



Codice etico NürnbergMesse Italia (NMI)

Rev 0 del 21/7/2020

Nr revisione	Modifiche apportate	Note
0 del 21-7-2020	Prima emissione	

Codice etico

Sommario

1	<u>Presentazione azienda, vision e mission</u>	<u>3</u>
2	<u>Politica Corporate della Responsabilità di Impresa</u>	<u>4</u>
3	<u>Il codice etico di NürnbergMesse Italia</u>	<u>5</u>
3.1	<u>Leggi e regolamenti</u>	<u>6</u>
3.2	<u>Principi etici e di comportamento</u>	<u>6</u>
4	<u>Destinatari</u>	<u>6</u>
5	<u>Codici di comportamento</u>	<u>6</u>
5.1	<u>Conflitto di interessi</u>	<u>6</u>
5.2	<u>Rapporti con le Associazioni portatrici di interessi</u>	<u>7</u>
5.3	<u>Contributi e Sponsorizzazioni</u>	<u>7</u>
5.4	<u>Gestione delle persone</u>	<u>7</u>
	5.4.1 Assunzione e gestione del personale	7
	5.4.2 Integrità e tutela della persona	7
	5.4.3 Sicurezza e salute	7
5.5	<u>Tutela di informazioni privilegiate e dati personali</u>	<u>8</u>
5.6	<u>Tutela del patrimonio aziendale</u>	<u>8</u>
5.7	<u>Tutela dell'ambiente</u>	<u>8</u>
5.8	<u>Tutela dell'immagine</u>	<u>8</u>
5.9	<u>Correttezza delle informazioni contabili</u>	<u>8</u>
5.10	<u>Condotta nei confronti della comunità di riferimento</u>	<u>9</u>
5.11	<u>Condotta nei confronti di fornitori e di collaboratori esterni</u>	<u>9</u>
5.12	<u>Condotta nei confronti di clienti</u>	<u>9</u>
5.13	<u>Condotta nei confronti di concorrenti</u>	<u>10</u>
5.14	<u>Condotta nei rapporti con la pubblica amministrazione</u>	<u>10</u>
5.15	<u>Condotta nei confronti delle autorità e istituzioni pubbliche</u>	<u>10</u>
5.16	<u>Regali, omaggi e altre utilità</u>	<u>10</u>
6	<u>Attuazione e controllo</u>	<u>11</u>
6.1	<u>Adozione e governo del codice etico</u>	<u>11</u>
6.2	<u>Tutela del segnalante inadempienze e reati</u>	<u>11</u>

Codice etico

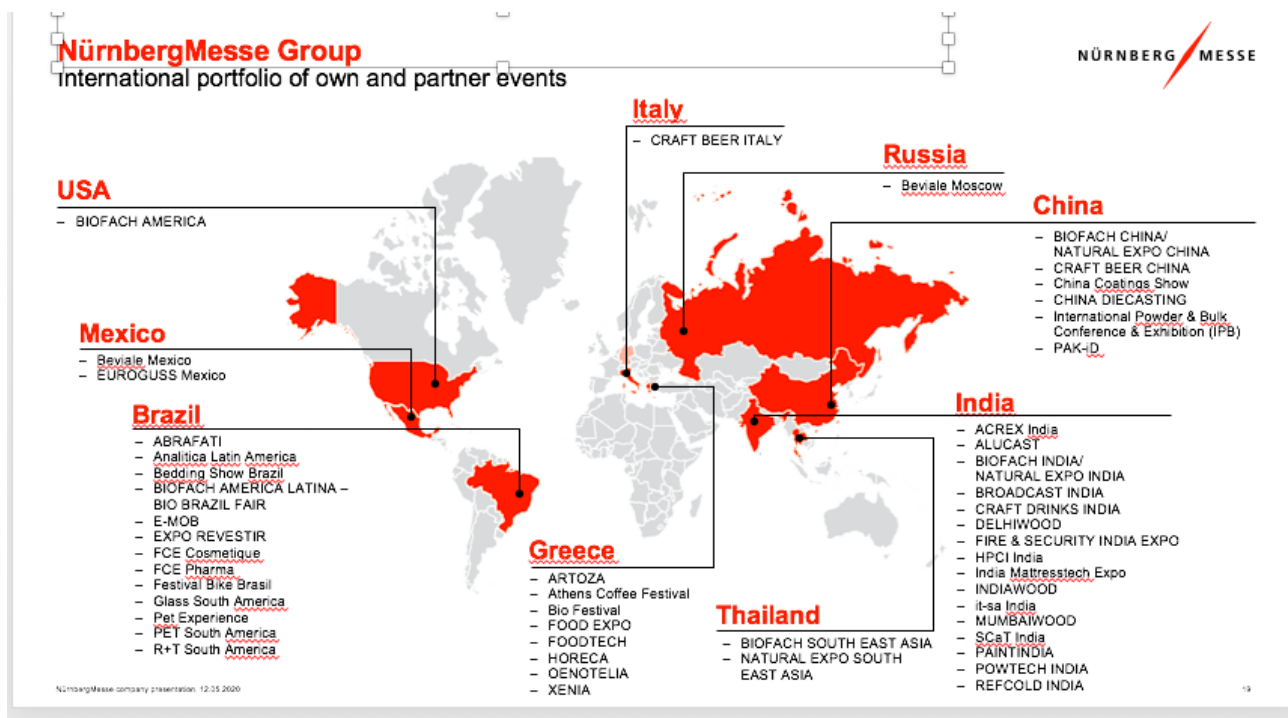
1 Presentazione azienda, vision e mission

Il Gruppo NürnbergMesse (di seguito anche NM o Il Gruppo) dispone di 180,000 m² di aree espositive per venire incontro alle esigenze di aziende di tutto il mondo che desiderano aumentare la propria visibilità e successo commerciale.

Nel 2019 ha ospitato 27,000 espositori ed oltre 1,0 milioni di visitatori nel sito di Norimberga.

Ha un ricco portfolio di Fiere nei settori consumer goods, processing + packaging, building + construction, it + electronics, alimentare e biologico

In crescita costante nel periodo 2010-2019, nel mondo gli espositori hanno superato il numero di 35000. Nell'immagine sottostante è riportata una mappa dei siti e fiere.



Con oltre 1.900 aziende espositrici e 20.000 operatori specializzati che hanno visitato le manifestazioni dei Saloni di Norimberga, l'Italia è, ogni anno, il paese straniero maggiormente rappresentato. E per essere sempre più vicini e attenti a un mercato strategico e potenzialmente ancora in crescita, il collegio sindacale di NürnbergMesse ha, nel 2009, costituito la NürnbergMesse Italia S.r.l. che, fin dal suo esordio, si è data l'obiettivo di essere sempre e coerentemente vicina ai propri clienti; in questi anni, NürnbergMesse Italia ha via via consolidato il proprio ruolo di riferimento per tutte le aziende e gli operatori italiani interessati a partecipare alle manifestazioni organizzate nel quartiere fieristico di Norimberga, diventando dunque l'indispensabile filo diretto fra il gruppo NürnbergMesse ed il mercato italiano, e offrendo ad aziende ed operatori italiani tutta l'assistenza necessaria e il know how acquisito per organizzare al meglio la partecipazione o la visita ai saloni di Norimberga e a tutte quelle rassegne fieristiche organizzate da NürnbergMesse in tutto il mondo (Cina, Brasile, India, USA, Giappone, Russia). NürnbergMesse Italia è formata da una affiatata equipe 100% italiana.

La mission di NürnbergMesse Italia è quella di soddisfare pienamente ogni esigenza, ogni necessità della propria clientela di riferimento. L'attività della filiale italiana consiste nel contattare, promuovere, sensibilizzare e infine affiancare le aziende italiane nelle varie fasi del percorso di partecipazione agli eventi fieristici. Per questo NürnbergMesse Italia offre un vero e proprio pacchetto fieristico per la realizzazione di collettive e di spazi espositivi), ai quali si affianca tutta una serie di servizi collaterali ma

fondamentali quali il reperimento e l'affiancamento di traduttrici, di supporto marketing, di reperimento e offerta alberghiera, di rapporti e collaborazioni con la stampa.

2 Politica Corporate della Responsabilità di Impresa

Il Gruppo crede fortemente nella Responsabilità sociale di Impresa, di seguito è riportato il mission statement:

NürnbergMesse pursues its corporate objectives sustainably and responsibly. This orientation is grounded in the tradition of the "honourable merchant". We also adhere to the principles of the UN Global Compact as a guide for responsible business conduct.

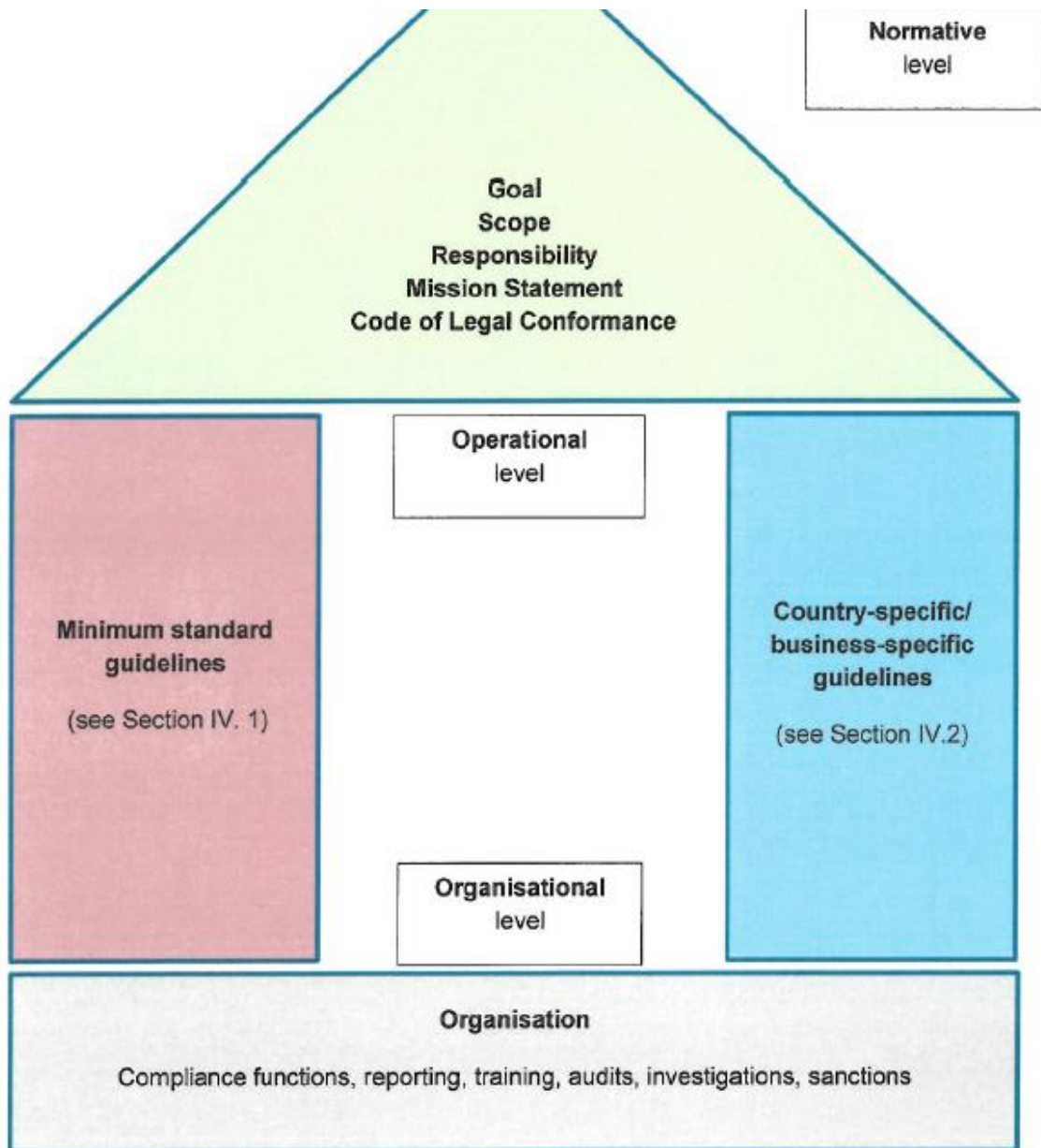
Our values and clear principles form the basis for the lasting trust of our customers, partners, and employees. We are convinced that this is the crucial basis for the continuation of our worldwide success as an exhibition company.

Nuremberg, January 2020

A livello Italiano questo mission statement si traduce/concretizza in:

- uno stretto coordinamento con la funzione governance centralizzata sia a livello di impostazione sia a livello di controllo e audit
- l'adozione dei protocolli di base suggeriti (in buona parte già preesistenti rispetto a data corrente)
- il completamento di tali protocolli con altre procedure basate su leggi e buone prassi italiane (provenienti da D.lgs 231/01, attività ANAC, ISO 37001: 2016)
- chiare responsabilità anche a livello locale, informazione e formazione di tutto il team italiano

L'immagine sottostante illustra il collegamento tra la governance del gruppo e quella locale.



3 Il codice etico di NürnbergMesse Italia

La trasparenza, correttezza, buona fede, lealtà, integrità e credibilità nei rapporti che NürnbergMesse ITALIA srl (NMI) intrattiene, sia in via permanente, sia in via occasionale, con soggetti terzi, pubblici o privati, e con i membri costituenti la comunità in cui NürnbergMesse Italia è inserita, costituiscono elementi fondamentali dei valori che la Società vuole trasmettere, e tradurre in comportamenti coerenti, ai propri dipendenti e collaboratori. Questo sforzo è parte della declinazione dell'etica dell'“honourable merchant” adottata dal gruppo

Per mantenere e sviluppare i comportamenti etici dei propri collaboratori e dipendenti, NUERNBERGMESSE ITALIA intende:

1. monitorare e migliorare i propri processi operativi, prevedendo l'utilizzo delle migliori metodologie e tecnologie disponibili ed economicamente compatibili;
2. promuovere la formazione e l'informazione continua del personale per consolidare una cultura di comportamento individuale e collettivo mirato a raggiungere sempre più elevati livelli di correttezza di comportamento;
3. assicurare, nei limiti imposti dalle risorse aziendali, la disponibilità delle risorse necessarie per il conseguimento degli obiettivi e per l'adozione delle misure necessarie per operare in accordo ai nostri valori etici;
4. predisporre misure per garantire che anche i collaboratori e gli eventuali partner operino in accordo ai nostri valori etici.
5. essere attori di progresso e integrazione, valorizzando anche la propria missione sociale

Il Codice etico di NUERNBERGMESSE ITALIA enuncia i valori aziendali, i diritti, i doveri e le responsabilità della nostra organizzazione rispetto a tutti i soggetti con cui entra in relazione per il conseguimento del proprio oggetto sociale; fissa inoltre standard di riferimento e norme di condotta che devono orientare i comportamenti e le attività di coloro che operano nell'azienda, siano essi Amministratori, dipendenti, collaboratori e consulenti esterni.

Il Codice etico detta i principi generali di gestione, vigilanza e controllo cui i modelli di organizzazione devono ispirarsi, disciplinando altresì casi e comportamenti specifici per la Società.

.

3.1 Leggi e regolamenti

NUERNBERGMESSE ITALIA ha come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti in tutti i paesi in cui essa opera. Tale impegno è valido per tutti i destinatari del codice etico.

3.2 Principi etici e di comportamento

I rapporti e i comportamenti, a tutti i livelli, devono essere improntati ai principi di onestà, correttezza, buona fede, integrità, trasparenza e reciproco rispetto.

La correttezza nei rapporti con i soggetti portatori di un interesse nei confronti dell'attività dell'impresa, sia a livello nazionale che internazionale è obiettivo irrinunciabile dell'impresa.

I dipendenti mantengono un rapporto di fiducia e di fedeltà con NUERNBERGMESSE ITALIA; l'obbligo di fedeltà comporta per ogni dipendente il divieto di assumere occupazioni con rapporto di lavoro con soggetti terzi, concorrenti nello stesso settore, senza la preventiva autorizzazione scritta da parte dell'organizzazione.

4 Destinatari

I destinatari del Codice etico sono tutti coloro che, interni o esterni alla società, hanno interessi nella società, quindi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, amministratori, revisori, dipendenti, collaboratori e consulenti della Società, nonché del Gruppo NM, i fornitori, i consulenti e, in generale, tutti i collaboratori, in esclusiva o occasionali, di NUERNBERGMESSE ITALIA.

L'organizzazione chiede a tutti i destinatari di osservare e, per quanto di propria competenza, di far osservare i principi contenuti nel codice: in nessuna circostanza, la pretesa di agire nell'interesse della società giustifica l'adozione di comportamenti in contrasto con quelli enunciati dal codice etico e prescritti dalle procedure aziendali o, in via generale, da leggi, regolamenti e discipline. Pertanto tutte le azioni, le operazioni, le negoziazioni e, in genere, i comportamenti posti in essere dai destinatari nello svolgimento dell'attività lavorativa, devono essere conformi alle politiche aziendali.

Tramite la formazione e informazione, il supporto del Gruppo e uno specifico protocollo di gestione delle segnalazioni e tutela del segnalante NMI crea una cultura non di omissione ma al contrario volta a favorire la segnalazione di eventuali illeciti e violazioni del Codice.

5 Codici di comportamento

5.1 Conflitto di interessi

Deve essere evitata qualunque situazione di conflitto di interesse, tra attività economiche personali o familiari e mansioni aziendali ricoperte. A titolo esemplificativo, e non esaustivo, possono determinare conflitto di interesse le seguenti situazioni:

- avere interessi economici e finanziari, anche attraverso familiari, con fornitori o concorrenti;
- accettare denaro, regali (se non nei limiti delle normali relazioni di cortesia e purché di modico valore), favori o altro beneficio di qualsiasi natura da persone, aziende o enti che sono o intendono entrare in rapporti d'affari con la società;
- strumentalizzare la propria posizione funzionale per la realizzazione di interessi personali, siano o meno contrastanti con quelli dell'azienda;
- concludere, perfezionare o avviare proprie trattative o contratti che abbiano come controparte propri familiari o soci, ovvero persone giuridiche di cui il destinatario sia titolare o cui il destinatario sia comunque interessato;
- avvantaggiarsi personalmente di "informazioni mercato" e di opportunità di affari di cui si è venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni all'interno dell'organizzazione.

In ogni caso è necessario evitare tutte le situazioni e tutte le attività in cui si può manifestare un conflitto con gli interessi di NUERNBERGMESSE ITALIA o che possano interferire con la capacità di assumere, in modo imparziale decisioni, nel migliore interesse dell'impresa e nel pieno rispetto dei principi e dei contenuti del codice e, in senso generale, adempiere esattamente alle funzioni e responsabilità ricoperte.

5.2 Rapporti con le Associazioni portatrici di interessi

NMI ritiene che il dialogo con le Associazioni sia di importanza strategica per il corretto sviluppo del proprio business, perciò instaura e coltiva un canale stabile di comunicazione e confronto con le Associazioni di rappresentanza dei propri Stakeholders allo scopo di cooperare nel rispetto dei reciproci interessi e prevenire qualsiasi possibile situazione di conflitto.

Compatibilmente con gli eventi e i partner specifici opera ai fini della valorizzazione del territorio, della sostenibilità ambientale e dei valori del Gruppo

Specifici eventi e settori prevedono il coinvolgimento di figure di promotori, esperti e parti interessate. Il rapporto con queste figure è egualmente improntato alla correttezza e all'efficacia

5.3 Contributi e Sponsorizzazioni

NMI valuta positivamente e, nel caso, fornisce sostegno ad attività, iniziative e progetti, che possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo, dell'arte e della cultura in generale; che offrono ampia garanzia di qualità e trasparenza nelle modalità di attuazione, nell'impiego delle risorse e nei risultati, che abbiano un positivo impatto sulla comunità territoriale di riferimento.

5.4 Gestione delle persone

5.4.1 Assunzione e gestione del personale

NUERNBERGMESSE ITALIA adotta procedure e metodi di selezione, formazione e lavoro improntati al rispetto dei valori umani, dell'autonomia e responsabilità dei lavoratori nonché all'importanza della partecipazione e adesione individuale e organizzata agli obiettivi e valori aziendali.

NUERNBERGMESSE ITALIA favorisce lo sviluppo del potenziale di ciascun dipendente o collaboratore, promuovendo un ambiente, procedure e organizzazione del lavoro che siano improntati al rispetto, anche in sede di selezione del personale, della personalità e della dignità di ciascun individuo, e che prevengano in ogni momento la creazione di situazioni di disagio, ostilità o intimidatorie, o di discriminazioni e abusi.

Crede nella valorizzazione dei talenti disponibili sul mercato del lavoro italiano e nella coesione del gruppo di lavoro.

5.4.2 Integrità e tutela della persona

NUERNBERGMESSE ITALIA esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non si verifichino molestie di alcun genere, quali ad esempio, la creazione di un ambiente di lavoro ostile nei confronti di singoli lavoratori o gruppi di lavoratori, l'ingiustificata interferenza con il lavoro altrui o la creazione di artificiosi ostacoli e impedimenti alle valide prospettive professionali altrui.

5.4.3 Sicurezza e salute

Conformemente alla politica della sicurezza e salute adottata dall'azienda, NUERNBERGMESSE ITALIA assicura la creazione e la gestione di ambienti e luoghi di lavoro adeguati dal punto di vista della salute e della sicurezza dei dipendenti.

Tutti i lavoratori, compresi coloro che ricoprono ruoli di responsabilità, quali i dirigenti e preposti sono tenuti a contribuire alla salvaguardia della sicurezza propria e altrui rispettando le procedure adottate dall'azienda che considera mancata grave la mancata ottemperanza alle regole prescritte.

5.5 Tutela di informazioni privilegiate e dati personali

NUERNBERGMESSE ITALIA garantisce un'adeguata gestione e protezione delle informazioni privilegiate, ivi inclusi i dati personali, salvaguardandone l'accuratezza, la completezza e le garanzie rispetto alle modalità di conservazione, nel rispetto delle normative di riferimento.

In ossequio ai principi di liceità del trattamento delle informazioni e dei dati personali, e conformemente alla politica della sicurezza dati deliberata, NUERNBERGMESSE ITALIA ha adottato un sistema di gestione formalizzato conforme al disposto del D.Lgs n. 196 del 2003, del GDPR 679/2016, del D.Lgs 101/2018 e delle altre raccomandazioni e provvedimenti del Garante pertinenti, che si trovano descritti nella Documentazione Privacy approvata.

Applicando la politica della sicurezza dati deliberata, e le procedure adottate ai sensi del GDPR 679/2016 e dei D.Lgs 196/2003 e 101/2018, la società richiede a tutti i dipendenti e collaboratori di rispettare le regole adottate per tutti i dati della società, non solo per i dati di natura personale o sensibile cui si dovesse entrare in possesso per motivi istituzionali.

5.6 Tutela del patrimonio aziendale

Ogni destinatario è tenuto a salvaguardare il patrimonio aziendale, custodendo i beni mobili e immobili, le risorse tecnologiche e i supporti informatici, le attrezzature, i prodotti aziendali, le informazioni o il know-how dell'organizzazione, secondo le procedure adottate. In particolare, ogni destinatario deve, rispettando scrupolosamente quanto previsto dalle politiche e dalle procedure di sicurezza aziendali:

- usare i beni aziendali secondo le procedure adottate, osservando scrupolosamente tutti i programmi di sicurezza per prevenirne l'uso non autorizzato o il furto;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza o, comunque, in contrasto con l'interesse dell'azienda;
- mantenere il segreto sulle informazioni riservate riguardanti la società, evitando di rivelarle a terzi soggetti, nel rispetto di quanto previsto dalla Politica della sicurezza dati aziendale e dalle vigenti norme di legge
- non copiare o riprodurre per uso personale i software aziendali né utilizzare per fini privati gli strumenti in dotazione.

Ogni destinatario è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate e ha il dovere di informare tempestivamente i propri diretti responsabili di eventi potenzialmente dannosi.

5.7 Tutela dell'ambiente

Nell'ambito delle proprie attività, la società è impegnata a contribuire allo sviluppo e al benessere della comunità in cui opera perseguendo l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale.

5.8 Tutela dell'immagine

La buona reputazione e l'immagine rappresentano una risorsa immateriale essenziale. I destinatari si impegnano ad agire in conformità ai principi dettati dal presente codice nei rapporti tra colleghi, clienti e terzi in generale, mantenendo un contegno decoroso e rispettoso, improntato alla professionalità e incentrato sulle competenze. NMI implementa la Corporate identity come indicato dal Gruppo.

5.9 Correttezza delle informazioni contabili

NUERNBERGMESSE ITALIA assicura la formazione dei propri dirigenti, dipendenti e collaboratori, affinché siano costantemente garantite veridicità, completezza e tempestività d'informazioni, sia all'interno sia all'esterno della società.

Ha adottato inoltre un sistema di contabilità analitica come richiesto dal Corporate.

A tal fine, ogni operazione o transazione deve essere correttamente e tempestivamente rilevata e registrata nel sistema di contabilità/rendicontazione aziendale secondo i criteri indicati dalla legge e sulla base dei principi contabili applicabili; ogni operazione o transazione deve essere autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

5.10 Condotta nei confronti della comunità di riferimento

NUERNBERGMESSE ITALIA assicura il rispetto delle regole applicabili nei rapporti con le comunità di riferimento e con gli organismi rappresentativi di esse. Le comunicazioni all'esterno, le informazioni e le comunicazioni relative alla società e destinate all'esterno dovranno essere accurate, veritiere, complete, trasparenti e tra loro omogenee.

5.11 Condotta nei confronti di fornitori e di collaboratori esterni

I fornitori ed i collaboratori esterni sono selezionati secondo procedure rispettose delle leggi di volta in volta applicabili.

A tal fine, i dirigenti e dipendenti responsabili delle funzioni aziendali/unità organizzative che partecipano a detti processi devono:

- riconoscere ai partecipanti in possesso dei requisiti necessari, pari opportunità di partecipazione alla selezione;
- verificare, attraverso idonea documentazione, che dispongano di mezzi, anche finanziari, strutture organizzative, capacità tecniche ed esperienza, sistemi di qualità e risorse adeguate alle esigenze e all'immagine della società; Nel caso di professionisti singoli la verifica si concentra sulle competenze, qualifiche e professionalità
- verificare il rispetto della normativa in materia di lavoro, ivi incluso ciò che attiene la salute e la sicurezza dei lavoratori.

I fornitori e i collaboratori esterni dovranno aderire all'intera documentazione contrattuale che comprende l'obbligo di rispettare il codice, nonché le altre regole di comportamento volontario e che prevedono anche specifiche sanzioni per l'eventuale violazione delle stesse regole.

La selezione dei fornitori e dei collaboratori esterni e l'esecuzione dei relativi contratti sono caratterizzate da trasparenza, certezza e vincolate alla forma scritta, senza che regole diverse ed in violazione di quanto emergente dai documenti disponibili possano essere, a qualsiasi titolo, prevalenti o vincolanti per la società

La realizzazione delle attività da parte dei fornitori e dei collaboratori esterni, siano essi chiamati a collaborare con dipendenti aziendali o siano essi chiamati a realizzare le proprie attività in autonomia, deve essere rispettosa delle procedure volte a garantire la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro.

Non sono tollerate e sono perseguite, a norma di legge, pratiche di corruzione, favori illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni di vantaggi, corresponsione di benefici materiali e immateriali nonché di altri vantaggi finalizzati ad influenzare o compensare, da parte di fornitori della società, i comportamenti di dipendenti o collaboratori aziendali.

5.12 Condotta nei confronti di clienti

1. Il rapporto con la clientela è fondato sui principi imprescindibili di efficienza, qualità dei servizi resi, imparzialità, trasparenza, correttezza professionale e onestà. Obiettivo primario deve essere il pieno soddisfacimento delle loro aspettative e necessità.

2. È indubbio che per il perseguimento dell'obiettivo sopra citato, non sono ammesse azioni o comportamenti illeciti che violino quanto disposto dal presente Codice Etico, le norme nonché i regolamenti vigenti. Tutti i dipendenti, devono:

- i. rispettare le procedure interne per la gestione dei rapporti con la clientela;
- ii. mantenere un comportamento corretto e disponibile in qualsiasi situazione;
- iii. non fornire alcuna collaborazione a eventuali condotte non oneste o potenzialmente illecite da parte dei clienti, segnalando immediatamente al proprio Responsabile qualsiasi situazione di potenziale criticità;
- iv. fornire informazioni chiare e veritiere.

5.13 Condotta nei confronti di concorrenti

Per evitare possibili distorsioni dei mercati in cui la società opera, i dirigenti, i dipendenti e i collaboratori non devono prendere parte, per conto della società (a meno che non siano espressamente autorizzati ad agire in tal senso) ad accordi o discussioni con concorrenti attuali o potenziali in merito a:

1. prezzi o sconti;
2. termini o condizioni relativi ai servizi prestati dalla società e dai concorrenti;
3. profitti, margini di profitti o costi;
4. sistemi di promozione dei servizi prestati dalla società e dai concorrenti;
5. offerte di acquisizione di partecipazioni sociali o progetti di offerta di tali acquisizioni;
6. territori di vendita o mercati;
7. capacità produttive od operative;
8. entrata o uscita da mercati geografici o da settori di mercato.

Tali decisioni sono comunque sempre concertate con le politiche del Gruppo.

5.14 Condotta nei rapporti con la pubblica amministrazione

Le relazioni con funzionari delle istituzioni pubbliche sono limitate alle funzioni aziendali preposte e autorizzate nel rispetto dell'osservanza delle disposizioni di legge e regolamentari e non possono in alcun modo compromettere l'integrità e la reputazione dell'azienda.

I rapporti con la pubblica amministrazione sono improntati a trasparenza e correttezza, nonché a spirito di collaborazione.

L'azienda pone esplicito divieto di offrire, direttamente o indirettamente, somme di denaro, vantaggi, o altri mezzi di pagamento a pubblici ufficiali, dirigenti o incaricati di pubblico servizio, al fine di influenzare la loro attività nell'espletamento dei propri doveri.

Tali prescrizioni non possono essere eluse ricorrendo a forme diverse di contribuzioni che, sotto veste di sponsorizzazioni, incarichi e consulenze, pubblicità ecc. abbiano le stesse finalità vietate.

5.15 Condotta nei confronti delle autorità e istituzioni pubbliche

Ogni rapporto con le istituzioni di stato o internazionali è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a valutare le implicazioni dell'attività legislativa e amministrativa nei confronti dell'azienda, a rispondere a richieste informali e ad atti di sindacato ispettivo (interrogazioni, interpellanze, etc.), o comunque a rendere nota la posizione su temi rilevanti per l'azienda.

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

5.16 Regali, omaggi e altre utilità

Il personale di NMI non chiede né sollecita, per sé o per altri, regali o altre utilità. Il personale dell'Ente non accetta, per sé o per altri, regali o altre utilità, salvo quelli d'uso di modico valore effettuati occasionalmente nell'ambito delle normali relazioni di cortesia e delle consuetudini internazionali.

Il "regalo o vantaggio economico o altra utilità" non è di modico valore quando raggiunga, considerato singolarmente, o cumulato con altri regali, vantaggi economici o altra utilità ricevuti nell'arco dell'anno, un valore complessivo superiore a € 100,00 (Euro cento/00).

I "regali, vantaggi economici o altre utilità" offerti e accettati nei casi consentiti, non devono comunque compromettere l'indipendenza di giudizio, la correttezza operativa, l'integrità e la reputazione del personale e, in ogni caso, devono essere tali da non poter essere interpretati da un osservatore imparziale, come finalizzati ad acquisire dei vantaggi in modo improprio da parte di soggetti che abbiano tratto o comunque possano trarre benefici da decisioni o attività inerenti all'ufficio. Indipendentemente dalla circostanza che il fatto costituisca reato, non possono essere chiesti o accettati per sé o per altri, "regali, vantaggi economici o altre utilità", neanche di modico valore, a titolo di corrispettivo per compiere o per aver compiuto un atto del proprio ufficio da soggetti che possano trarre benefici da decisioni o attività inerenti all'ufficio, né da soggetti nei cui confronti è o sta per essere chiamato a svolgere o a esercitare attività o potestà proprie dell'ufficio ricoperto.

Il personale di NMI non accetta, per sé o per altri, da un proprio subordinato, direttamente o indirettamente, regali o altre utilità, salvo quelli d'uso di modico valore. Il personale non offre, direttamente o indirettamente, regali o altre utilità a un proprio superiore, salvo quelli d'uso di modico valore.

Il Destinatario del presente Codice Etico al quale venga offerto "un regalo o vantaggio economico o un'altra utilità" il cui valore

stimato ecceda la soglia del modico valore e che non sia ascrivibile a normali rapporti di cortesia deve rifiutarlo e deve darne immediata comunicazione scritta dell'offerta a NMI. A seguito della comunicazione, l'Ente informa la terza parte che ha omaggiato la NMI, e valuterà successivamente la restituzione o la devoluzione a fini istituzionali del "regalo o vantaggio economico o altra utilità" ricevuta, direttamente o previa vendita. I regali o vantaggi economici o altre utilità possono anche essere devoluti a scuole o associazioni senza scopi di lucro ai fini di beneficenza.

Non possono essere accettati in nessun caso regali sotto forma di denaro o di beni facilmente convertibili in denaro quali a titolo esemplificativo e non esaustivo crediti personali e facilitazioni di pagamento o altre opportunità di investimento.

Il personale di NMI non accetta incarichi di collaborazione, di consulenza, di ricerca, di studio o di qualsiasi altra natura, con qualsiasi tipologia di contratto e a qualsiasi titolo (oneroso o gratuito), da soggetti privati che siano o siano stati nel biennio precedente aggiudicatari di contratti di appalto, di servizi o di forniture, nell'ambito di procedure curate personalmente o dall'area di appartenenza, in qualsiasi fase del procedimento.

6 Attuazione e controllo

6.1 Adozione e governo del codice etico

Il controllo circa il rispetto del codice etico è affidato alla Direzione di NMI con la supervisione e/o la prelazione della funzione auditing e governance del Gruppo

6.2 Tutela del segnalante inadempienze e reati

L'integrità dell'organizzazione, il fatto di preservarla ed eventualmente ripristinarla in caso fosse compromessa, è centrale per NUERNBERGMESSE ITALIA. Proprio per questo in primo luogo adotta gli strumenti consigliati per poter permettere sia la segnalazione in modo semplice, anonimo e chiaro/correttamente comunicato avvalendosi dei meccanismi creati dal Gruppo.

E' possibile effettuare la segnalazione in modo anonimo all'indirizzo christian.hahn@nuernbergmesse.de.