblica Amministrazione o dal suo svolgersi per mezzo di poteri autoritativi o certificativi (esempi di Pubblici Ufficiali sono: i magistrati, gli Ufficiali e/o i Marescialli dei Carabinieri o della Guardia di Finanza, i notai ecc.);
- **“Società”** o **“BMW Italia Retail”**: s'intende BMW Retail S.r.l.;
- **“Sustainable Value Report”**: Bilancio Annuale Sociale predisposto dal BMW Group.

## 2.4 Riferimenti normativi

- D.Lgs. 231/2001
- D.Lgs. 196/2003, recante il “Codice in materia di protezione dei dati personali”
- Regolamento Europeo n. 2016/679, in materia di trattamento dei dati personali e privacy (“GDPR”)
- D.Lgs. 81/2008
- Legge n. 633/1941
- Legge n. 179/2017
- Legal Compliance Code del BMW Group
- Sustainable Value Report del BMW Group
- BMW Group Code on Human Rights and Working Conditions
- Policies e Guidelines del BMW Group
- Manuale della Qualità e procedure interne di BMW Italia Retail S.r.l.
- Linee Guida della Corporate Security del BMW Group.

### **3. IDENTITA' DI BMW Italia Retail S.r.l.**

#### **3.1 Missione e politica per la Qualità**

- Essere il punto di riferimento per la Rete degli Organizzati (concessionarie e officine) di BMW Italia S.p.A., impegnandosi per la piena soddisfazione del Cliente, adottando tutti i sistemi consigliati dalla Casa Madre e rispettando gli standard gestionali richiesti
- Applicare una politica del personale che consenta di mantenere un alto livello di motivazione e di coinvolgimento verso il conseguimento degli obiettivi aziendali
- Perseguire nel breve e nel lungo termine il continuo miglioramento dei processi realizzati
- Conseguire i risultati economici fissati dal budget, assicurando la redditività programmata sulla base del piano commerciale
- Mantenere gli standard di qualificazione BMW Group secondo il modello di organizzazione definito QMA (Quality Management) e la certificazione UNI EN ISO 9001:2000 del proprio Sistema di Gestione per la Qualità

#### **3.2 Valori e Principi**

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

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

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

In particolar modo, richiamandosi ai valori del BMW Group, al Legal Compliance Code nonché ai dieci principi del Global Compact (vedere Allegato 1.), la Società ispira le proprie scelte e le norme di comportamento ai principi etici di seguito sinteticamente indicati, che configurano la policy aziendale.

##### **3.2.1 Correttezza ed osservanza delle leggi**

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

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

##### **3.2.2 Onestà negli affari**

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

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

### **3.2.3 Informazione trasparente e completa**

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

### **3.2.4 Diligenza e accuratezza**

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

### **3.2.5 Imparzialità, equità ed eguaglianza**

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

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

### **3.2.6 Principio di qualità**

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

### **3.2.7 Principio di responsabilità**

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

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

### **3.2.8 Professionalità e formazione**

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

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

### **3.2.9 Tutela dell'ambiente**

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

Per l'esecuzione delle proprie attività, BMW Italia Retail S.r.l. si impegna affinché i progetti, i processi, le metodologie ed i materiali tengano conto dello sviluppo della ricerca scientifica e delle migliori esperienze in



materia ambientale, al fine del rispetto dell'equilibrio territoriale, della prevenzione dell'inquinamento, della tutela dell'ambiente e del paesaggio.

### **3.2.10 Contrasto al razzismo e alla xenofobia**

La Società ha come valore imprescindibile il contrasto ad ogni forma ed espressione di razzismo e xenofobia.

Essa pertanto ripudia qualunque attività che possa comportare la propaganda di idee fondate sulla superiorità o sull'odio razziale o etnico e la commissione di atti di discriminazione e di violenza, o anche solo l'istigazione o l'incitamento a tali atti, per motivi razziali, etnici, nazionali o religiosi.

Ciò nella consapevolezza che, se la propaganda ovvero l'istigazione e l'incitamento, commessi in modo che derivi concreto pericolo di diffusione, si fondano in tutto o in parte sulla negazione della Shoah o dei crimini di genocidio, dei crimini contro l'umanità e dei crimini di guerra, tali condotte possono costituire anche fonte di responsabilità ai sensi del D.Lgs. 231/2001.

Fenomeni quali il razzismo, la xenofobia, la negazione di crimini contro l'umanità, in qualsiasi forma essi vengano manifestati, ivi compresa la diffusione mediante stampa o social media, vengono condannati nel modo più assoluto.

### **3.3 Stakeholders o destinatari: ambito di applicazione del Codice Etico**

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

## **4. COMPORTAMENTO NELLA GESTIONE DEL BUSINESS**

### **4.1 Gestione del business in generale**

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

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

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

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

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

Nei rapporti con la P.A. –italiana o straniera- saranno inoltre osservati i principi stabiliti nel successivo paragrafo 4.3.

Nei rapporti con i Clienti, i fornitori e con i terzi in genere non sono ammesse offerte di denaro, elargizione di benefici di qualsivoglia natura o regalie tendenti ad ottenere vantaggi reali o apparenti di qualsivoglia natura, o che possano compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti o che ne possano influenzare l'indipendenza di giudizio (es. promesse di vantaggi economici, favori, raccomandazioni, promesse di offerte di lavoro), ovvero che siano diretti a condizionare il beneficiario e spingerlo a comportamenti contrari ai doveri d'ufficio, ad obblighi di fedeltà o comunque idonei a falsare la libera concorrenza.

Tali norme non ammettono deroghe nemmeno in quei Paesi nei quali offrire doni di valore a partner commerciali costituisce consuetudine.

Atti di cortesia commerciale sono consentiti purché di modico valore o comunque tali da non compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti né da poter essere interpretati, da un osservatore imparziale, come finalizzati ad acquisire vantaggi indebiti e/o in modo improprio; e comunque purché effettuati nel rispetto delle indicazioni contenute nelle procedure aziendali.

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

È proibita l'accettazione di denaro elargito da persone fisiche o giuridiche che sono o intendono entrare in rapporti di affari con la Società.

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

In generale, la Società condanna qualunque comportamento posto in essere dai Destinatari volto a promettere, offrire, elargire o accettare, in via diretta o indiretta, denaro o di altre utilità allo scopo di ottenere o mantenere un affare o assicurarsi un ingiusto vantaggio in relazione alle attività d'impresa.

La Società si impegna a non intrattenere né direttamente né indirettamente rapporti finanziari, economici e commerciali con soggetti che violino in qualsiasi modo le norme in materia di salvaguardia del lavoro minorile e di tutela delle donne e/o esercitino le attività di procacciamento od utilizzo illegale delle forze di lavoro attraverso il traffico di immigrati o la tratta degli schiavi. Lo sfruttamento del lavoro minorile e non, l'utilizzo di lavoro forzato, di abusi fisici o psichici o di punizioni corporali sono considerati assolutamente inaccettabili.

Inoltre, la Società condanna ogni forma di sfruttamento dell'immigrazione clandestina e si impegna a non intrattenere, né direttamente né indirettamente, rapporti economici e commerciali con soggetti (fisici o giuridici) dei quali sia conosciuto o sospettato lo svolgimento di attività illecite con riferimento alle fattispecie penali punite dal "*Testo Unico delle disposizioni concernenti la disciplina dell'immigrazione e norme sulle condizioni dello straniero*" (D.Lgs. 286/1998) e, in generale, dalla normativa sulla immigrazione.

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

Nelle transazioni commerciali è richiesta particolare accortezza nella ricezione e spendita di monete, banconote, titoli di credito e valori in genere, al fine di evitare il pericolo di immissione sul mercato di valori contraffatti o alterati.

#### **4.1.1 Trattamento delle informazioni riservate e divieto di utilizzazione delle stesse**

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

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

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

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

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

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

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

#### **4.1.2 Divieto di operazioni finalizzate al riciclaggio di denaro**

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

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

La Società deve sempre ottemperare all'applicazione delle leggi in tema di lotta alla criminalità organizzata ed antiriciclaggio, sia nazionali sia internazionali, in qualsiasi giurisdizione competente, nonché al rispetto delle leggi, regolamenti e provvedimenti delle Autorità Competenti in materia fiscale e tributaria.

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

#### **4.1.3 Riservatezza e tutela della privacy**

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

La Società, già conformatasi alle prescrizioni della precedente legge di riferimento (Legge 31.12.1996 n. 675 prima e D.Lgs. 196/2003 poi) in materia di tutela dei dati personali, opera attualmente in conformità con le disposizioni del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016, (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati, anche noto come "GDPR"), nonché al D.Lgs. 196/2003,

come riformato dal D.Lgs. 101/2018 (di seguito la “Normativa Privacy”). La Società opera altresì in linea con quanto previsto dal Legal Compliance Code.

La Società è rispettosa dei diritti riconosciuti agli interessati dalla Normativa Privacy, siano essi Collaboratori, Clienti o fornitori della Società, rendendo loro un’informativa completa e aggiornata sul trattamento dei dati – sia comuni che eventualmente rientranti nelle “categorie particolari” – acquisiti dalla Società o che verranno acquisiti e/o elaborati nel corso della propria attività, avendo individuato le basi giuridiche adeguate rispetto ai vari trattamenti, e applicando i principi imposti dalla Normativa Privacy (tra cui, i principi di liceità, correttezza e trasparenza, limitazione delle finalità, minimizzazione dei dati, esattezza, limitazione della conservazione, integrità e riservatezza, *accountability*).

Per una maggiore tutela e trasparenza nei confronti degli interessati, la Società, nella sua qualità di titolare del trattamento, ha ritenuto di affidare compiti specifici sul trattamento dei dati personali a figure interne qualificate della Società, in ottemperanza al principio di *accountability* cui lo stesso GDPR è permeato.

La Società, nel dare attuazione alla regola di cui all’art. 29 del GDPR, ha ritenuto di modulare le istruzioni da fornire ai soggetti che devono trattare dati sotto la sua responsabilità, in modo da prevedere delle figure intermedie, dotate anche di compiti organizzativi, definite come “Referenti Privacy”. Ha inoltre provveduto a consegnare formalmente a tutti gli autorizzati al trattamento le istruzioni specifiche per il tipo di attività che ciascuno di essi dovrà svolgere sui dati.

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

Così come previsto dalle Linee guida della Corporate Security, con riferimento alle informazioni (per tali intendendosi: dati personali e non; informazioni aziendali di qualsivoglia genere che non siano già di dominio pubblico, quali, a puro titolo esemplificativo: gli obiettivi di vendita, informazioni e dati sulla pianificazione e lo sviluppo dei prodotti, vicende aziendali...ecc.), ciascun Collaboratore della Società è tenuto a:

- non raccogliere, elaborare, memorizzare o, in qualsivoglia altra modalità, trattare le informazioni se non autorizzato da specifiche finalità aziendali;
- non elaborare le informazioni della Società, né pubblicarle, renderle accessibili o utilizzarle in qualsiasi altra modalità per finalità diverse dal legittimo svolgimento del compito specificamente assegnato;
- ai sensi e per gli effetti di cui all’art. 2105 c.c. e artt. 622 e 623 c.p., mantenere la completa segretezza e riservatezza, all’interno e all’esterno della Società, riguardo le informazioni acquisite durante l’attività lavorativa svolta per conto della Società. L’obbligo di segretezza e di riservatezza resterà valido anche in caso di cessazione del rapporto di lavoro;
- tenere segrete le password utilizzate per accedere ai sistemi ed applicativi della Società. Laddove una password divenisse in qualche modo nota a terzi non autorizzati, sia il proprio Responsabile che il Data Protection Privacy Officer (DPPO) devono essere tempestivamente informati e la password deve essere immediatamente cambiata;
- essere consapevole di assumersi la responsabilità di tutte le attività svolte dall’accesso alla relativa disconnessione, con le proprie utenze personali, ai sistemi aziendali;
- riconoscere ed accettare che la società detenga tutti i diritti sugli strumenti e/o programmi informatici eventualmente creati nell’ambito del rapporto contrattuale, fatte salve eventuali specifiche previsioni normative rilevanti a tal scopo;
- adoperarsi attivamente nel rispettare tutte le norme interne ed esterne (quali ad esempio Data Privacy, Antiriciclaggio, Antitrust) rilevanti per la Società al fine di garantire una condotta conforme da parte di quest’ultima e riducendo al minimo eventuali rischi di non conformità;
- rispettare tutti i contenuti delle policy, procedure, linee guida disponibili nella intranet aziendale, con particolare ma non esclusivo riferimento a quelli applicabili al ruolo aziendale ricoperto, impegnandosi a verificare periodicamente ogni aggiornamento di tali documenti.

#### **4.1.4 Tutela della proprietà industriale ed intellettuale**

La Società agisce nel pieno rispetto dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale legittimamente in capo a terzi, nonché delle leggi, regolamenti e convenzioni, anche in ambito comunitario e/o internazionale, a tutela di tali diritti.

A tal riguardo, tutti i Destinatari dovranno rispettare i legittimi diritti di proprietà industriale ed intellettuale di terzi e ad astenersi dall'uso non autorizzato dei suddetti diritti, nella consapevolezza che la violazione degli stessi può avere delle conseguenze negative sia per la Società che per il BMW Group.

In particolare, i Destinatari, nell'esercizio delle proprie attività, dovranno astenersi da qualsivoglia condotta che possa costituire usurpazione di titoli di proprietà industriale, alterazione o contraffazione di marchi e/o segni distintivi di prodotti industriali, ovvero di brevetti, disegni o modelli industriali, sia nazionali sia esteri, nonché astenersi dall'importare, commercializzare o comunque utilizzare o mettere altrimenti in circolazione prodotti industriali con marchi e/o segni distintivi contraffatti o alterati o mendaci ovvero realizzati usurpando titoli di proprietà industriale.

Tutti i Destinatari, inoltre, dovranno astenersi dall'utilizzare in qualsiasi forma, in modo illecito e/o improprio, nell'interesse proprio, aziendale o di terzi, opere dell'ingegno (o parti di esse) protette ai sensi della normativa sul diritto d'autore e particolarmente dalla Legge sul diritto d'autore (L. n. 633/1941).

#### **4.1.5 Contrasto alla criminalità organizzata**

La Società condanna fermamente e combatte con tutti gli strumenti a sua disposizione qualsiasi forma di criminalità organizzata, anche a carattere mafioso.

Particolare accortezza dovrà essere utilizzata dai Destinatari qualora si trovino ad operare in aree, sia in Italia sia all'estero, storicamente interessate da fenomeni di criminalità organizzata, al fine di prevenire il rischio di infiltrazioni criminali.

Particolare impegno sarà profuso dalla Società nella verifica dei doverosi requisiti di onorabilità ed affidabilità in capo alle controparti commerciali (quali ad esempio fornitori, consulenti, appaltatori, agenti, segnalatori/intermediari, clienti).

Nessun rapporto commerciale verrà intrapreso o proseguito con controparti commerciali di cui sia anche solo sospettata l'appartenenza o la contiguità ad organizzazioni criminali, o che siano sospettati di agevolare in qualsiasi forma, anche occasionale, l'attività di organizzazioni criminali.

### **4.2 Collaboratori**

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

#### **4.2.1 Impegni della Società**

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

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

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

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

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

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

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

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

I Servizi e gli uffici competenti devono:

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

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

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

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

La determinazione degli obiettivi deve essere condotta in conformità ai principi di correttezza ed equilibrio, non individuando obiettivi eccessivamente ambiziosi e/o difficilmente realizzabili attraverso l'ordinaria operatività e che possano indurre a comportamenti indebiti, ovvero a situazioni di conflitto di interesse.

#### **4.2.2 Obblighi dei Collaboratori**

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

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

I Collaboratori, pertanto, sono tenuti a:

- far proprie compiutamente le disposizioni del Codice Etico riguardanti la loro specifica mansione, anche partecipando a eventuali attività di formazione;
- adottare azioni e comportamenti coerenti con il Codice Etico e astenersi da ogni condotta che possa ledere la Società o comprometterne l'onestà, l'imparzialità o la reputazione;
- segnalare tempestivamente eventuali violazioni al Codice Etico con le modalità di cui al successivo paragrafo 5.2.2.1;

- uniformarsi a tutte le disposizioni interne, introdotte dalle Società allo scopo di osservare il Codice Etico o individuare eventuali violazioni dello stesso;
- consultare i propri responsabili e, se del caso, l'OdV, secondo quanto indicato nel successivo paragrafo 5.2.1.2., per ottenerne chiarimenti circa l'interpretazione del Codice Etico;
- cooperare pienamente alle eventuali indagini svolte in relazione a violazioni del Codice e delle procedure aziendali, mantenendo il più stretto riserbo circa l'esistenza di dette indagini e partecipare attivamente, ove richiesto, alle attività di internal auditing sul funzionamento del Codice Etico e delle procedure aziendali.

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

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

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

#### **4.2.3 Conflitto di interessi**

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

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

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

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

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

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

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

I soggetti terzi (quali ad esempio i consulenti, i fornitori, partner commerciali, altri Organizzati della rete di vendita ed assistenza) che operano per conto della Società hanno l'obbligo di astenersi dall'intrattenere

rapporti con la P.A., italiana o straniera, in ogni altro caso in cui sussistano conflitti di interesse o altre ragioni che vadano in contrasto con i principi richiamati dal presente Codice.

#### **4.2.4 Collaboratori in posizione di responsabilità**

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

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

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

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

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

La Società si impegna pertanto a:

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

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

#### **4.2.6 Pari opportunità, molestie e ambiente di lavoro**

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



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

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

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

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

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

In particolare, i Collaboratori della Società:

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

#### **4.2.7 Assunzioni**

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

La Società non tollera alcuna forma di lavoro irregolare.

È specificamente vietata l'assunzione di personale straniero privo del permesso di soggiorno ovvero con permesso di soggiorno scaduto e del quale non sia stato chiesto, nei termini di legge, il rinnovo, oppure con permesso di soggiorno revocato o annullato.

La Società rifiuta ogni forma di sfruttamento ed approfittamento dello stato di bisogno di tutti i lavoratori e si astiene da ogni rapporto con intermediari che siano anche solo sospettati di reclutare manodopera approfittando del suddetto stato di bisogno.

La Società si impegna al rigoroso rispetto della normativa vigente ed applicabile in materia di orario di lavoro, periodi di riposo, riposo settimanale, aspettativa obbligatoria, ferie.

Si impegna altresì a riconoscere ai lavoratori retribuzioni proporzionate rispetto alla qualità e quantità del lavoro prestato, e comunque in linea con le previsioni della contrattazione collettiva applicabile.

La Società condanna il ricorso a condizioni di lavoro, metodi di sorveglianza o situazioni alloggiative degradanti o potenzialmente pericolosi, ritenuti assolutamente inaccettabili.

#### **4.2.8 Impiego del tempo e dei beni aziendali; strumenti informatici**

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

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

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

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

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

È vietato, in particolare, ogni utilizzo dei mezzi e sistemi informatici e telematici –ivi compresi internet e posta elettronica- che possa rappresentare violazione delle leggi vigenti, nonché comunque offesa alla libertà, all'integrità e alla dignità delle persone, specialmente dei minori.

È vietato altresì ogni utilizzo dei mezzi e sistemi informatici e telematici che possa recare indebite intrusioni o danni a sistemi informatici e telematici altrui.

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

Inoltre, ogni Collaboratore dovrà:

- evitare di caricare sui sistemi aziendali software presi a prestito o non autorizzati, nonché estrarre copie non autorizzate di programmi su licenza per uso personale, aziendale o di terzi, ovvero commercializzare detti programmi;
- astenersi dall'abusivamente riprodurre, distribuire, presentare in pubblico, estrarre, duplicare, commercializzare software e/o il contenuto di una banca dati in violazione delle leggi sul diritto d'autore e segnatamente della Legge n. 633/1941.

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

#### **4.3 Pubblica Amministrazione**

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

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

I Destinatari che intrattengono rapporti con la P.A., italiana o straniera, ispirano ed adeguano la propria condotta al rispetto dell'imparzialità e del buon andamento cui è tenuta la P.A.. I contatti con la P.A., italiana o straniera, sono limitati a chi è specificatamente e formalmente incaricato dalla Società, di trattare o di avere contatti con tali amministrazioni, funzionari pubblici, enti, organizzazioni e/o istituzioni. Nel corso di una trattativa d'affari, di una richiesta o di un rapporto commerciale con Pubblici Ufficiali e/o Incaricati di

Pubblico Servizio, italiani o esteri, non possono essere intraprese – direttamente o indirettamente – le seguenti azioni, indicate a mero titolo esemplificativo e non esaustivo:

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

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

La Società condanna qualsiasi comportamento volto a conseguire, da parte dello Stato, delle Comunità Europee o di altro ente pubblico, qualsiasi tipo di contributo, finanziamento, mutuo agevolato o altra erogazione dello stesso tipo, per mezzo di dichiarazioni e/o documenti alterati o falsificati, o per il tramite di informazioni omesse o, più genericamente, per il tramite di artifici o raggiri, compresi quelli realizzati per mezzo di un sistema informatico o telematico, volti ad indurre in errore l'ente erogatore.

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

Qualsiasi attività di lobby può essere svolta soltanto ove permesso e nel rigoroso rispetto delle leggi vigenti e, in ogni caso, in conformità al Modello, al Codice Etico, al Legal Compliance Code del BMW Group e alle eventuali procedure specificamente prescritte dalla Società.

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

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

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

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

I rapporti con le Autorità Giudiziarie e gli organi di Polizia Giudiziaria, di ogni ordine e grado, dovranno essere improntati alla massima trasparenza, correttezza e collaborazione; a tal proposito, i Destinatari – soprattutto qualora vengano coinvolti in procedimenti giudiziari- dovranno astenersi dall'adottare comportamenti reticenti, omissivi o che possano risultare, anche indirettamente e/o involontariamente, di intralcio all'operato degli organi di Giustizia. Analogamente, i Destinatari dovranno astenersi da qualsivoglia pressione o minaccia, anche mediante l'utilizzo di violenza fisica, nonché da qualsivoglia offerta di denaro o altra utilità, al fine di indurre un soggetto a non rendere dichiarazioni ovvero a rendere dichiarazioni false avanti un'Autorità Giudiziaria.

In occasione di qualsivoglia tipologia di accesso effettuato dalla P.A. il/i Collaboratore/i coinvolto/i dovrà/anno, qualora ciò non sia già stato effettuato, informare immediatamente il proprio Capo Servizio o, in difetto, la Direzione della presenza presso le sedi della Società di membri della P.A. e attenersi scrupolosamente alle istruzioni che il Capo Servizio dovesse emanare. In ogni caso, sarà il Capo Servizio a gestire il rapporto con i membri della P.A. o le persone dallo stesso incaricate/delegate. Il Capo Servizio o la Direzione dovranno dare all'OdV immediata comunicazione dell'ispezione/accesso/verifica e del suo esito. La Società impone ai Collaboratori di offrire la massima disponibilità e collaborazione nei confronti di chiunque venga a svolgere ispezioni e controlli per conto dell'INPS, del Ministero della Salute, del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, del Ministero dell'Economia e delle Finanze e di qualunque altra Pubblica Amministrazione.

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

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

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

#### **4.4 Altri terzi**

##### **4.4.1 Soci**

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

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

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

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

##### **4.4.2 Fornitori**

La selezione dei fornitori e la formulazione delle condizioni di acquisto dei beni e servizi per la Società è dettata da valori e parametri di concorrenza, obiettività, correttezza, onorabilità, eticità, rispettabilità e

reputazione, imparzialità, equità nel prezzo, qualità del bene e/o del servizio, valutando accuratamente le garanzie di assistenza ed il panorama delle offerte in genere. In particolare, la sussistenza di tali requisiti sarà verificata prima dell'instaurazione della relazione contrattuale con i fornitori e successivamente, nel corso del rapporto contrattuale.

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

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

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

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

La Società esige dai propri fornitori di beni e servizi il pieno rispetto dell'eticità, della correttezza commerciale e della legalità, con particolare riferimento alle leggi a tutela della proprietà industriale ed intellettuale, alle leggi a tutela del consumatore, della libera concorrenza e del mercato, ed alle leggi di contrasto ai fenomeni di riciclaggio e criminalità organizzata, così come sancito nel Codice Etico.

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

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

È vietato ai Destinatari corrispondere omaggi, elargire denaro o benefici di qualsiasi genere, così come accettarli, al fine di conseguire o mantenere un affare ovvero al fine di ottenere un indebito vantaggio nelle relazioni con i propri fornitori.

Nello specifico, è vietato corrispondere omaggi, elargire denaro o benefici di qualsiasi genere a dirigenti o dipendenti di società fornitrici, al fine di indurre tali soggetti a compiere atti contrari ai propri doveri d'ufficio e/o ai propri doveri di fedeltà.

#### **4.4.3 Clienti**

Per raggiungere l'obiettivo descritto al precedente paragrafo 3.2.6., la Società si è dotata di apposite procedure nonché di un apposito "Manuale della Qualità". Tale Manuale descrive il Sistema di Gestione per la Qualità di BMW Italia Retail S.r.l., qualificato in base agli std QMA del BMW Group e certificato in base agli std ISO9001:2000, che ha come obiettivo quello di assicurare l'eccellenza dei processi interni, dei conseguenti risultati aziendali e dei servizi forniti ai Clienti.

I Collaboratori, nell'ambito dei rapporti con i Clienti e nel rispetto delle procedure interne, devono favorire la massima soddisfazione del Cliente, fornendo, tra l'altro, informazioni esaurienti, veritiere ed accurate sui prodotti ed i servizi forniti, impegnandosi e garantendo che le caratteristiche dei prodotti e servizi erogati ai Clienti corrispondano alle informazioni suddette, in modo da consentire scelte consapevoli.

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

BMW Italia Retail S.r.l. si impegna a garantire adeguati standard di qualità e sicurezza dei prodotti/servizi monitorando periodicamente la qualità percepita e la piena conformità (in termini di origine, provenienza, qualità, quantità) dei suddetti servizi/prodotti con quanto statuito nei suddetti standard di qualità e sicurezza, nei propri standard contrattuali e nelle proprie comunicazioni commerciali e pubblicitarie in genere.

Tali standard sono oggetto di monitoraggio periodico; il tutto in ossequio a quanto previsto dal Legal Compliance Code BMW Group.

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

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

È vietato ai Destinatari il coinvolgimento, a qualsiasi titolo, nella commercializzazione di prodotti e servizi aventi caratteristiche (per origine, provenienza, qualità, quantità) diverse da quelle dichiarate o pattuite ovvero recanti nomi, marchi o segni distintivi idonei a trarre in inganno il consumatore finale circa qualità, origine e provenienza dei prodotti/servizi offerti.

È vietato ai Destinatari corrispondere omaggi, elargire denaro o benefici di qualsiasi genere, così come accettarli, al fine di conseguire o mantenere un affare ovvero al fine di ottenere un indebito vantaggio nelle relazioni con i propri Clienti.

Nello specifico, è vietato corrispondere omaggi, elargire denaro o benefici di qualsiasi genere a dirigenti o dipendenti di società clienti, al fine di indurre tali soggetti a compiere atti contrari ai propri doveri d'ufficio e/o ai propri doveri di fedeltà.

#### **4.4.4 Concorrenti**

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

In modo particolare la Società e i Destinatari evitano pratiche (creazione di cartelli, spartizioni di mercati, limitazioni alla produzione o alla vendita, accordi condizionati, ecc.) tali da rappresentare una violazione delle leggi sulla concorrenza, così come evitano di porre in essere altre condotte che possano comportare una distorsione della concorrenza nell'acquisizione di beni e servizi, ad esempio mediante la corruzione di controparti contrattuali private.

Tutti i Destinatari dovranno inoltre astenersi dal porre in essere indebite pressioni, minacce, atti di violenza, artifici, mezzi fraudolenti o comunque condotte che possano impedire o turbare, in qualsiasi modo, lo svolgimento dell'attività commerciale ed imprenditoriale altrui ovvero il libero esercizio della concorrenza sul mercato.

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

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

#### **4.4.5 Comunicazioni e informazioni all'esterno**

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

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

L'informazione verso l'esterno deve essere omogenea, veritiera e trasparente ed avere ad oggetto notizie complete, accurate e concordanti. Le informazioni commerciali e pubblicitarie dovranno essere esaurienti, veritiere ed accurate e conformi alle caratteristiche effettive dei prodotti/servizi erogati.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **4.4.6 Organizzazioni politiche e sindacali**

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

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

#### **4.4.7 Ambiente**

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

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

Le attività aziendali sono svolte riducendo al minimo qualsiasi tipo di emissione, sulla base delle tecnologie disponibili.

Al fine di non arrecare danni all'ambiente la Società effettua specifici controlli volti a minimizzare emissioni inquinanti.

Inoltre i rifiuti generati dall'esercizio delle attività aziendali vengono regolarmente stoccati e smaltiti, attraverso il ricorso, ove necessario di soggetti specializzati e qualificati.

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

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

## **4.5 Contabilità e affari societari**

### **4.5.1 Informativa gestionale e contabile**

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

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

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

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

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

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

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

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

### **4.5.2 Principi relativi agli illeciti societari**

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

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

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

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

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

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



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

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

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

## **5. ATTUAZIONE E CONTROLLO**

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

La funzione di vigilanza sull'osservanza ed il funzionamento del Codice Etico è rimessa all'OdV.

L'OdV, previsto dall'art. 6 del D.Lgs. 231/2001, è un organo interno alla struttura della Società, dotato di poteri di iniziativa e di controllo, che lo stesso esercita in forma autonoma e indipendente.

All'OdV sono devoluti, altresì, poteri ispettivi e di controllo in ordine al funzionamento del Modello, degli elementi di cui esso si compone e del suo mantenimento, mediante aggiornamento periodico, anche al fine di prevenire la commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001.

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

L'OdV è altresì il referente dei Collaboratori per eventuali dubbi applicativi e interpretativi connessi al Codice Etico.

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

Rientra tra i compiti della Società la diffusione del Codice Etico tra i Collaboratori e la protezione ed assistenza di coloro che segnalino comportamenti non conformi al Codice Etico, tutelandoli da pressioni, ingerenze, intimidazioni e ritorsioni.

### **5.2 Le modalità di attuazione e controllo**

#### **5.2.1 Attuazione**

##### **5.2.1.1 Comunicazione e formazione**

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

- condiviso all'interno della Società, mediante consegna di copia dello stesso ai soci, agli organi sociali, ai Capi Servizio ed ai Collaboratori della Società. Una copia del Codice viene affissa nella bacheca aziendale nonché inserita nella Intranet aziendale e, in ogni caso, viene resa disponibile e consultabile presso la Direzione della Società nonché presso gli uffici competenti appartenenti alla struttura HR Italia (BMW Bank).
- diffuso all'esterno della Società mediante informativa specifica inviata a consulenti, fornitori, partner commerciali e Clienti nonché mediante segnalazione nella brochure della Società e/o pubblicazione sul sito web della Società, da cui è liberamente scaricabile e, in ogni caso, reso disponibile e consultabile presso la Direzione della Società.

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

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

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

### **5.2.1.2 Questioni interpretative inerenti il Codice Etico**

Per quesiti relativi all'interpretazione e all'applicazione di specifiche norme o per chiarimenti sul Codice Etico, i Collaboratori dovranno contattare l'OdV.

### **5.2.1.3 Modifiche e revisioni**

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

### **5.2.1.4 Conflitti con il Codice Etico**

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

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

## **5.2.2 Controllo**

### **5.2.2.1 Segnalazione delle violazioni**

La Società garantisce a tutti i Destinatari l'accessibilità a uno o più canali che consentano di presentare, a tutela dell'integrità dell'ente, segnalazioni circostanziate (di seguito le "Segnalazioni") di irregolarità o illeciti e, tra queste, di:

- condotte illecite, presunte o effettive, rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001 e fondate su elementi di fatto precisi e concordanti;
- violazioni, presunte o effettive, del Modello o del Codice Etico adottati dalla Società.

Tutti i Destinatari del Modello possono presentare le Segnalazioni, qualora in buona fede ritengano sussistenti condotte illecite o violazioni del Modello o del Codice Etico di cui siano venuti a conoscenza in ragione delle funzioni svolte. La Segnalazione si intende effettuata in buona fede quando la stessa è effettuata sulla base di una ragionevole convinzione fondata su elementi di fatto e circostanziati.

Le Segnalazioni possono avvenire tramite vari canali alternativi idonei a garantire la riservatezza dell'identità del segnalante, indicati all'interno della procedura di gruppo denominata "Procedura per le segnalazioni delle violazioni (cd. "whistleblowing")", applicabile a tutte le società del BMW Group Italia.

I canali previsti sono:

- uno strumento informatico appositamente implementato con modalità idonee a garantire la riservatezza dell'identità del Segnalante, la "SpeakUp line". **Per accedere al servizio web utilizzare il seguente link: [www.speakupfeedback.eu/web/trust/it](http://www.speakupfeedback.eu/web/trust/it) ed il codice di accesso 63382. Per accedere al servizio telefonico (utilizzabile per lasciare un messaggio vocale) utilizzare il seguente numero: 800 787 639 ed il codice di accesso 63382 (NDR da confermare a cura del Cliente: nel Modello approvato il 30.04.2018 da BMW Italia, a proposito della SpeakUp line, è stato specificato: "I canali previsti sono: - uno strumento informatico appositamente implementato con modalità idonee a garantire la riservatezza dell'identità del Segnalante, la "SpeakUP line". Per accedere al servizio web utilizzare il seguente link: [www.speakupfeedback.eu/web/trust/it](http://www.speakupfeedback.eu/web/trust/it) ed il codice di accesso 63382. Per accedere al servizio telefonico (utilizzabile per lasciare un messaggio vocale) utilizzare il seguente numero: 800 787 639 ed il codice di accesso 63382". Da valutare se tali previsioni relative alla SpeakUp line sono valide anche per BMW Italia Retail. Rimane confermato, come canale alternativo, l'utilizzo della casella e-mail dell'OdV)**
- una casella e-mail riservata ed accessibile ai soli componenti dell'OdV ([odv\\_bmwretail@bmw.it](mailto:odv_bmwretail@bmw.it)).

Le Segnalazioni possono essere anche anonime, ma in tal caso verranno prese in considerazione solo se sufficientemente precise e circostanziate di elementi tali da rendere possibile la comprensione di quanto accaduto e l'avvio di una indagine.

In ogni caso, è assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante e dell'informazione in ogni contesto successivo alla Segnalazione stessa, fatti salvi gli obblighi di legge e la tutela dei diritti della Società o delle persone accusate in mala fede.

La Società garantisce comunque i segnalanti in buona fede contro qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione per motivi collegati, direttamente o indirettamente, alla segnalazione, fatto salvo il diritto degli aventi causa di tutelarsi qualora siano accertate in capo al segnalante responsabilità di natura penale o civile legate alla falsità della dichiarazione e fatti salvi gli obblighi di legge.

### 5.2.2.2 Trattamento delle infrazioni

L'OdV, una volta rilevate eventuali violazioni delle norme del Codice Etico, le segnala agli organi competenti ad assumere le relative iniziative disciplinari, secondo le modalità previste dal Sistema Disciplinare, in base alla tipologia di trasgressione.

### 5.2.2.3 Cogenza del Codice Etico e sistema disciplinare

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

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

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

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

## 6. ALLEGATI

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

All. 2 Legal Compliance Code del BMW Group

## **I 10 PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT**

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

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

I 10 principi sono:

### Diritti umani

#### Principio I

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

#### Principio II

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

### Lavoro

#### Principio III

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

#### Principio IV

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

#### Principio V

l'effettiva eliminazione del lavoro minorile; e

#### Principio VI

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

### Ambiente

#### Principio VII

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

Principio VIII

di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale; e

Principio IX

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

Principio X

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