foodiverse

Codice etico



1. **Il nostro Codice etico**
   - **Missione**
   - Visione
   - Strategia
   - La nostra identità e i nostri valori
2. **Obiettivi**
3. **Ambito di applicazione**
4. **Controllo della conformità**
5. **Principi etici**
6. **Ambiente di lavoro e condotta professionale**
   - Politica retributiva
   - Uguaglianza, diversità e non discriminazione
   - Conciliazione tra vita professionale e privata
   - Riservatezza, protezione dei dati e uso responsabile delle informazioni personali
   - Salute e sicurezza sul lavoro
   - Formazione e sviluppo professionale
   - Omaggi, inviti e regali
   - Conflitti di interesse
   - Gestione delle informazioni e delle informazioni riservate
   - Informazioni privilegiate
   - Lealtà professionale e utilizzo dei beni aziendali
7. **Relazioni**
   - **Rapporti con gli azionisti e buon governo societario**
   - Rapporti con le autorità e le amministrazioni pubbliche
   - Rapporti con clienti e consumatori, qualità e sicurezza alimentare
   - Rapporti con i fornitori e la catena di approvvigionamento
   - Rapporti con i concorrenti
   - Rapporti con il mercato e comunicazione
   - Rapporti con la società e le comunità
   - Ambiente, sostenibilità ed economia circolare
   - Innovazione responsabile
8. **Segnalazione di illeciti e canale etico**
9. **Validità, revisione e aggiornamento**
10. **Come mettere in pratica il Codice**

01

Il nostro Codice etico

Il nostro Codice etico

Foodiverse è una piattaforma industriale europea specializzata nel Fresh Convenience, con radici familiari, integrazione agricola, presenza produttiva in diversi Paesi e una vocazione di lungo periodo.

Dal campo al punto vendita, lavoriamo per offrire soluzioni fresche, salutari, sicure e sostenibili, generando valore per i nostri clienti, le nostre persone, i nostri fornitori, i nostri azionisti e la società.

Il presente Codice Etico esprime i **principi, i valori e le norme di condotta che devono guidare le nostre decisioni** e i nostri comportamenti in tutte le società che compongono Foodiverse.

Costituisce un riferimento comune per agire con integrità, responsabilità, trasparenza e rispetto e, come valore aggiunto, rafforza la fiducia degli stakeholder in Foodiverse e nel suo modo di fare impresa.



Missione

Foodiverse mira a **guidare l'evoluzione del Fresh Convenience in Europa come piattaforma industriale,** combinando integrazione agricola, eccellenza operativa e innovazione continua per offrire soluzioni fresche, salutari, sicure e pronte al consumo.

Visione

Vogliamo promuovere **un'alimentazione più sana e sostenibile in Europa,** creando valore a lungo termine per clienti, consumatori, azionisti, professionisti, fornitori e comunità e generando un impatto positivo sul nostro ambiente.

Strategia

La nostra strategia si basa su una **crescita responsabile come piattaforma europea di Fresh Convenience.** A tal fine combiniamo visione europea e gestione locale, integrazione agricola, innovazione di prodotto e di categoria, eccellenza industriale, sicurezza alimentare, collaborazione con clienti e fornitori, efficienza operativa e sostenibilità lungo l'intera catena del valore.



La redditività è una condizione necessaria per **investire, innovare, creare occupazione di qualità, ridurre il nostro impatto ambientale e garantire la continuità del progetto nel lungo periodo.**

La nostra identità e i nostri valori

In Foodiverse condividiamo un modo di lavorare basato su:



Innovazione
Promuoviamo nuove soluzioni che anticipano le esigenze del mercato e dei consumatori.

Eccellenza operativa
Perseguiamo efficienza, qualità, sicurezza alimentare e miglioramento continuo in ogni processo.

Integrazione e collaborazione
Lavoriamo in squadra con clienti, fornitori e partner, costruendo relazioni stabili e di lungo periodo.

Impegno e responsabilità
Agiamo con onestà, rigore e rispetto per le persone, il prodotto, le risorse e l'ambiente.

Cultura della sicurezza e dell'ordine (HOLD):
Manteniamo standard elevati di igiene, ordine, pulizia, disciplina operativa e prevenzione.

Spirito imprenditoriale
Promuoviamo l'iniziativa, l'adattamento al cambiamento e la ricerca costante di soluzioni migliori.

02

Obiettivi

Obiettivi

Il Codice Etico ha lo scopo di stabilire un **quadro comune di condotta per tutte le persone e le società che fanno parte di Foodiverse,** nonché per coloro che collaborano e/o interagiscono con Foodiverse, ove applicabile.



Costituisce una parte essenziale del nostro modello di **compliance e di buon governo societario e contribuisce a prevenire rischi legali, etici, sociali, lavorativi, ambientali e reputazionali.**

Il Codice riflette il **nostro impegno per l'etica d'impresa e il buon governo, la trasparenza, i diritti umani, la sicurezza alimentare, la sostenibilità, la concorrenza leale, la prevenzione della corruzione, la creazione di valore sostenibile** e il rispetto della legge nelle nostre attività quotidiane.

03

Ambito di applicazione

Ambito di applicazione

Il presente Codice è **vincolante per tutte le persone che lavorano in Foodiverse,** indipendentemente dalla società, dal Paese, dalla sede di lavoro, dalla funzione, dal livello gerarchico o dalla tipologia contrattuale. Include dipendenti, dirigenti, amministratori e membri degli organi di governo.



Il Codice **orienta inoltre i rapporti con clienti, fornitori, partner, consulenti, subappaltatori e altri terzi** con cui Foodiverse interagisce, in particolare quando agiscono per conto di Foodiverse o partecipano ad attività rilevanti per la nostra catena del valore.

Chi guida un team ha una responsabilità aggiuntiva: comunicare il Codice Etico, promuoverne il rispetto, chiarire i dubbi, dare l'esempio e non tollerare comportamenti contrari ai suoi principi.

La violazione del Codice Etico può comportare misure disciplinari, contrattuali o legali, proporzionate alla gravità dei fatti e conformi alla normativa applicabile in ciascun Paese.

04

Controllo della conformità

Controllo della conformità

Foodiverse dispone di un modello di compliance volto a **prevenire, individuare e gestire i rischi legali ed etici,** tra cui corruzione, concussione, frode, conflitti di interesse, concorrenza, diritti umani, sicurezza alimentare, protezione dei dati, informazioni riservate e sostenibilità.



Il Compliance Officer coordina l'attuazione e il monitoraggio del Codice Etico, promuove la formazione e i controlli, riceve richieste e segnalazioni e gestisce le indagini conformemente alla procedura interna.

Il Comitato Etico e di Condotta interpreta il Codice, ne supporta l'applicazione nei diversi business e Paesi, supervisiona le questioni rilevanti e sottopone alla Direzione gli argomenti di competenza.

Le diverse Direzioni Generali, il Comitato di Direzione e i responsabili di ciascuna area devono promuovere **attivamente una cultura di integrità, trasparenza e responsabilità.**

05

Principi etici

Principi etici

1

Legalità e conformità normativa.

Rispettiamo le leggi, i regolamenti, le politiche interne e gli standard applicabili **in tutti i Paesi in cui operiamo.**



Principi etici

2

Integrità, onestà e coerenza.

Agiamo con **trasparenza, rigore e buona fede.** Non perseguiamo risultati a qualsiasi costo e rifiutiamo qualsiasi pratica che possa compromettere la fiducia in Foodiverse.



Principi etici

3

Diritti umani e del lavoro.

Rispettiamo i diritti umani riconosciuti a livello internazionale, i principi del Global Compact delle Nazioni Unite, le convenzioni fondamentali dell'OIL e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. **Rifiutiamo il lavoro minorile, il lavoro forzato, la tratta di esseri umani, la discriminazione, le molestie e qualsiasi trattamento degradante.**



Principi etici

4

Responsabilità e sostenibilità.

Integriamo criteri sociali, ambientali e di buon governo nelle nostre decisioni, con particolare **attenzione all'occupazione di qualità, sicurezza, efficienza delle risorse, riduzione degli impatti, economia circolare,** sicurezza alimentare e rapporti responsabili con la catena di fornitura.



Principi etici

1

Legalità e conformità normativa.

Rispettiamo le leggi, i regolamenti, le politiche interne e gli standard applicabili **in tutti i Paesi in cui operiamo.**

2

Integrità, onestà e coerenza.

Agiamo con trasparenza, rigore e buona fede. Non perseguiamo risultati a qualsiasi costo e rifiutiamo qualsiasi pratica che possa compromettere la fiducia in Foodiverse.

3

Diritti umani e del lavoro.

Rispettiamo i diritti umani riconosciuti a livello internazionale, i principi del Global Compact delle Nazioni Unite, le convenzioni fondamentali dell'OIL e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Rifiutiamo il lavoro minorile, il lavoro forzato, la tratta di esseri umani, la discriminazione, le molestie e qualsiasi trattamento degradante.

4

Responsabilità e sostenibilità.

Integriamo criteri sociali, ambientali e di buon governo nelle nostre decisioni, con particolare attenzione a occupazione di qualità, sicurezza, efficienza delle risorse, riduzione degli impatti, economia circolare, sicurezza alimentare e rapporti responsabili con la catena di fornitura.

06

Ambiente di lavoro e condotta professionale

Politica retributiva

Promuoviamo una politica retributiva equa, competitiva e coerente con il mercato e il settore, con la responsabilità del ruolo, le prestazioni e la normativa applicabile.



Il nostro obiettivo è favorire **l'attrazione, lo sviluppo e la fidelizzazione dei talenti,** garantendo criteri di equità interna, trasparenza e non discriminazione.

Uguaglianza, diversità e non discriminazione

Garantiamo **parità di trattamento e di opportunità e rifiutiamo qualsiasi forma di discriminazione** basata su sesso, razza, origine, nazionalità, religione, età, disabilità, orientamento sessuale, identità o espressione di genere, stato civile, opinione, associazione, situazione familiare o qualsiasi altra condizione tutelata dalla legge.



Non tolleriamo molestie, violenza, abuso di autorità, ritorsioni o qualsiasi comportamento che generi un ambiente intimidatorio, offensivo, umiliante o ostile.

Rispettiamo l'esercizio dei diritti alla libertà di associazione, alla libertà sindacale e alla contrattazione collettiva, conformemente alla normativa applicabile in ciascun Paese, mantenendo una posizione di neutralità.

Promuoviamo una cultura inclusiva, sicura e collaborativa, nella quale ogni persona possa contribuire, svilupparsi ed essere trattata con dignità.

Conciliazione tra vita professionale e privata

Promuoviamo misure che favoriscano **l'equilibrio tra vita professionale, personale e familiare,** compatibili con le esigenze organizzative, produttive e di servizio richieste dal business del fresh convenience (freschezza).



Cerchiamo di rendere lo sviluppo professionale **compatibile con il benessere, la corresponsabilità e il rispetto della vita privata delle nostre persone.**

Riservatezza, protezione dei dati e uso responsabile delle informazioni personali

Rispettiamo la privacy e proteggiamo i dati personali di professionisti, clienti, fornitori, consumatori e altri terzi. **Trattiamo i dati in modo lecito, corretto, trasparente, limitato alla finalità prevista, sicuro e conforme alla normativa applicabile.**

Accediamo, utilizziamo o comunichiamo dati personali solo quando siamo autorizzati e quando ciò è necessario per le nostre funzioni. **Manteniamo la riservatezza anche dopo la cessazione del rapporto di lavoro o professionale con Foodiverse.**



Qualsiasi incidente, perdita, accesso non autorizzato o uso improprio dei dati deve essere comunicato immediatamente, attraverso i canali interni stabiliti, al nostro DPO e al responsabile IT.

Salute e sicurezza sul lavoro

La salute e la sicurezza delle persone sono una priorità irrinunciabile. Ci impegniamo a identificare, valutare e prevenire i rischi sul lavoro, mantenere strutture sicure, formare i team e promuovere comportamenti responsabili.

Ogni professionista deve rispettare le norme di sicurezza, utilizzare correttamente le attrezzature, segnalare le situazioni di rischio e contribuire a un ambiente di lavoro pulito, ordinato, igienico e sicuro.



Nelle nostre attività alimentari, **l'igiene, l'ordine, la disciplina operativa, la prevenzione e la cultura della sicurezza (HOLD)** sono condizioni essenziali per proteggere le persone, il prodotto e la fiducia dei nostri clienti e consumatori.

Formazione e sviluppo professionale

Crediamo che la crescita di Foodiverse inizi dalle sue persone. **Promuoviamo la formazione, lo sviluppo professionale, la mobilità, la polivalenza, il miglioramento continuo e il trasferimento di conoscenze tra team, Paesi e business.**

Promuoviamo una cultura di condivisione delle informazioni comparative, di feedback tra responsabili e collaboratori, di apprendimento, riconoscimento dell'impegno e sviluppo dei talenti interni.



La partecipazione ad attività accademiche, scientifiche, di settore o divulgative deve essere compatibile con le responsabilità professionali, rispettare la riservatezza e ottenere una preventiva autorizzazione quando svolta per conto di Foodiverse o durante l'orario di lavoro.

Omaggi, inviti e regali

Non offriamo, richiediamo né accettiamo regali, inviti, favori, vantaggi o benefici che possano influenzare, apparire tali o compromettere l'obiettività di una decisione professionale.

Possono essere accettate o offerte esclusivamente cortesie di valore simbolico, ragionevoli, occasionali, trasparenti, conformi alla legge e alle pratiche commerciali accettate, che non generino obblighi o aspettative di controprestazione.

Sono vietati i pagamenti di facilitazione, le commissioni indebite, i regali in contanti o equivalenti e qualsiasi omaggio o attenzione a favore di autorità o funzionari pubblici che possa essere interpretato come un tentativo di influenza.



L'accettazione di cortesie o qualsiasi **dubbio al riguardo deve essere preventivamente sottoposto al superiore gerarchico,** al Compliance Officer o al Comitato Etico e di Condotta.

Conflitti di interesse

D**obbiamo agire sempre nell'interesse di Foodiverse,** evitando che interessi personali, familiari, economici o di terzi condizionino le nostre decisioni.

Può sussistere un conflitto di interessi in caso di rapporti familiari o personali con fornitori, clienti o concorrenti, attività esterne, partecipazioni finanziarie, opportunità di business, assunzione di persone collegate (familiari o amici) o utilizzo di beni di Foodiverse per finalità private.



I conflitti reali, potenziali o apparenti devono essere comunicati immediatamente e con trasparenza al superiore gerarchico e al Compliance Officer affinché siano analizzati e gestiti. L'esistenza di un conflitto non implica necessariamente una violazione, ma il suo occultamento può costituirla.

Gestione delle informazioni e delle informazioni riservate

Proteggiamo le informazioni riservate, strategiche, commerciali, finanziarie, tecniche, industriali, agricole, relative all'innovazione, ai clienti, ai fornitori, ai lavoratori e ai terzi. Le utilizziamo esclusivamente per legittime finalità aziendali e nell'ambito delle nostre funzioni.

Non condividiamo informazioni riservate con persone non autorizzate, all'interno o all'esterno di Foodiverse, salvo espressa autorizzazione o obbligo di legge.

Applichiamo misure di sicurezza fisica e digitale, utilizziamo correttamente i sistemi informatici, **impediamo accessi non autorizzati e segnaliamo qualsiasi sospetto di fuga, perdita o uso improprio al DPO e al responsabile IT.**



L'obbligo di riservatezza permane anche dopo la cessazione del rapporto con Foodiverse.

Informazioni privilegiate

Le informazioni non pubbliche, rilevanti o strategiche di Foodiverse devono essere trattate con particolare riservatezza. Nessuno può utilizzarle a proprio vantaggio o a vantaggio di terzi, né condividerle con persone non autorizzate.



Sono considerate informazioni privilegiate o sensibili, tra le altre, quelle relative a risultati, operazioni societarie, acquisizioni, investimenti, clienti, prezzi, fornitori, innovazioni, contratti, contenziosi, dati personali, sicurezza alimentare o qualsiasi questione che, se divulgata indebitamente, possa incidere in modo rilevante, direttamente o indirettamente, su Foodiverse.

Lealtà professionale e utilizzo dei beni aziendali

Utilizziamo le risorse di Foodiverse con responsabilità, sobrietà, efficienza e per finalità professionali. Proteggiamo i suoi beni materiali e immateriali, comprese strutture, attrezzature, sistemi, marchi, proprietà intellettuale, informazioni, conoscenze, tempo di lavoro e risorse finanziarie.

Foodiverse si posiziona come azienda altamente competitiva; pertanto, le spese devono essere necessarie, adeguate, proporzionate, giustificate e conformi a un modello di budget rigoroso e vincolante. Non è consentito utilizzare le risorse di Foodiverse per finalità private non autorizzate, attività illecite o interessi estranei.



Rispettiamo la proprietà intellettuale e industriale di Foodiverse e di terzi, utilizziamo l'immagine e i marchi di Foodiverse solo previa autorizzazione e diamo priorità agli interessi di Foodiverse nelle opportunità di business connesse alla nostra attività.

07

Relazioni

Rapporti con gli azionisti e buon governo societario

Promuoviamo un rapporto con gli azionisti basato sui principi di **trasparenza, rigore, lealtà, parità di trattamento e creazione di valore sostenibile nel lungo periodo.**

Le informazioni economiche, finanziarie e non finanziarie devono riflettere fedelmente la realtà di Foodiverse e consentire un'adeguata assunzione delle decisioni.

La crescita redditizia deve essere compatibile con la conformità normativa, **la sostenibilità, la gestione responsabile dei rischi e il rispetto degli impegni assunti nei confronti** degli stakeholder.



Rapporti con le autorità e le amministrazioni pubbliche

Ci relazioniamo con autorità, organismi di regolamentazione e pubbliche amministrazioni in modo **trasparente, rispettoso, collaborativo e conforme alla legge.**

Ogni comunicazione, ispezione, richiesta di informazioni o procedimento amministrativo deve essere gestito con **rigore e veridicità, esclusivamente dalle aree responsabili.**



Foodiverse **non effettua contributi a partiti politici, candidati, autorità o istituzioni pubbliche per conto delle società di Foodiverse.** Qualsiasi attività di rappresentanza istituzionale deve essere autorizzata e documentata.

Rapporti con clienti e consumatori, qualità e sicurezza alimentare

La sicurezza alimentare, la qualità, la freschezza e la fiducia dei consumatori sono principi essenziali di Foodiverse.

Lavoriamo con i clienti del retail e del foodservice come partner strategici, sviluppando soluzioni adattate a ciascun mercato e canale, con particolare attenzione a innovazione, tracciabilità, eccellenza del servizio, efficienza operativa e rispetto degli standard più rigorosi.

Garantiamo che le informazioni, l'etichettatura, la comunicazione e la presentazione dei nostri prodotti siano veritiere, chiare, complete e non ingannevoli.



Qualsiasi rischio o incidente che possa incidere sulla sicurezza, sulla qualità o sulla legalità di un prodotto **deve essere comunicato immediatamente e gestito con priorità assoluta.**

Rapporti con i fornitori e la catena di approvvigionamento

Selezioniamo e valutiamo i fornitori in base a criteri oggettivi di **qualità, sicurezza, servizio, competitività, etica, conformità legale, diritti umani, sicurezza sul lavoro, impatto ambientale e sostenibilità.**

Ci aspettiamo che i nostri fornitori e subappaltatori condividano i principi del presente Codice Etico, rispettino la normativa applicabile, evitino il lavoro minorile e forzato, garantiscano condizioni di lavoro dignitose, non discriminino, tutelino la salute e la sicurezza dei propri lavoratori, siano in regola con gli obblighi verso le amministrazioni, **contrastino la corruzione e gestiscano responsabilmente il proprio impatto ambientale.**

L'integrazione agricola e la collaborazione con i produttori sono fondamentali per garantire qualità e tracciabilità, controllo dell'origine, continuità della fornitura e pratiche responsabili fin dal campo.



Le informazioni commerciali dei fornitori sono riservate. **Le decisioni di acquisto devono essere assunte con obiettività, trasparenza, assenza di conflitti di interesse e rispetto della libera concorrenza.**

Rapporti con i concorrenti

Competiamo in modo leale, indipendente e conforme alle norme in materia di concorrenza in tutti i mercati in cui operiamo.

Non partecipiamo ad accordi, scambi di informazioni sensibili, pratiche concordate, ripartizione dei mercati, fissazione dei prezzi, limitazione della produzione, manipolazione delle gare o qualsiasi comportamento che possa restringere la concorrenza.

Rispettiamo la proprietà intellettuale e industriale dei concorrenti e dei terzi. Le informazioni sul mercato e sulla concorrenza devono essere ottenute con mezzi leciti, etici e trasparenti.



Rapporti con il mercato e comunicazione

Le informazioni finanziarie, non finanziarie, commerciali, ambientali, sociali e di governance comunicate da Foodiverse al mercato devono essere **veritiere, complete, comprensibili, tracciabili e coerenti con la realtà di Foodiverse.**

La comunicazione esterna, inclusi media, social network, eventi, associazioni di settore e pubblicazioni, deve essere coordinata con le aree responsabili e rispettare la riservatezza, la protezione dei dati, la concorrenza e la reputazione aziendale.

Nessun professionista può parlare a nome di Foodiverse senza esserne autorizzato.



Rapporti con la società e le comunità

Vogliamo generare un impatto positivo nelle comunità in cui operiamo, contribuendo **all'occupazione locale, alla formazione, all'inclusione, all'attività economica, all'alimentazione sana e alla collaborazione con enti sociali.**

Le nostre iniziative di **collaborazione, donazione o sponsorizzazione** devono essere coerenti con i nostri valori, autorizzate, documentate e monitorate dai dipartimenti competenti.

Rifiutiamo la corruzione, la frode, l'estorsione, la concussione, il **riciclaggio di denaro e qualsiasi pratica irregolare nei rapporti con clienti, fornitori, concorrenti, autorità o terzi.**



I pagamenti e gli incassi devono essere effettuati con mezzi tracciabili, conformemente alla normativa applicabile e alle politiche interne.

Ambiente, sostenibilità ed economia circolare

Integriamo la sostenibilità nel nostro modo di operare e **nel miglioramento continuo dei nostri processi, dal campo al punto vendita.**

Ci impegniamo a rispettare la legislazione ambientale, prevenire l'inquinamento, utilizzare in modo **efficiente acqua, energia, materie prime e materiali, ridurre le emissioni, minimizzare gli sprechi alimentari, migliorare gli imballaggi,** favorire soluzioni riciclabili e progredire nell'economia circolare attraverso la valorizzazione dei rifiuti e dei sottoprodotti.

In campo, **promuoviamo pratiche responsabili** orientate alla tracciabilità, al controllo dell'origine, all'efficienza idrica, alla gestione nutrizionale delle colture e alla progressiva riduzione degli input, ove possibile.

Nelle attività industriali lavoriamo per **ridurre i consumi, ottimizzare la logistica, misurare le prestazioni ambientali** e migliorare continuamente i nostri indicatori.



Innovazione responsabile

L'innovazione è una parte essenziale di Foodiverse.

Sviluppiamo prodotti, processi, formati, ricette e soluzioni di Fresh Convenience che rispondano alle esigenze di clienti e consumatori, bilanciando gusto, nutrizione, sicurezza alimentare, fattibilità industriale, efficienza e sostenibilità.

L'innovazione deve essere realizzata con rigore tecnico, nel rispetto della legge, della proprietà intellettuale, della riservatezza e della veridicità delle informazioni, nonché attraverso una valutazione responsabile dei rischi per consumatori, clienti, attività operative e reputazione.



08

Segnalazione di illeciti e canale etico

Segnalazione di illeciti e canale etico

Tutte le persone soggette al presente Codice Etico hanno **il dovere di segnalare, in buona fede, qualsiasi fatto, indizio o ragionevole sospetto di violazione legale, etica o delle politiche interne.**

Foodiverse mette a disposizione canali di comunicazione e segnalazione, incluso il canale etico o canale di whistleblowing, che consentono di formulare dubbi, richieste o segnalazioni relative a possibili irregolarità. **Le comunicazioni saranno gestite dal Compliance Officer garantendo riservatezza, obiettività, indipendenza,** rispetto della presunzione di innocenza e tutela dei diritti di tutte le persone coinvolte.

È vietata qualsiasi ritorsione, minaccia o trattamento sfavorevole nei confronti di chi segnali in buona fede una possibile irregolarità o collabori a un'indagine.



A garanzia di quanto precede, il canale di segnalazione dispone di un sistema che garantisce l'anonimato del segnalante.

Segnalazione di illeciti e canale etico

Qualora la segnalazione riguardi il Compliance Officer o un membro del Comitato Etico e di Condotta, tale persona non parteciperà alla gestione del caso e sarà nominato un sostituto.

Il canale attualmente disponibile è compliance@foodiverse.com, fatta salva la possibilità che Foodiverse abiliti o aggiorni altri canali.



Le segnalazioni false effettuate in mala fede possono comportare misure disciplinari o legali.

09

Validità, revisione e aggiornamento

Validità, revisione e aggiornamento

In applicazione del principio del **«Tone at the Top», l'aggiornamento del presente Codice Etico** è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione e dal Comitato di Direzione di Foodiverse ed entra in vigore dalla sua comunicazione.

Il Codice sarà riesaminato periodicamente e, se del caso, aggiornato dal Compliance Officer e dal Comitato Etico e di Condotta, per garantirne l'adeguatezza rispetto all'evoluzione di Foodiverse, alla normativa applicabile, ai rischi individuati, alla strategia di sostenibilità e alle migliori pratiche di governo societario.

Foodiverse ne promuoverà periodicamente la **diffusione, la formazione e la comprensione** a tutti i livelli dell'organizzazione.



10

Come mettere in pratica il Codice

Come mettere in pratica il Codice

Prima di agire, chiediti:

È legale e rispetta le nostre politiche interne?

È coerente con i valori e gli impegni di Foodiverse?

Tutela la sicurezza alimentare, la qualità e la fiducia di clienti e consumatori?

Rispetta le persone, i diritti umani e l'ambiente?

Potrei spiegarlo con trasparenza al mio team, a un cliente, a un fornitore o a un'autorità?

Evita conflitti di interesse e tutela la reputazione di Foodiverse?

Se la risposta non è chiara, fermati e chiedi consiglio. Puoi rivolgerti al tuo responsabile, al Compliance Officer, al Comitato Etico e di Condotta o al canale di segnalazione predisposto a tale scopo.

foodiverse

Driving the future of
Fresh Convenience
in Europe