

# LEGAL COMPLIANCE CODE DEL GRUPPO BMW. COMPLIANCE. DRIVING THE RIGHT WAY.



**PUBBLICATO A CURA DI**

Bayerische Motoren Werke  
Aktiengesellschaft  
BMW Group Compliance Committee Office  
80788 Munich  
Germany  
<http://compliance.bmwgroup.net>

© BMW AG, Novembre 2019

LCC-IT-INT-201911

**BMW  
GROUP**



Rolls-Royce  
Motor Cars Limited



**“Il Gruppo BMW impronta la propria gestione al pieno rispetto della legalità e della condotta responsabile.”**

#### **CARI COLLEGGHI,**

Per il successo della nostra azienda è fondamentale operare sempre in modo responsabile e nel pieno rispetto della legge. In qualità di membri del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, abbiamo fissato standard molto elevati per la nostra condotta e per quella di ogni singolo dipendente del Gruppo BMW. Questo approccio fa parte della nostra cultura aziendale ed è la ragione per cui i nostri clienti, azionisti, partner e il pubblico in generale ripongono in noi la loro fiducia. Anche solo singole violazioni ai disposti normativi possono provocare danni ingenti all'eccellente reputazione di cui gode il Gruppo BMW, immagine che cerchiamo di mantenere con il massimo impegno. Ecco perché ognuno di noi ha l'obbligo di agire con senso di responsabilità e nell'osservanza della legge.

Siamo consci del fatto che l'aumento dell'internazionalizzazione dell'attività, così come la numerosità e complessità dei regolamenti vigenti, aumentano il rischio di infrangere la legge. Per questo motivo i membri del Consiglio di Amministrazione hanno congiuntamente redatto questo Codice di Condotta. Il Codice è applicabile a livello globale, ovunque il Gruppo BMW sia operativo, ed ha il compito di aiutare a riconoscere i rischi legali e a prevenire qualsiasi tipo di violazione delle normative. I colleghi membri del Consiglio di Amministrazione ed io vi chiediamo di leggere attentamente il Codice e di adottarlo come criterio di condotta vincolante. In questo modo darete un contributo vitale al successo del Gruppo BMW, adesso e per gli anni a venire. Questo perché per il Gruppo BMW ogni singolo dipendente è di fondamentale importanza.

**Oliver Zipse a nome del Consiglio di Amministrazione di BMW AG**



## CONTENUTO

<b>1. CONDOTTA RESPONSABILE E NEL RISPETTO DELLA LEGGE</b>	<b>6</b>
<b>2. IL QUADRO LEGISLATIVO – LA PANORAMICA</b>	<b>8</b>
2.1. Prodotti, servizi, clienti e mercati del Gruppo BMW	8
2.2. Il Gruppo BMW e la concorrenza	10
2.3. Prevenzione della corruzione	12
2.4. Protezione dei dati personali	14
2.5. Principio del rispetto reciproco – Nessuna discriminazione	15
2.6. Sicurezza nell'ambiente lavorativo	15
2.7. Tutela dell'ambiente	16
2.8. Tutela dei beni della Società	17
2.9. Trasparenza per gli investitori	18
2.10. Correttezza nel rapporto con i partner commerciali	20
2.11. Rapporto con le Autorità	20
<b>3. IMPLEMENTAZIONE DEL “LEGAL COMPLIANCE CODE”</b>	<b>21</b>



## 1. CONDOTTA RESPONSABILE E NEL RISPETTO DELLA LEGGE.

**Una condotta responsabile e corretta è parte integrante delle nostre politiche aziendali e costituisce la base del successo nel lungo termine.**

Il Gruppo BMW si assume con grande serietà le sue responsabilità di natura ambientale e sociale: ha aderito ai dieci principi dello United Nations' Global Compact (Patto Globale delle Nazioni Unite) e ha siglato una dichiarazione congiunta sui diritti umani e sulle condizioni di lavoro con i rappresentanti dei lavoratori nazionali ed internazionali. E' sulla base di tali valori e principi che il Gruppo BMW ha creato una cultura aziendale fondata sulla fiducia, sul rispetto e sulla tolleranza reciproca.

Il presente Codice di Condotta vuole promuovere la conformità ai requisiti legali vigenti. Il Gruppo BMW pone in essere le misure necessarie ad assicurare che l'organo dirigente, i manager e tutto il personale, agiscano secon-

do standard corretti e conformi alle leggi ("legal compliance"). La totalità di tali misure viene definita "compliance management".

Le leggi applicabili definiscono lo schema di riferimento vincolante per le molteplici attività del Gruppo BMW nel mondo. È quindi obbligatorio per tutti i dipendenti conoscere ed essere fermamente orientati al rispetto delle leggi e delle normative applicabili. Si tratta infatti di una condizione determinante per l'immagine del Gruppo BMW ed allo stesso tempo aiuta a creare la fiducia nei prodotti e nei marchi del Gruppo. Questa fiducia è un bene essenziale per il successo dell'azienda.

Violazioni alle leggi possono produrre effetti negativi per la società, in termini di multe o richieste di risarcimenti. La reputazione del Gruppo BMW potrebbe risultare danneggiata, indebolendo gravemente la sua posizione

come fornitore di prodotti e servizi premium. In molti casi, anche la sola parvenza di violazione della legge può essere sufficiente a provocare conseguenze negative sull'opinione pubblica e sull'atteggiamento di clienti, azionisti o partner d'affari.

Il Gruppo BMW commercializza i suoi prodotti e servizi in tutto il mondo, con sedi in oltre 140 paesi. La globalizzazione dei suoi ambiti di operatività ci rende soggetti ad un'ampia gamma di normative e regolamenti nazionali ed internazionali.

Rispettando le normative vigenti ogni dipendente agisce nell'interesse del Gruppo BMW. I divieti e gli obblighi derivanti dalla legge devono essere osservati in tutti i casi anche qualora non dovesse sembrare conveniente o produttivo dal punto di vista del singolo o dell'azienda. Nel dubbio, la conformità alle

leggi deve sempre diventare prioritaria ed ogni dipendente deve accettarla come principio consolidato. Ciò ha valore anche nei casi in cui il management dia istruzioni contrarie.

Il presente Codice ha la funzione di dare evidenza alle disposizioni di legge rilevanti per il Gruppo BMW, definendone i principali ambiti, e di enfatizzare la natura vincolante di tali disposizioni. I principi fissati in questo documento si applicano in pari misura ai rapporti con colleghi, clienti, fornitori, partner d'affari ed enti pubblici.

Il presente Codice è applicabile a livello globale in tutte le sedi e a tutte le divisioni del Gruppo BMW; esso inoltre può essere integrato da programmi locali di conformità ove si verificasse la necessità di dover soddisfare ulteriori disposizioni normative nazionali o disposizioni aziendali.



## 2. IL QUADRO LEGISLATIVO – UNA PANORAMICA.

### 2.1. PRODOTTI, SERVIZI, CLIENTI E MERCATI DEL BMW GROUP.

#### **I veicoli del Gruppo BMW si trovano in tutto il mondo.**

I nostri clienti possono fare affidamento sul fatto che su tali veicoli sono soddisfatti tutti i requisiti legali richiesti come, ad esempio, i requisiti di omologazione (comprese le norme sulle emissioni) e le leggi ambientali. Per questo motivo il Gruppo BMW monitora, a livello mondiale, tutti i requisiti legali rilevanti ed integra, di conseguenza, le specifiche tecniche per lo sviluppo del veicolo. Per assicurarci le approvazioni e le certificazioni necessarie, lavoriamo a stretto contatto con le autorità competenti. Il Gruppo BMW Group ha elaborato processi e strutture adeguate in modo da avere prodotti conformi alle normative.

#### **La sicurezza è alla base della nostra responsabilità sul prodotto.**

I prodotti del Gruppo BMW sono sviluppati e

costruiti sotto lo stretto controllo del nostro sistema di gestione qualità. Noi controlliamo i nostri prodotti nel mercato e eseguiamo un follow up sulle segnalazioni relative alla sicurezza. Ove necessario, informiamo immediatamente le relative autorità competenti e prendiamo le misure necessarie a garantire la sicurezza dei nostri clienti.

#### **I nostri prodotti e servizi sono lo strumento di conquista dei clienti.**

I nostri prodotti e servizi suscitano emozioni attraverso strumenti pubblicitari. Quando pubblicizziamo un nostro prodotto rispettiamo i principi di trasparenza e correttezza di informazione previsti dalle leggi sulla tutela dei consumatori e sulla concorrenza leale. Diamo ai nostri clienti le informazioni di cui hanno bisogno affinché possano decidere con attenzione e consapevolezza.

#### **La qualità della nostra rete di vendita contribuisce al nostro successo al pari del fascino dei nostri prodotti e servizi.**

Al fine di raggiungere l'eccellenza nell'area delle vendite e del servizio di assistenza il Gruppo BMW ha adottato un approccio selettivo nella scelta dei partner che costituiscono la propria rete distributiva. Infatti solo i "concessionari autorizzati" dal Gruppo BMW hanno la facoltà di vendere i veicoli nuovi. Le strutture di vendita ed assistenza che fanno parte del settore automobilistico devono rispettare specifici requisiti legali in quasi tutti i mercati del mondo. Tali requisiti, oltre alle clausole contrattuali, disciplinano le relazioni tra il Gruppo BMW e i suoi concessionari autorizzati ed aiutano a tutelare e incentivare la concorrenza nel rispetto delle leggi antitrust. Queste leggi e prescrizioni vietano in particolare azioni mirate alla determinazione dei prezzi con i concessionari o altre operazioni che possano incoraggiare tale pratica di determinazione del prezzo.

#### **Le operazioni internazionali del Gruppo BMW sono soggette alle leggi e normative commerciali, fiscali e doganali straniere.**

Nell'ambito dello sviluppo e del rafforzamento dei processi a livello mondiale, il Gruppo BMW, ha anche l'obbligo di adempiere a tutte le normative che fanno riferimento a legislazioni straniere in tema commerciale, fiscale e doganale. I reparti operanti in questi ambiti sono responsabili del corretto pagamento delle tasse ed imposte. La collaborazione e lo scambio di informazioni accurate tra le società del Gruppo operanti nei diversi paesi ed i reparti legali centrali, deve garantire il rispetto dei pagamenti dovuti, delle normative e degli adempimenti previsti, nonché del nostro dovere di collaborazione con le autorità al fine di evitare violazioni delle normative doganali.

#### **Servizi finanziari e assicurazione – generare fiducia offrendo ai clienti i giusti consigli sulle loro reali necessità.**

Molte persone si affidano ai servizi offerti da BMW Group Financial Services – non solo per quanto riguarda il finanziamento del veicolo, ma anche per altri ambiti. Al fine di tutelare i consumatori sono previste delle disposizioni legislative e normative specifiche, e tutta l'organizzazione del Settore Finanziario è concepita in modo tale da garantire l'osservanza di tali disposizioni. A questo scopo sono state messe in atto molte misure interne che vanno al di là della conformità alle leggi. L'applicazione di queste misure è soggetta a monitoraggio continuo oltre che all'esame di revisori esterni e dei relativi enti di regolamentazione dei servizi bancari e finanziari.

È di fondamentale importanza, nel rapporto di fiducia con i clienti, gestire i loro dati con correttezza e nel rispetto delle disposizioni legislative e degli accordi contrattuali (es.: la legge sulla tutela dei dati e le normative sulla riservatezza bancaria). In osservanza delle disposizioni legislative, informiamo i nostri clienti utilizzando un linguaggio chiaro e comprensibile riguardo ai nostri prodotti finanziari e a quelli di terzi che potremmo vendere in qualità di agenti, come titoli e polizze di assicurazioni. In molti paesi queste attività devono essere documentate in modo specifico. In alcuni casi è previsto l'obbligo di acquisire informazioni sulle condizioni personali dei clienti e sulla loro precedente esperienza relativa ai prodotti finanziari.

Abbiamo implementato strumenti per controllare l'identità e l'integrità dei nostri clienti (Principio "Know Your Customer") non solo allo scopo di contrastare il riciclaggio di denaro, ma anche nel nostro stesso interesse. Tale principio è valevole per tutte le aree di business del Gruppo BMW.

## 2.2. BMW GROUP E LA CONCORRENZA.

### **La concorrenza leale è un requisito fondamentale per raggiungere il successo attraverso la performance aziendale.**

Il Gruppo BMW riconosce senza riserva i principi dell'economia di mercato e della concorrenza leale. Noi perseguiamo i nostri obiettivi aziendali solo sulla base del nostro lavoro e nell'osservanza delle leggi contro la concorrenza sleale. Ci aspettiamo che i nostri concorrenti e i nostri partner si comportino nello stesso modo.

### **Sono strettamente vietati gli accordi che ostacolano la concorrenza leale.**

Il Gruppo BMW compete nel mercato automobilistico non solo per la vendita di veicoli e di servizi finanziari, ma anche nell'area dello sviluppo ed acquisizione dei materiali di produzione. A prescindere dalla specifica situazione, la primaria e fondamentale norma antitrust è quella che vieta di siglare qualsiasi accordo commerciale con concorrenti – in particolare per quanto riguarda prezzi, condizioni commerciali, piani produttivi, quote di vendita o quote di mercato.

Qualsiasi operazione deliberatamente coordinata che limiti la concorrenza leale è vietata. Il divieto persiste indipendentemente dal fatto che avvenga sulla base di un accordo o in seguito a conversazioni informali, ed è importante evitare anche la sola parvenza di tale violazione.

Particolare attenzione va prestata a contesti e convegni organizzati dalle associazioni di settore (automobilistico e non): le opportunità di incontro e di discussione create da tali eventi non devono essere usate per scambi di informazioni commerciali, o aziendali, riservate allo scopo di influenzare le condi-

zioni di mercato. Ciò si applica anche allo scambio di informazioni provenienti da ricerche di mercato e progetti di benchmarking.

### **Quando operiamo con reti di fornitori assicuriamo a tutti la libertà di operare in maniera indipendente.**

Lo sviluppo e la produzione di veicoli prevede processi complessi ad alto impiego di manodopera che necessitano di una rete di collegamenti tra fornitori e partner di sviluppo. Il modo in cui queste reti sono organizzate non deve limitare la libertà delle parti coinvolte di scegliersi i partner d'affari o di determinare termini e condizioni.

### **L'acquisto e la vendita di aziende serve a rafforzare la posizione competitiva del Gruppo BMW.**

Operazioni quali l'acquisto e la vendita di

aziende sono soggette a specifici controlli, come quelli stabiliti dalla Commissione UE, dalla US Federal Trade Commission e da altre autorità nazionali antitrust. Alcune fusioni, ed altre operazioni similari, non possono essere completate senza aver preventivamente informato le relative autorità antitrust ed aver ottenuto la loro approvazione.

### **Il mancato rispetto delle normative antitrust comporta gravi conseguenze.**

Il mancato rispetto della normativa sulla concorrenza sleale ed antitrust può generare gravi conseguenze, tra le quali ad esempio: sanzioni pecuniarie, condanne penali, pesanti ammende, azioni legali per occultamento dei guadagni e per responsabilità civile. Questi ambiti, soggetti ad un elevato livello di inter-

pretazione e valutazione, richiedono una conoscenza approfondita delle normative e delle procedure previste ed applicate dalle autorità. L'ufficio Affari Legali del Gruppo BMW deve sempre essere consultato su questioni inerenti le procedure applicabili relative alle transazioni e per qualsiasi dubbio in materia di concorrenza e antitrust.

Informazioni più dettagliate in materia antitrust sono contenute nella policy del Gruppo BMW "Antitrust Compliance", applicabile a tutte le società appartenenti al Gruppo BMW.



## 2.3. PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE.

### **Il BMW Group interviene con fermezza per contrastare la corruzione.**

La corruzione è un problema globale che provoca un danno economico enorme. Ostacola la concorrenza leale, in quanto generalmente non permette al miglior fornitore di competere su una base equa. Quale azienda responsabile, il Gruppo BMW assume una posizione ferma sulla lotta alla corruzione - e si aspetta lo stesso dai suoi partner commerciali.

### **La Rete globale di produzione e vendita del Gruppo BMW comprende diversi sistemi giuridici e molteplici contesti culturali.**

L'ambito globale all'interno del quale opera il Gruppo rappresenta un contesto sfidante ai fini della prevenzione della corruzione. In questo contesto i temi che per il Gruppo BMW possono essere sensibili sono connessi ad ospitalità per eventi, ad omaggi, ai costi inerenti l'ingaggio di speakers, alla fornitura di veicoli, di servizi shuttle, a sconti, concorsi od operazioni a premio, sponsorizzazioni, donazioni (ad esempio a istituti di beneficenza) e le adesioni ad eventuali associazioni.

Il principio cardine prevede che tali benefici per i partner commerciali o per i giornalisti, siano consentiti solo entro limiti prestabiliti. Particolare attenzione va prestata ai rapporti con funzionari appartenenti alla Pubblica Amministrazione e con persone che ricoprono ruoli politici e pubblici quali ad esempio: funzionari pubblici, giudici/magistrati, politici e altri rappresentanti delle istituzioni pubbliche o membri del Parlamento. Queste figure non devono essere destinatarie di omaggi, beni materiali o altra forma di beneficio quali ad es. Inviti, che potrebbero compromettere la loro imparzialità. Le dazioni effettuate in



tali circostanze sono da considerarsi illegittime, così come la dazione di somme di denaro non dovute (tangenti) è proibita. Queste ultime sono generalmente piccoli pagamenti effettuati ad un pubblico ufficiale per incoraggiarlo a compiere o ad accelerare un processo.

### **Ad ogni dipendente si richiede di mantenere un comportamento coerente ai principi di compliance attraverso la separazione degli interessi privati da quelli aziendali.**

La corruzione deriva spesso da situazioni di conflitto di interesse, generate da situazioni nelle quali per esempio le attività professionali sono influenzate da interessi privati. Il Gruppo BMW esorta tutti i dipendenti ad evitare situazioni che possano provocare un conflitto di interesse. Tali circostanze, anche solo potenziali, devono essere discusse con il responsabile della funzione di appartenenza, con il reparto centrale del gruppo responsabile per la Compliance, o con l'Ufficio Legale competente.

### **Ogni fornitura deve essere aggiudicata al miglior offerente, l'instaurazione di nuove relazioni commerciali deve sempre fondarsi su criteri oggettivi di valutazione.**

L'instaurazione di nuove relazioni commerciali, o il loro mantenimento, deve sempre essere basata su criteri oggettivi, quali ad esempio la qualità, il prezzo, le caratteristiche tecniche dei prodotti o servizi offerti e l'affidabilità del business partner. Le decisioni commerciali non devono essere influenzate da raccomandazioni fatte da parte di altri dipendenti del Gruppo BMW, non devono essere influenzate da interessi e/o rapporti privati, né devono essere motivate da vantaggi materiali o immateriali. È importante evitare anche solo l'apparenza di scorrettezza.

Lo stesso vale nella situazione inversa: in qualità di fornitore "premium", conquistiamo i clienti attraverso i nostri prodotti e servizi e non offrendo vantaggi indebiti.

### **I dipendenti del Gruppo BMW non devono accettare, chiedere, offrire o concedere alcun vantaggio personale in connessione con le attività svolte per conto della società.**

I dipendenti non sono solo soggetti al divieto di accettare o concedere vantaggi sotto forma di denaro, ma anche vantaggi, benefici o favori (ad esempio, inviti e regali) in altre forme, che potrebbero comunque influenzare l'obiet-

tività professionale della persona. Per questo motivo, i benefici monetari e non monetari che vanno oltre la prassi commerciale "abitua e ragionevole" devono essere rifiutati. Lo stesso dicasi per i benefici destinati a persone vicine o legate al dipendente come familiari o amici intimi.

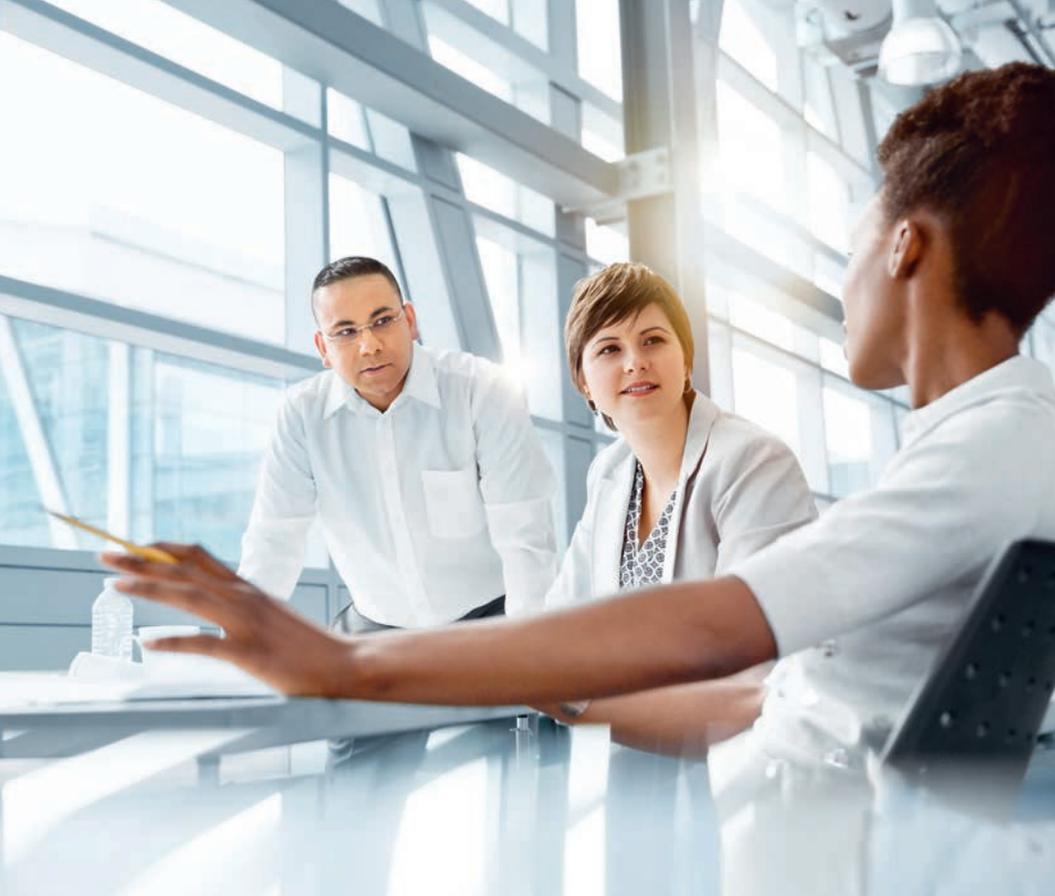
Il mancato rispetto di tali principi non è in alcun modo giustificabile.

Per supportare i propri dipendenti nella valutazione di ciò che può essere considerato "consuetudinario e ragionevole", il Gruppo BMW ha definito dei precisi limiti e criteri. Tali criteri sono applicabili sia per valutare la fattibilità di un omaggio sia per valutarne l'accettabilità, indipendentemente dal fatto che si tratti di un omaggio, di una cena o di benefici elargiti sotto altra forma. Nell'ipotesi di benefici con un valore significativo è obbligatorio avere la preventiva approvazione del Capo Servizio/Top Management.

Informazioni più dettagliate sul tema della "prevenzione della corruzione" sono contenute nella policy "prevenzione della corruzione", che si applica a tutte le entità del Gruppo BMW.

### **Rapporti commerciali trasparenti ed affidabili sono un fattore chiave nella prevenzione della corruzione.**

La responsabilità di prevenire la corruzione deve essere condivisa con i nostri partner commerciali. Il Gruppo BMW ha implementato un processo strutturato denominato "Compliance Due Diligence" finalizzato all'analisi dei partner commerciali in tale ottica. Ciò è particolarmente rilevante per alcune categorie di partner commerciali (dealers) ed alcune tipologie di fornitori di servizi (agenzie e consulenti).



## 2.4. PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI.

### **Operiamo nel pieno rispetto delle disposizioni sulla protezione dei dati personali.**

L'utilizzo di avanzate tecnologie informatiche solleva molte questioni relative al diritto di ogni persona di decidere il modo in cui le proprie informazioni personali possano essere usate. Per noi questo diritto riveste un'enorme importanza. Il Gruppo BMW pone attenzione alle questioni legate alla protezione dei dati nella gestione dei dati personali dei propri clienti, dipendenti e partner commerciali. A questo proposito il Responsabile della Protezione Dati del Gruppo BMW deve fornire supporto ai vari reparti. Le informazioni personali vengono registrate, elaborate e utilizzate solo se ciò è permesso dalla legge o se la persona coinvolta ha dato il suo consenso per tali trattamenti. Il Gruppo BMW opera nel rispetto del principio di trattamento dei soli dati necessari e della trasparenza nella loro elaborazione.

## 2.5. PRINCIPIO DEL RISPETTO RECIPROCO – NESSUNA DISCRIMINAZIONE.

### **La diversità e l'unicità dei nostri dipendenti guida le performance ed è la forza innovativa del Gruppo BMW.**

La forza lavoro del Gruppo BMW è motivata e competente. Ogni lavoratore merita rispetto come individuo. Di conseguenza le modalità di interazione che caratterizzano il contesto lavorativo del Gruppo BMW si basano sulla stima reciproca, sulla comprensione e sui principi di disponibilità e lealtà.

### **Discriminazioni e molestie non sono tollerate.**

Nessuno sarà svantaggiato, favorito o molestato in virtù delle origini etniche, del colore della pelle, della nazionalità, del sesso, della religione o credo, di un handicap, dell'età, dell'orientamento sessuale o di altre caratteristiche che sono tutelate dalla legge. Per

questa ragione, il Gruppo BMW sostiene le politiche governative locali al fine di superare le conseguenze di condotte discriminatorie del passato.

Ogni forma di molestia in ambito lavorativo, comprese le molestie sessuali, è severamente proibita. Tutti hanno il diritto di essere protetti dalle molestie, indipendentemente dal fatto che la persona che le mette in atto sia convinta della liceità del suo comportamento o che la persona che la subisce possa essere in grado di evitarla.

È dovere di ogni manager dare l'esempio con il proprio comportamento e garantire che il reparto di cui è responsabile sia scevro da discriminazioni e molestie.

## 2.6. SICUREZZA NELL'AMBIENTE LAVORATIVO.

### **La gestione della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro ed il benessere dei dipendenti, sono importanti priorità del Gruppo BMW.**

Le disposizioni sulla tutela del lavoratore e sulla salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro devono essere strettamente osservate al fine di prevenire infortuni. La sicurezza nei luoghi di lavoro è un dovere primario di ognuno di noi. A questo riguardo un ruolo importante deve essere svolto dai manager con il loro esempio.

Noi progettiamo e rendiamo operativi i nostri siti seguendo con stretta osservanza le normative in materia di sicurezza. In questo modo si riduce il rischio di incidenti e si garantisce il buon funzionamento dei nostri impianti. I dirigenti devono essere consci della responsabilità e dei doveri aziendali nei confronti della sicurezza dei luoghi di lavoro e devono assicurarsi che i dipendenti che lavorano in uno stabilimento siano selezionati con cura e formati adeguatamente.

## 2.7. TUTELA DELL'AMBIENTE.

### **Il Gruppo BMW ha un atteggiamento responsabile verso l'ambiente.**

Il successo a lungo termine può essere raggiunto solo attraverso una gestione sostenibile delle attività aziendali. A questo riguardo le normative a tutela dell'Ambiente e a tutela della salute e benessere degli animali fissano standard vincolanti per il Gruppo BMW, i quali ci aspettiamo siano rispettati anche dai fornitori. Tutti i dipendenti, che sono responsabili delle strutture e delle attività che possono avere un impatto sull'ambiente, o sulla salute degli animali, sono consapevoli della responsabilità del rispetto delle normative applicabili. A tal proposito ricevono supporto dal Responsabile della Tutela Ambientale del Gruppo BMW e dalla sua organizzazione. Le normative ambientali condizionano tutte le fasi della vita di un veicolo. A partire dallo sviluppo, per esempio, nel campo della mobilità elettrica, garantendo la sicurezza delle nuove ed esistenti tecnologie, alla selezione dei materiali e dei fornitori tenendo in adeguata considerazione anche gli aspetti ecologici, ed infine al trattamento eco-responsabile della rottamazione dei veicoli.

## 2.8. TUTELA DEI BENI DELLA SOCIETÀ.

### **Le innovazioni e i marchi devono essere tutelati.**

Le innovazioni, il know-how e l'esperienza, sono elementi chiave del successo che il Gruppo BMW riscuote nello sviluppo e nella creazione di prodotti e servizi attraenti. Per mantenere la nostra leadership sulla concorrenza, queste innovazioni e capacità devono essere salvaguardate contro le imitazioni.

Nel campo dell'ingegneria e della progettazione, il Gruppo BMW utilizza gli strumenti legali disponibili per la tutela delle innovazioni, in primo luogo tramite l'ottenimento dei diritti di proprietà intellettuale (brevetti, brevetti industriali, marchi commerciali, ecc.). A questo fine, la divisione Affari Legali e Brevetti del Gruppo deve essere informata circa le innovazioni importanti nei diversi settori tecnici di tutto il Gruppo.

### **Responsabilità individuale nella gestione di informazioni riservate.**

Quando lavoriamo assieme a fornitori, partner per lo sviluppo, costruttori di veicoli, concessionari o altri partner d'affari è essenziale proteggere le informazioni riservate, il know-how e i segreti industriali del Gruppo BMW. I dati e le informazioni di cui un dipendente venga a conoscenza durante lo svolgimento del suo lavoro per l'azienda possono essere usati solo dietro autorizzazione. Prima di divulgare qualsiasi informazione di tale natura a soggetti interni o esterni all'azienda, ogni individuo ha la responsabilità di assicurarsi che colui che riceve le informazioni abbia il diritto di ottenerle. A seconda dell'importanza delle informazioni, può essere necessario prendere ulteriori misure di sicurezza come accordi di riservatezza o il diritto di effettuare dei controlli.



### **Gestione responsabile della proprietà intellettuale di terzi.**

Le informazioni riservate ed il know-how di terzi devono essere rispettati e protetti. Usiamo tali conoscenze solo se le abbiamo ottenute con mezzi leciti o se sono state acquisite da fonti accessibili al pubblico. I diritti di proprietà commerciale di terzi (brevetti, disegni e marchi) devono essere rispettati e possono essere utilizzati solo con l'autorizzazione del titolare dei diritti stessi.

### **La proprietà aziendale deve essere rispettata e tutelata.**

Ogni dipendente è responsabile della tutela e dell'uso corretto della proprietà e dei beni materiali appartenenti al Gruppo BMW. Le strumentazioni e altri beni appartenenti alla società (es., veicoli, attrezzature, pezzi di ricambio, forniture d'ufficio, documenti, computer, supporti per archiviazione, ecc.) possono essere utilizzati solo per scopi aziendali. Essi devono essere protetti contro la perdita, il furto, il danno o l'improprio utilizzo. I dipendenti non sono autorizzati a spostare alcuno di questi beni dai luoghi aziendali senza autorizzazione.

### **La sicurezza informatica è una tematica oggetto di particolare attenzione.**

L'elaborazione elettronica dei dati è una componente indispensabile della nostra struttura aziendale. Interferenze con i sistemi informatici potrebbero causare un blocco dei sistemi di produzione e dei processi di vendita. Tutti i dipendenti devono attenersi alle norme di sicurezza previste dal dipartimento informatico e svolgere un ruolo attivo nel garantire il rispetto di tali norme. Per esempio, gli allegati alle e-mail, apps, file scaricati da Internet o file memorizzati su supporti elettronici, non devono essere aperti o installati senza che siano stati controllati.



## **2.9. TRASPARENZA PER GLI INVESTITORI.**

### **La trasparenza genera fiducia nei mercati finanziari.**

Il Gruppo BMW gode della fiducia degli investitori che finanziano le sue attività in tutto il mondo. Questa fiducia si fonda sulla trasparenza nei bilanci, nell'informativa finanziaria e nel pari trattamento applicato agli investitori da parte del Gruppo BMW.

L'obbligo dell'informativa finanziaria verso l'esterno derivante dalla presenza di BMW AG nel mercato azionario e dall'emissione di obbligazioni multinazionali è di ampia portata. Nei suoi rendiconti commerciali annuali e alle conferenze degli analisti il Gruppo BMW fornisce informazioni chiare ed affidabili su questioni attinenti ai mercati finanziari. Vengono comunicate, ad esempio, tutte le transazioni che possono influenzare il valore delle azioni BMW AG concluse da persone con alte responsabilità manageriali.

I membri del Consiglio di Amministrazione devono assicurarsi che i bilanci siano redatti con precisione. Questi bilanci si basano sulle informazioni generate dai diversi reparti che

fanno parte della società. Tutti i dipendenti coinvolti devono quindi accertarsi che il loro contributo sia accurato e completo.

### **L'insider trading è proibito – la conoscenza di informazioni riservate impone un obbligo particolare di riservatezza e discrezione.**

Chiunque abbia accesso a informazioni riservate che possano influenzare sensibilmente il prezzo di mercato delle azioni o obbligazioni di BMW AG, è considerato un insider. Le informazioni riservate non devono essere divulgate, o rese disponibili a colleghi o terzi, senza autorizzazione. L'unica eccezione alla regola riguarda l'eventualità che colleghi richiedano tali informazioni per un progetto interno specifico. In nessun'altra circostanza gli insider utilizzeranno le loro conoscenze, sia direttamente sia attraverso terzi, per i propri interessi o per consigliare ad altri di vendere o acquistare azioni. Questo include, tra l'altro, l'impossibilità per un dipendente di effettuare compravendite di azioni BMW AG mentre è in possesso di informazioni privilegiate.

### **Le informazioni aziendali che potrebbero condizionare il prezzo delle azioni devono essere rese pubbliche dalla società senza indugio.**

Per adempiere ai suoi obblighi di comunicazione, la BMW AG ha costituito una Commissione ad hoc che verifica le informazioni per determinare se esse possono condizionare il prezzo di mercato, con l'obiettivo di suggerire al Consiglio di Amministrazione se e come procedere alla divulgazione delle notizie stesse. Tutti i dipendenti del Gruppo BMW sono tenuti ad informare questa commissione attraverso i loro responsabili su tematiche che potrebbero potenzialmente condizionare i prezzi di mercato in maniera significativa.

### **La trasparenza è fondamentale in fase di emissione nuovi titoli.**

Tutte le pubblicazioni relative alla nuova emissione di azioni o obbligazioni devono essere precise e complete. La documentazione ufficializzata (prospetti e reportistica) deve contenere tutte le informazioni necessarie a fare una valutazione dell'emittente e dei titoli emessi.



## 2.10. CORRETTEZZA NEL RAPPORTO CON I PARTNER COMMERCIALI.

**Il successo commerciale del Gruppo BMW necessita di un giusto equilibrio di input interni ed esterni.**

Il Gruppo BMW deve essere in grado di rispondere con flessibilità ai cambiamenti del mercato e delle aspettative dei clienti. L'azienda lavora con partner contrattuali in diversi settori per garantire le risorse e le competenze necessarie a tale scopo utilizzando contratti di lavoro e tool dedicati. All'interno di questa struttura organizzativa, il fornitore svolge un servizio per il Gruppo BMW che deve essere valutato basandosi su criteri oggettivi coerenti con i risultati e la performance.

## 2.11. RAPPORTI CON LE AUTORITÀ.

**La collaborazione con le Autorità deve avvenire sulla base di fiducia e rispetto reciproci, seguendo le relative procedure.**

Il Gruppo BMW s'impegna a lavorare in collaborazione con gli enti governativi e le altre Autorità pubbliche in modo collaborativo e trasparente. E' importante che nello svolgimento di indagini e di altre attività pubbliche, le Autorità operino nel rispetto delle procedure legali previste. Per il Gruppo BMW è fondamentale e legittimo esercitare i propri diritti procedurali nei rapporti con le autorità. A tal fine e, ove necessario, come forma di assistenza durante i colloqui con le autorità normative e/o investigative, i dipendenti sono tenuti a consultare il reparto legale responsabile.

## 3. IMPLEMENTAZIONE DEL “LEGAL COMPLIANCE CODE”.

**Il rispetto della legge è responsabilità personale di ogni singolo dipendente.**

Tutti i dipendenti del BMW Group sono tenuti al rispetto di questo codice e ad adottare i suoi principi come standard vincolanti nello svolgimento del proprio lavoro quotidiano. Ciò impone loro di informarsi attivamente e regolarmente sui requisiti esistenti anche partecipando a momenti di formazione.

**Tutti i manager devono garantire che il presente Codice di condotta venga rispettato dal personale di cui sono responsabili.**

Tutti i manager sono tenuti ad informare il proprio personale del contenuto e dell'importanza del Codice di Condotta, e di “sensibilizzarlo” ad esso. I manager devono impegnarsi al massimo per aiutare il personale ad agire secondo comportamenti etici e responsabili. Ogni segnalazione relativa a violazioni della legge deve essere rigorosamente approfondita. I manager, ad intervalli regolari e su loro personale iniziativa, hanno l'obbligo di controllare l'osservanza della legge e di comunicare regolarmente con il personale su questo argomento. Infatti solo in questo modo si garantisce che i principi fissati nel presente Codice vengano applicati su base quotidiana e restino fermamente ancorati alla nostra cultura aziendale.

**I manager promuovono una cultura della “Compliance” basata sulla fiducia, sulla trasparenza e sulla stima e rispetto reciproco.**

I manager del Gruppo BMW devono assurgere da modello da seguire in termini di valori, di integrità, ed in particolare devono evitare conflitti di interesse nella gestione delle atti-

vità aziendali. Evidenziano ai loro team la serietà con la quale i rischi di “Compliance” devono essere trattati e l'importanza di un'adeguata gestione delle informazioni rilevanti a protezione della Società. Nel relazionarsi con i team di riferimento i manager sono sempre aperti alla discussione ed al confronto in caso di opinioni diverse. Quando i rischi sono identificati, pongono in essere le iniziative opportune ed agiscono in modo trasparente e prudente.

**Tutto il personale ed i manager devono conoscere e rispettare i regolamenti interni del Gruppo BMW.**

In molti casi i regolamenti interni del BMW Group prevedono procedure specifiche che rispecchiano la normativa attuale e forniscono suggerimenti pratici su come prevenire violazioni della legge. I Regolamenti interni del BMW Group sono vincolanti per tutto il personale. Ogni individuo è obbligato ad informarsi, e a mantenersi aggiornato, sui regolamenti che sono rilevanti per il proprio ambito lavorativo.

**Il BMW Group non tollera alcuna violazione della normativa da parte dei propri dipendenti.**

Violazioni premeditate della legge commesse dai dipendenti nel corso del loro rapporto di lavoro possono comportare sanzioni o anche lo scioglimento del rapporto di collaborazione. Qualora tali violazioni causino danni non è escluso che il dipendente debba risponderne personalmente anche attraverso l'addebito di sanzioni penali e pecuniarie inflitte dalle autorità giudiziarie o amministrative competenti.



**Il Gruppo BMW ha sviluppato un complesso di misure specifiche, strumenti e procedure, volte a sostenere il proprio personale nel rispetto delle normative.**

Il Gruppo BMW ha sviluppato un sistema di gestione della “compliance” che si compone di attività formative, attività di divulgazione e comunicazione, servizi di consulenze individuali e di gestione dei processi e dei controlli relativi. L’obiettivo, e l’entità delle attività di compliance, dipendono da una valutazione del Risk Assessment a livello aziendale, che viene aggiornato ogni anno.

Il management centrale, unitamente al management che dirige le unità locali (NSC ed FSC) formano una rete di responsabili che svolge un ruolo chiave nell’organizzazione del Gruppo BMW. Rivestono in questo contesto

un ruolo strumentale con il compito di dare attuazione alle linee guida di “compliance” nella loro area di responsabilità. Relazionano direttamente alla “Compliance Committee del Gruppo BMW” che rappresenta la più alta autorità del Gruppo in materia.

**Il Compliance Committee del Gruppo BMW risponde direttamente al Consiglio di Amministrazione.**

Il Compliance Committee del Gruppo BMW gestisce e controlla le attività necessarie a garantire l’ottemperanza al presente codice ed informa regolarmente il Consiglio di Amministrazione sulle relative risultanze. Il Compliance Committee attraverso un suo ufficio pone le basi, coordina e sostiene l’implementazione dei principi enunciati dagli organi decisionali aziendali.

**I dipendenti possono contattare il BMW Group “Compliance Contact” presso al casa madre o la BMW Group “SpeakUP Line”.**

Al fine di evitare violazioni della legge, tutto il personale dipendente è tenuto ad affrontare e discutere potenziali tematiche rilevanti con i propri responsabili, con l’ufficio compliance centrale di gruppo o con l’ufficio legale di riferimento. L’ufficio compliance centrale del gruppo è disponibile a fornire chiarimenti e consulenza oltre che ai dipendenti, anche a partner esterni.

**Telefono: +49 89 382-60000**

**Email: [compliance@bmwgroup.com](mailto:compliance@bmwgroup.com)**

**<http://compliance-contact.bmwgroup.net>**

Il Gruppo inoltre mette a disposizione dei

propri dipendenti uno strumento che offre la possibilità di segnalare in modo anonimo potenziali violazioni della normativa.

Tale servizio denominato “BMW Group SpeakUP line” è disponibile in oltre 30 lingue ed è accessibile tramite un numero verde locale in tutti i paesi in cui operano dipendenti BMW. Per ulteriori informazioni si prega di consultare la intranet del Gruppo BMW al seguente indirizzo:

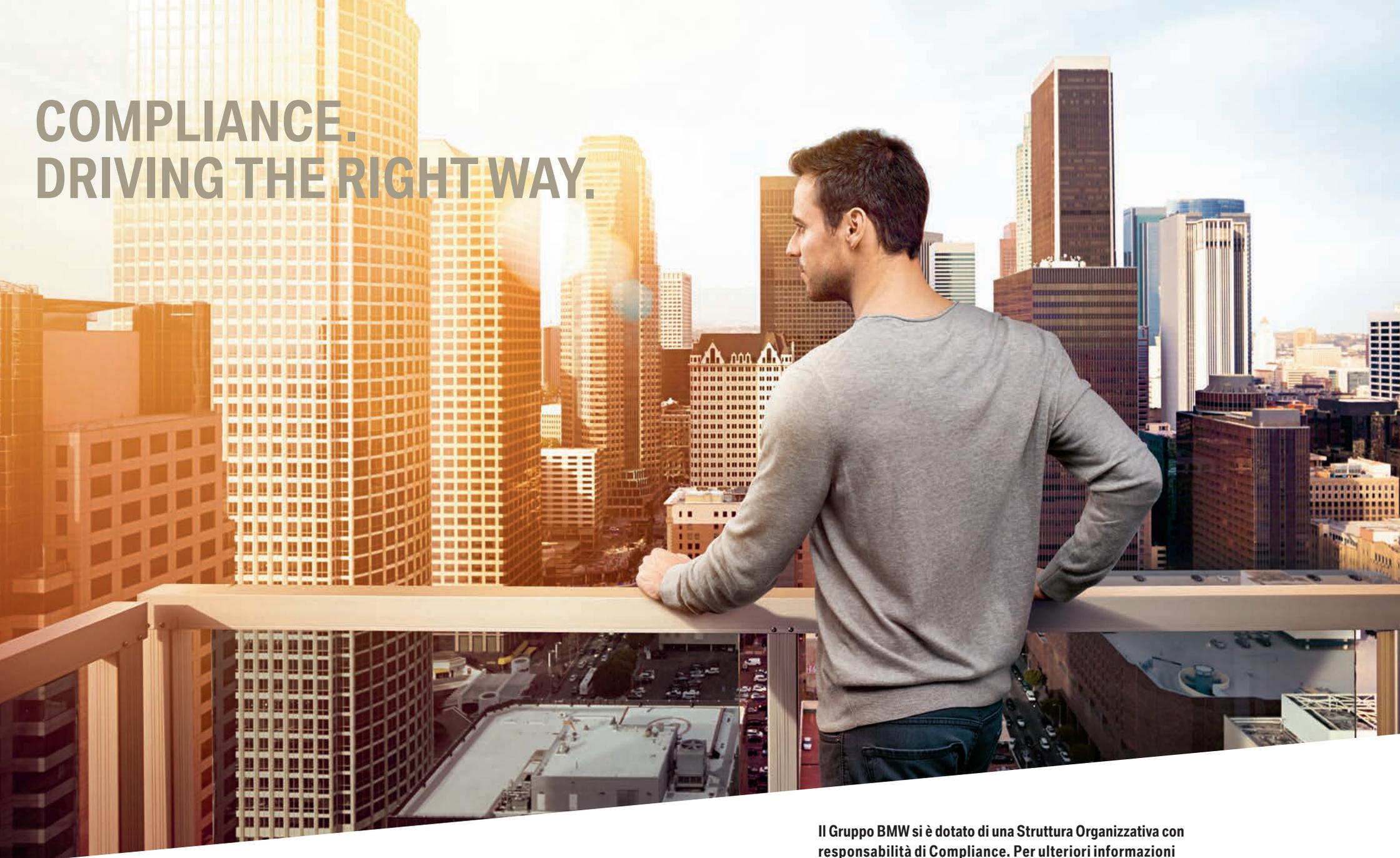
**<http://speakupline-compliance.bmwgroup.net>**

**L’osservanza e l’applicazione del presente Codice è sottoposta a regolari controlli in tutte le entità facenti parte del Gruppo BMW.**

L’osservanza e l’applicazione del presente Codice è monitorata regolarmente dal Corporate Audit di gruppo, ed è soggetta ai principi della Corporate Security e dell’ufficio Compliance di Gruppo. Questo processo prevede inoltre visite nelle diverse sedi locali, con revisione dei sistemi IT, dei documenti sul posto, ed interviste specifiche ai dipendenti.

\* Ci si è espressi solo al maschile per rendere più facile la lettura del documento. In ogni caso i concetti ivi espressi sono applicabili ad entrambi i sessi in egual misura.

# COMPLIANCE. DRIVING THE RIGHT WAY.



**Il Gruppo BMW si è dotato di una Struttura Organizzativa con responsabilità di Compliance. Per ulteriori informazioni sulla Compliance nel Gruppo BMW, fare riferimento a <http://compliance.bmwgroup.net>.**

# RESPONSABILITÀ.

Prendiamo decisioni consapevoli e ce ne assumiamo la responsabilità. Questo è alla base della libertà imprenditoriale.

# APPREZZAMENTO.

Ci mettiamo in discussione e mostriamo rispetto reciproco, forniamo feedback chiari e diamo il giusto riconoscimento alle "performance".

# TRASPARENZA.

Non mascheriamo la realtà e affrontiamo le problematiche in modo costruttivo. Operiamo con integrità.

# APERTURA.

Pensiamo in termini di opportunità e siamo aperti ai cambiamenti. Impariamo dai nostri errori.

# FIDUCIA.

Ci fidiamo l'uno dell'altro. Solo così possiamo essere veloci per raggiungere i nostri obiettivi.

