

I nostri punti di riferimento.

I nostri valori.

Il nostro ...

CODICE ANTICORRUZIONE



INDICE

A. DMA: ADESIONE AGLI STANDARD DI COMPLIANCE	3
B. PANORAMICA DEI PUNTI PIÙ IMPORTANTI	4
I. Corruzione.....	4
II. Pagamenti.....	4
III. Donazioni e sponsoring	4
IV. Trattamento dei rapporti con funzionari pubblici	4
V. Benefici nelle transazioni commerciali (settore privato)	5
VI. Rappresentanti, agenti, consulenti, intermediari	5
VII. Documentazione.....	5
VIII. Conseguenze	5
IX. Sommario	6
C. NOZIONI GENERALI SULLA CORRUZIONE	6
I. I vantaggi possono essere di diversi tipi e maniere.....	6
II. Benefici e l'accettazione di vantaggi	6
D. PAGAMENTI.....	7
E. DONAZIONI E SPONSORING	7
I. Nozioni generali.....	7
II. Appropriatezza di donazioni e sponsoring	7
III. Donazioni politiche	8
IV. Donazioni in proprio.....	8
F. TRATTAMENTO DEI RAPPORTI CON FUNZIONARI PUBBLICI	9
I. Regali ed intrattenimenti.....	9
II. Visite di necessità aziendale.....	9
III. Donazioni nonché sponsoring e funzionari pubblici	10
IV. Pagamenti di agevolazione.....	11
G. BENEFICI NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (SETTORE PRIVATO)	11
I. Regali ed intrattenimento di privati.....	11
a. Regali	11
b. Intrattenimento	12
II. Visite di partner di lavoro, di necessità aziendale	12
III. Eventi sportivi e culturali	12
H. RAPPRESENTANTI, AGENTI, CONSULENTI, INTERMEDIARI.....	12
I. DOCUMENTAZIONE.....	13
J. CONSEGUENZE	13
K. DETTAGLI CONTATTI.....	14
L. APPROVAZIONE E DIFFUSIONE DEL CODICE ANTICORRUZIONE.....	14

A. DMA: ADESIONE AGLI STANDARD DI COMPLIANCE

1. La DMA è una società collegata alla Plasser & Theurer, azienda leader a livello mondiale, che offre soluzioni complete di manutenzione e costruzione delle linee ferroviarie e gestisce una rete mondiale di punti di assistenza tecnica, officine di riparazione e magazzini per parti di ricambio.

2. Il Gruppo a cui la DMA appartiene, è costantemente impegnato a rispettare i seguenti principi generali:

Alto rendimento: il Gruppo Plasser rappresenta lo spirito pionieristico ed il massimo rendimento nei settori tecnologia, qualità e sostenibilità. Riconosciamo nuove sfide e definiamo gli standard per la costruzione economica del binario.

Precisione: il Gruppo Plasser rappresenta il know-how mondiale per quanto riguarda la costruzione ferroviaria. Questo dato di fatto, e la nostra motivazione più assoluta, permettono di costruire macchine operatrici in grado di svolgere tutti i lavori con la massima qualità possibile. La precisione ed esattezza più assoluta sono i valori a cui miriamo.

Affidabilità: il Gruppo Plasser si distingue anche per il grande impegno personale nello sviluppo di innovazioni, nonché la loro veloce implementazione nell'ambito pratico. Realizziamo i presupposti per garantire l'elevata prontezza operativa dei nostri prodotti ed ottimizzare quindi la loro disponibilità.

Integrità: il Gruppo Plasser agisce quotidianamente, in piena trasparenza, secondo questi valori e scopi in tutti gli ambiti della vita lavorativa. Così agendo, siamo in grado di mantenere la nostra reputazione di elevata affidabilità, sia a livello mondiale che a livello dei singoli Paesi in cui operiamo.

3. La nostra reputazione è un fattore fondamentale del nostro successo e non deve pertanto essere messa a rischio da comportamenti illegali, in particolar modo da corruzione. Alla luce di tutto questo, e per il fatto che riconosciamo le norme di Compliance quale presupposto imprescindibile, la gestione aziendale della DMA prende una chiara posizione su queste tematiche:

Il rispetto di tutte le leggi e regolamenti, in particolare la lotta alla corruzione, nonché il rispetto del Codice Etico e del presente Codice Anticorruzione, sono per noi priorità assoluta.

4. Quale società di un Gruppo di livello mondiale, occorre rispettare un gran numero di regolamenti e leggi per la lotta alla corruzione. Le presenti direttive specificano i principi essenziali per la lotta alla corruzione, validi in tutte le giurisdizioni. Esse rappresentano il requisito comportamentale valido per tutte le nostre collaboratrici, i collaboratori, tutti i dirigenti e gli amministratori della società del Gruppo. Tale disciplina vale anche per tutti coloro che agiscono a nome della DMA, espletando o ricevendo servizi (ad es.: intermediari, agenti generali o delegati, mediatori, consulenti, etc.).

5. Il presente Codice Anticorruzione contiene le norme di Compliance a cui tutto il personale della DMA, ed i suoi collaboratori, devono attenersi. Queste norme non li esonerano dall'esaminare il quadro giuridico delle loro azioni, può però fornire un prezioso aiuto per affrontare situazioni che si presentano nel business giornaliero.

6. I nostri clienti, in tutto il mondo, si affidano al nostro comportamento giuridicamente impeccabile e conforme ai regolamenti. Ogni membro della nostra società è personalmente responsabile, affinché questa fiducia non venga delusa. Affari intrapresi violando le legislazioni o

addirittura per mezzo di corruzione e tangenti, non sono tollerati in alcuna maniera (**politica di tolleranza zero**). Rispettando le presenti normative e prescrizioni, contribuirete a proteggere la nostra società dalle ripercussioni negative della corruzione. Facciamo affidamento su di voi!

7. Nel caso di domande e/o chiarimenti, vi pregiamo di rivolgervi sempre al **Compliance Officer**.

B. PANORAMICA DEI PUNTI PIÙ IMPORTANTI

1. I seguenti punti servono a darvi un primo quadro di orientamento, su come riuscire insieme, nell'intento di impedire la corruzione.

2. Il nostro intento è quello di acquisire e fidelizzare i nostri clienti con la qualità dei nostri prodotti e dei nostri servizi. Per raggiungere questo scopo, la corruzione è sempre e comunque la via errata!

I. Corruzione

a) Corruzione significa in generale, che una persona approfitta dei poteri attribuitigli. La corruzione si estende sia al settore pubblico (enti e funzionari pubblici), che al settore di business privato.

b) Si intendono soprattutto situazioni nelle quali venga "acquistato" un determinato comportamento. Ciò non avviene solamente per mezzo di pagamenti in denaro, bensì anche per mezzo di regali, inviti a pranzo/cena, nonché qualsivoglia altra azione e/o prestazione per mezzo della quale il ricevente (oppure una persona vicina a lui, oppure una società di cui questi sia economicamente responsabile) riceva vantaggi, di qualsiasi natura.

II. Pagamenti

a) Pagamenti possono essere effettuati solamente quale idoneo compenso per servizi e prodotti realmente forniti.

b) Evitate pagamenti in contanti!

c) Per ulteriori dettagli, si veda al punto D. del presente Codice.

III. Donazioni e sponsoring

a) Non tutte le donazioni e qualsiasi sponsoring sono ammissibili. Consultatevi, circa donazioni e sponsoring sempre e comunque con il **Compliance Officer**, in particolare nel caso di donazioni ad organizzazioni non registrate, quali organizzazioni "di beneficenza".

b) Non sono ammesse donazioni o sponsoring quando ci sia un collegamento con partner commerciali, funzionari governativi o partiti politici.

c) Per ulteriori dettagli, vedi al punto E. del presente Codice.

IV. Trattamento dei rapporti con funzionari pubblici

a) Non date mai, per principio, a funzionari pubblici e loro parenti, benefici quali regali, inviti o donazioni, al di fuori di quelli istituzionali direttamente gestite dall'Azienda.

b) In casi eccezionali, può essere data la possibilità di fare regali minimi oppure inviti gastronomici nell'ambito di un evento societario; a questi scopi, consultate comunque sempre il **Compliance Officer**.

c) Per ulteriori dettagli, vedi al punto F. del presente Codice.

V. Benefici nelle transazioni commerciali (settore privato)

a) Gadget aziendali, piccoli doni ed inviti a pranzo o cena, oppure ad eventi, fanno parte del normale business quotidiano. Omaggi, gesti di cortesia e di ospitalità sono ammessi quando siano di valore modesto e comunque tali da non pregiudicare l'integrità o la reputazione di una delle parti e da non poter essere intesi come finalizzati ad ottenere vantaggi impropri.

b) Per quanto riguarda inviti gastronomici, anche questi sono tollerabili entro l'ordine di grandezza rientrante nelle consuetudini commerciali.

c) Non è comunque consentito "condizionare" un determinato comportamento per mezzo di regali o inviti gastronomici o ad eventi! Deve essere assolutamente evitato qualsiasi aspetto di influenzamento improprio! È vietata altresì ogni forma di "facilitazione" scorretta.

d) I regolamenti ed i valori limite per regali, non valgono solamente per la donazione, bensì anche per la ricezione degli stessi. Se, pertanto, si appurasse che un regalo ricevuto superi il limite massimo ammissibile per le donazioni e non sia possibile la restituzione di tale dono, bisognerà inoltrare questo dono al **Compliance Officer**, il quale lo donerà in beneficenza. Lo stesso vale nel caso in cui regali superino il limite massimo, ma non possano, dopo una ponderata riflessione e considerazione di tutte le circostanze, essere rifiutati, in quanto ciò offenderebbe il donante. Regali all'indirizzo privato del ricevente non sono ammessi per principio.

e) Per ulteriori dettagli, vedi al punto G. del presente Codice.

VI. Rappresentanti, agenti, consulenti, intermediari

a) La DMA può essere ritenuta responsabile per azioni o violazioni effettuate da rappresentanti, agenti, consulenti o intermediari. Abbiate pertanto particolare cura nella scelta e sorveglianza di queste persone.

b) Per ulteriori dettagli, vedi al punto H. del presente Codice.

VII. Documentazione

a) Aiutateci ad assicurare la trasparenza e la tracciabilità! Documentate tutte le donazioni da voi fatte o ricevute, nell'ambito della vostra attività per la DMA.

b) Per ulteriori dettagli, vedi al punto I. del presente Codice.

VIII. Conseguenze

a) La violazione di regolamenti e leggi per la lotta alla corruzione può avere, sia per voi che per la DMA, una serie di conseguenze, anche inerenti il rapporto di lavoro.

b) Le ripercussioni possono essere tali da compromettere l'esistenza della DMA. Pertanto, è fondamentale rifiutare categoricamente qualsiasi forma di corruzione!

IX. Sommario

- a) In generale, si stabilisce che ogni persona coinvolta debba agire, nell'ambito lavorativo, in maniera tale da poter spiegare e giustificare sempre, di fronte a superiori, colleghe e colleghi, le proprie azioni. Ponderate il vostro agire, particolarmente quando si tratti di azioni di cui non siate particolarmente propensi a parlarne con altri membri della vostra azienda.
- b) Ulteriori dettagli, in particolare esempi pratici, sono riportati nelle descrizioni di seguito specificate. Nel caso di quesiti inerenti l'applicazione nel lavoro pratico giornaliero delle regole contenute nel presente Codice, rivolgetevi al **Compliance Officer**, che fornirà il dovuto supporto.

C. NOZIONI GENERALI SULLA CORRUZIONE

1. In generale, "Offrire, promettere, dare, ma anche accettare o sollecitare un vantaggio non dovuto di qualsiasi natura (finanziario o non finanziario), direttamente o indirettamente, in violazione della legge applicabile come meccanismo per indurre o ricompensare una persona, in modo che agisca o eviti di agire con conseguenze sulla performance dei propri doveri". Questa è una delle possibili definizioni del fenomeno della corruzione.
2. Vi rientrano l'offrire, il cedere, il richiedere ma anche il ricevere vantaggi personali, quando questo avvenga quale incentivo per una certa azione.
3. La corruzione può verificarsi sia nei rapporti con funzionari pubblici (vedi in questo caso le specificazioni al paragrafo F. del presente Codice), che con partner d'affari (vedi in questo caso le specificazioni al paragrafo G. del presente Codice) e deve, in entrambi i casi, essere rifiutata.

I. I vantaggi possono essere di diversi tipi e maniere

- a. Si definiscono vantaggi, tutti i benefici atti a migliorare in una maniera o nell'altra, la situazione del ricevente, senza che questi vi abbia diritto.
- b. Non si intendono pertanto solamente benefici in denaro, bensì anche vantaggi immateriali. Benefici possono essere ad esempio inviti o sconti, ma anche la possibilità di fare un tirocinio presso società del gruppo Plasser & Theurer.
- c. Un vantaggio può anche essere il fatto che i benefici vengano dati ad un terzo, quale ad es. un parente di un partner di lavoro, di una persona con poteri decisionali oppure di un funzionario pubblico, o anche ad una società economicamente legata a tali persone.

II. Benefici e l'accettazione di vantaggi

- a. È fatto divieto ai membri aziendali della DMA di offrire, concedere, richiedere o accettare, sia nei confronti di funzionari pubblici, che nell'ambito di affari con privati, vantaggi illeciti o comunque vantaggi che possano influenzare o far sorgere l'apparenza che ciò possa influenzare una corretta decisione.
- b. Si possono pertanto offrire, concedere, richiedere o accettare vantaggi, solo quando ciò avvenga in conformità con le disposizioni normative e regolamentari. Non deve pertanto sussistere l'apparenza che i vantaggi siano corrispettivo per un dato comportamento.
- a. La concessione o riscossione di vantaggi sotto forma di regali, agevolazioni o inviti, può, in singoli casi, essere ammissibile, quando tali benefici siano socialmente adeguati. Per socialmente

adeguati si intende, in questo contesto, che il beneficio, debba essere di minima entità (ad es.: articoli promozionali) e che nella fattispecie non sia data la possibilità di influenzare le decisioni sia aziendali che commerciali del ricevente.

b. Nei seguenti capitoli da D. a G., del presente Codice, vengono descritte alcune situazioni sensibili, che spesso vengono a crearsi durante il lavoro quotidiano in un'azienda. Vengono inoltre menzionati limiti di valore a cui orientarsi.

c. Vi invitiamo a verificare sempre, caso per caso, che un beneficio sia socialmente adeguato e pertanto ammissibile. Le delucidazioni che seguono possono darvi consigli utili. Per ulteriori consigli e chiarimenti, potete rivolgervi al **Compliance Officer**.

D. PAGAMENTI

1. I pagamenti debbono essere adeguati ed effettuati solo quale corrispettivo per servizi o prodotti realmente forniti.

2. Facciamo presente, che pagamenti a terzi possono essere effettuati solamente per servizi e/o prodotti forniti correttamente. I pagamenti per tali servizi o prodotti debbono avere un equo controvalore.

3. Evitate pagamenti in contanti!

4. Per garantire la trasparenza nell'ambito dei processi di pagamento, si consiglia vivamente di evitare, per principio, pagamenti in contanti. Se ciò risultasse comunque, in singoli casi, assolutamente necessario, è indispensabile documentare minuziosamente tale processo, le motivazioni ed il pagamento stesso.

E. DONAZIONI E SPONSORING

I. Nozioni generali

a. La DMA può supportare organizzazioni ed eventi, tramite sponsoring e donazioni. Ciò, non solo contribuisce alla buona reputazione della nostra società, bensì rispecchia anche l'importanza che diamo alla responsabilità sociale.

b. Lo sponsoring è la promozione di persone, organizzazioni ed eventi sotto forma di messa a disposizione di denaro, prodotti e/o servizi, che mirano a promuovere i propri scopi di marketing.

c. Le donazioni sono prestazioni in denaro o in natura, messe a disposizione senza alcuna controprestazione.

d. Donazioni e/o sponsoring, non debbono necessariamente essere effettuati sotto forma di pagamenti. Anche prestazioni in natura, come ad es. il dispendio di tempo di collaboratori pagati dalla DMA durante il loro normale orario d'ufficio, fanno parte di questo concetto.

II. Appropriatezza di donazioni e sponsoring

a. Non tutte le donazioni, o tutte le forme di sponsoring, sono ammissibili ovvero da tollerare.

b. Donazioni fatte ad organizzazioni caritatevoli registrate come tali e con una seria reputazione, sono normalmente ammesse.

c. Le nostre donazioni ed il nostro sponsoring vengono effettuati sempre in maniera trasparente. Pertanto, è vietato il pagamento in contanti, anche se a scopo di beneficenza, ed ogni donazione ovvero sponsoring deve precedentemente essere comunicato al nostro **Compliance Officer**. Quando comunicate a quest'ultimo, allegate sempre anche il cedolino di pagamento, comunicando inoltre lo scopo della donazione, ovvero dello sponsoring. I pagamenti debbono essere effettuati direttamente sul conto della relativa organizzazione e mai su conti privati. Ogni donazione ed ogni sponsoring deve inoltre esser compatibile con i principi societari della DMA.

d. È necessaria l'autorizzazione scritta dell'Amministratore Delegato e la comunicazione al **Compliance Officer**, per ogni forma di sponsoring o donazione, indirizzate ad organizzazioni che non siano registrate quali di beneficenza.

e. Per donazioni e sponsoring connessi a funzionari pubblici, rimandiamo alle disposizioni del paragrafo F.III.

f. Nell'ambito di sponsoring o donazioni di o per conto della DMA, è necessaria la preventiva autorizzazione da parte dell'Amministratore Delegato e la comunicazione al **Compliance Officer**, nel caso di almeno uno dei seguenti fattori:

- lo sponsoring oppure la donazione vengono effettuati su richiesta di una società partner della DMA;
- sia noto che il ricevente dello sponsoring ovvero della donazione sia associato ad un membro aziendale di un partner d'affari della DMA o suo parente;
- sia noto che il ricevente dello sponsoring o donazione, sia associato ad un funzionario pubblico o suo parente (a tale riguardo rimandiamo al punto 76 del presente Codice);
- ci sono poi altri fattori che possono implicare un collegamento tra la DMA e lo sponsoring o le donazioni e l'acquisizione e/o il mantenimento di rapporti commerciali.

III. Donazioni politiche

a. Donazioni politiche vengono concesse a beneficio di un candidato politico, di uno scopo, una campagna, un partito oppure un politico, pertanto non coinvolgono necessariamente un funzionario pubblico.

b. La DMA è politicamente neutrale, è pertanto vietata qualsiasi forma di donazione politica.

c. Donazioni a funzionari pubblici sono vietate per principio. Per donazioni e sponsoring, in collegamento con rappresentanti pubblici, rimandiamo alle definizioni del paragrafo F.III.

d. Per chiarimenti, rivolgersi al **Compliance Officer**.

IV. Donazioni in proprio

a. Ci rallegriamo di donazioni ad organizzazioni di beneficenza, da parte di collaboratori della nostra impresa quali persone private. In tale ambito, vi preghiamo comunque di voler tenere conto che, nel caso di una donazione da privato, non sorga l'impressione che questa sia connessa alle attività della DMA. Chiarite pertanto che la donazione non avviene a nome oppure in collegamento con le attività della DMA. È fatto divieto ai dipendenti della DMA, di effettuare donazioni private, se l'intento o l'azione di una tale donazione, possa influenzare il giudizio commerciale di una persona estranea alla DMA.

F. TRATTAMENTO DEI RAPPORTI CON FUNZIONARI PUBBLICI

1. Fate particolare attenzione nei rapporti con i funzionari pubblici.
2. È vietata l'offerta, le promesse o il concedere di vantaggi a funzionari pubblici, quando queste mirino ad influenzare, in maniera inammissibile, una decisione del funzionario pubblico stesso.
3. Sono vietati tutti i vantaggi per mezzo dei quali vengano "acquistati" poteri decisionali di un ente pubblico. Questo divieto si estende, sia a rappresentanti pubblici nazionali, che internazionali e può essere inoltre vietato anche dalla giurisdizione del relativo paese straniero.
4. "I funzionari pubblici" non debbono necessariamente essere funzionari statali (governativi). Si intendono infatti anche persone facenti parte del sistema pubblico, nonché persone incaricate presso Enti o Amministrazioni pubbliche, di svolgere compiti di pubblica amministrazione. *Possono essere "funzionari pubblici", a seconda del sistema giuridico, anche organi autorizzati e dipendenti di una persona giuridica, a cui partecipi la pubblica amministrazione.* Anche i collaboratori di organizzazioni o istituzioni internazionali, ad esempio a livello europeo, sono da considerarsi pubblici rappresentanti. Nel caso di dubbi circa i pubblici rappresentanti, rivolgetevi sempre al **Compliance Officer**.
5. I benefici non solo sono vietati, se effettuati direttamente a pubblici rappresentanti, bensì anche se indirizzati a persone private, nella consapevolezza che ciò possa influenzare il potere decisionale di un pubblico rappresentante. Ciò avviene di norma quando vengano concessi benefici a persone vicine al pubblico rappresentante. Sarebbe pertanto illegale, se un privato concedesse, al coniuge oppure ad un fratello/sorella di un pubblico rappresentante, un credito a condizioni inferiori a quelle di mercato, per fare sì, che il pubblico rappresentante prendesse una decisione per la conclusione di determinato affare. Lo stesso vale nel caso in cui l'utilità venga concessa al pubblico rappresentante per mezzo di terzi.

I. Regali ed intrattenimenti

- a. Anche nel caso di regali ed intrattenimento di funzionari pubblici, bisogna fare particolare attenzione. In singoli casi, regali quali articoli promozionali, come ad esempio penne o blocchi notes con il logo della DMA, possono essere considerati socialmente adeguati. Anche un pranzo o una semplice cena possono essere legalmente tollerati, se ciò venga offerto nel contesto di un evento di lavoro, al quale il pubblico rappresentante partecipa, nell'ambito di espletamento delle sue funzioni (come ad esempio la visita presso lo stabilimento oppure riunioni d'affari). Omaggi e gesti di cortesia e di ospitalità verso esponenti di governi, pubblici ufficiali, incaricati di pubblico servizio e pubblici dipendenti sono ammessi quando siano di modico valore e comunque tali da non pregiudicare l'integrità o la reputazione di una delle parti e da non poter essere intesi come finalizzati ad ottenere vantaggi impropri.
- b. Sia la corruzione, che la semplice parvenza di corruzione, in particolar modo nell'ambito dei rapporti con funzionari pubblici, sono assolutamente vietati. Si sconsiglia pertanto vivamente di fare regali o inviti gastronomici di qualsiasi tipo a funzionari pubblici. Ciò deve avvenire solamente in casi eccezionali e, nel caso di regali, necessita di preventivo accordo e consultazione con il **Compliance Officer**; nel caso di intrattenimenti, la consultazione è obbligatoria, quando non si tratti di un inevitabile intrattenimento di minima entità.

II. Visite di necessità aziendale

- a. Per vari motivi, la DMA riceve visite di funzionari pubblici (oppure partner d'affari: vedi al paragrafo G.II). Le ragioni di tali visite sono, in particolare:

- l'appurare gli elevati standard della qualità aziendale della DMA nell'ambito di visite aziendali
- l'espletamento (in comune) di corsi di addestramento ed aggiornamento
- riunioni per discutere la pianificazione e l'esecuzione di ordini
- effettuare Factory Acceptance Tests (FAT) nell'ambito dell'esecuzione di ordini, ovvero prima del collaudo di macchinari, per mezzo dei clienti della DMA.

In alcuni di questi casi, la DMA si fa carico dei costi (o parte dei costi) per l'organizzazione, il trasferimento, pranzo/cena e/o pernottamento dei partecipanti. A volte, viene specificato, già nei contratti con i clienti, chi si assume quali costi.

b. Sia quando venga determinata la responsabilità dei costi nei singoli contratti, che nel caso di altro regolamento dei costi, bisogna fare particolare attenzione affinché i costi assunti da DMA siano ragionevoli e socialmente-adequati, in maniera che non si verifichi nessun vantaggio indebito da parte di un pubblico rappresentante o altre persone coinvolte. Per garantire quanto sopra, si faccia particolare attenzione a quanto segue:

- i. Lo scopo della visita e le persone che vi partecipano devono essere documentati in uno schema espositivo (ad es.: "Svolgimento e tempistiche per il FAT di progetto...", "Svolgimento e tempistiche per corsi d'istruzione congiunti relativi al progetto ..."). In questo schema debbono essere specificati i termini stabiliti (corsi, collaudi etc.).
- ii. Si dà per scontato che la DMA, quale azienda in loco, abbia più facilità a prenotare pernottamenti o organizzare pranzi/cene per i partecipanti nel periodo in questione. Bisogna però, in questo ambito, fare attenzione, a che le sistemazioni ed i ristoranti siano di adeguata qualità, ma certamente non di standard elevati oltremisura, a meno che i partecipanti stessi non paghino per i relativi costi.
- iii. È un principio di cortesia, anche nell'interesse della società, di occuparsi degli ospiti (che spesso non conoscono la località), non solo durante le visite aziendali, i corsi d'istruzione o i collaudi tecnici, bensì anche nel restante periodo di tempo, non lasciandoli allo sbaraglio (in luoghi a loro sconosciuti). Questo tipo di cortesia ed un possibile programma, atto a riempire i vuoti di tempo del programma ufficiale, debbono comunque essere limitati al minimo necessario. È di importanza fondamentale che si tratti (solo) di servizi di cortesia, per le sole persone coinvolte negli impegni aziendali. Sarebbero infatti inammissibili programmi quadro che non abbiano alcuna relazione con gli impegni aziendali, come ad esempio appuntamenti di tempo libero in giornate in cui non ci sia alcun evento aziendale, oppure al termine degli impegni aziendali, nonché l'assunzione dei costi di partecipazione di parenti che nulla hanno a che fare con gli impegni aziendali ufficiali.

Se si hanno dubbi su come comportarsi in questi casi, richiedere il parere ovvero consultare il **Compliance Officer**.

III. Donazioni nonché sponsoring e funzionari pubblici

- a. Donazioni (vedi il termine donazioni al punto 51) a funzionari pubblici oppure lo sponsoring (vedi il termine sponsoring al punto 50) di funzionari pubblici, sono vietati per principio.
- b. Il supporto di organizzazioni, tramite donazioni e sponsoring, è inoltre vietato sempre, quando queste vengano offerte, promesse o date come qualsivoglia forma di corrispettivo nell'ambito dei servizi di un pubblico rappresentante.
- c. Donazioni e sponsoring sono inoltre vietati, quando vengano sollecitati, sia direttamente che indirettamente, da un rappresentante pubblico in connessione ad una decisione che il pubblico rappresentate possa influenzare.

d. Una donazione da parte o per conto di DMA ad un ricevente, che sia palesemente collegabile ad un funzionario pubblico, necessita di preventiva autorizzazione scritta da parte del **Compliance Officer**.

IV. Pagamenti di agevolazione

s. La DMA rifiuta inoltre espressamente la fornitura dei cosiddetti pagamenti di agevolazione (anche detti Facilitation Payments, ovvero più comunemente "bustarelle"). Si intendono qui pagamenti in genere di minore entità, che vengono offerti, promessi o concessi, per la doverosa esecuzione di un'attività ufficiale, per far sì che tale attività ufficiale, avvenga più in fretta. Tali "bustarelle" sono vietate.

G. BENEFICI NELLE TRANSAZIONI COMMERCIALI (SETTORE PRIVATO)

1. Nella maggior parte dei paesi in cui la nostra società agisce sono punibili anche i benefici a persone del settore privato, quando un tale beneficio miri ad influenzare, in maniera illecita, l'agire del partner d'affari. Ciò vale anche per l'accettazione di benefici. Pertanto, la DMA vieta qualsiasi beneficio o utilità che possa anche solo dare l'apparenza di esercitare un'influenza inammissibile o di provocare determinate decisioni. Ciò è il caso, in genere, quando vengono offerti, promessi concessi o accettati benefici in relazione alla conclusione di un affare.

I. Regali ed intrattenimento di privati

a. L'ammissibilità di regali ed intrattenimenti, nell'ambito di affari con privati, deve essere ponderata, ovvero decisa, secondo i seguenti cinque criteri:

- **Appropriatezza:** Il valore del regalo/intrattenimento deve tener conto della posizione aziendale e dell'occasione, ma comunque deve rientrare nelle ordinarie prassi e consuetudini.
- **Intento:** Regali/intrattenimenti non debbono avere lo scopo di influenzare l'obiettività del ricevente.
- **Trasparenza:** Regali/intrattenimenti debbono essere forniti in maniera trasparente. Il motivo di approvazione di tale fornitura deve essere documentato internamente (vedi al punto I.)
- **Frequenza:** Nel caso in cui, alle stesse persone vengano forniti regali/intrattenimenti in maniera frequente e continua, l'ammissibilità di una tale azione è da considerarsi più critica del normale ("facilitazione")
- **Tempistica:** Regali/intrattenimenti non debbono essere forniti in un momento inopportuno. Se, ad esempio, sia imminente una decisione tra la DMA e un suo partner d'affari, la decisione circa la fornitura di regali / intrattenimenti, deve essere ben ponderata. In questo modo potrete evitare, fin dall'inizio, conflitti d'interesse.

a. Regali

a. I regali a partner d'affari sono normalmente ammissibili, quando si tratti di piccole attenzioni e regali di modesto valore e comunque tali da non pregiudicare l'integrità o la reputazione di una delle parti e da non poter essere intesi come finalizzati ad ottenere vantaggi impropri. Questi non debbono mai essere scambiati in cambio di un determinato comportamento.

b. Esempi di regali, normalmente ammissibili, sono articoli promozionali quali le biro, i calendari, i blocchi notes con il logo della DMA, altri gadget aziendali oppure specialità locali di valore modesto, e comunque allineati, per tipologia ed entità, alle normali prassi e consuetudini commerciali, per esempio in occasione di ricorrenze o in ricordo di partecipazione ad un evento.

- c. Facciamo presente che il limite di valore consentito può essere superato anche, nel caso in cui il ricevente, riceva regolarmente o ripetutamente utilità/benefici.
- d. Sono inammissibili, in ogni caso, regali in contanti o "equivalenti a denaro", quali ad esempio buoni, concessione di un credito a tassi d'interesse non usuali di mercato, il trasferimento gratuito di titoli oppure l'upgrade di ticket aerei. Sono, inoltre, altrettanto inammissibili tutti i benefici percepiti quali illegali oppure immorali.
- e. Documentate tutti i regali donati o accettati, onde poter, su richiesta, fornire la prova degli scopi di tali benefici/regali.

b. Intrattenimento

- a. È concesso alla DMA, in determinate occasioni, di intrattenere i suoi partner d'affari, allo scopo di creare e sostenere relazioni commerciali durature. In un tale ambito, è concesso, in un contesto adeguato, offrire o accettare inviti a pranzo/cena d'affari, nonché, in singoli casi, inviti ad un evento sportivo e/o culturale (per le premesse in questi casi, vedi al paragrafo G.III). Documentate tutti gli intrattenimenti concessi ed accettati, per poter, su richiesta, dimostrare il loro scopo.
- b. L'intrattenimento di partner d'affari è generalmente lecito, quando questo non abbia, considerando la posizione sociale e gli standard di vita del ricevente, un valore inappropriato. Ciò deve inoltre avvenire nell'ambito della normale collaborazione e non deve servire quale corrispettivo per un determinato comportamento.
- c. L'adeguatezza del valore di un intrattenimento non può essere valutata in maniera generalizzata. Normalmente, comunque, è da considerarsi socialmente adeguato l'invito a pranzo o cena, se il costo rientra nell'ordine di grandezza di normali ed ordinarie prassi e consuetudini, e l'ambiente corrisponda a quello usualmente consono e non offensivo per il ricevente stesso. Socialmente adeguati sono tipicamente inviti vicendevoli nell'ambito di un rapporto di reciprocità.
- d. Nell'ambito d'intrattenimento di dirigenti e membri di organi decisionali, potrà comunque essere considerata adeguata una somma che in nessun caso possa essere tale da poter influenzarne le decisioni, pregiudicarne l'integrità o la reputazione e da non poter essere intesa come finalizzati ad ottenere vantaggi impropri.

II. Visite di partner di lavoro, di necessità aziendale

- a. Vedi anche il precedente punto F.III. Quanto esposto, vale anche per le visite a e di partner di lavoro.

III. Eventi sportivi e culturali

- a. Alla luce di quanto esposto, anche gli inviti per eventi sportivi e/o culturali, debbono essere pronunciati solo previa consultazione ed autorizzazione scritta del **Compliance Officer**. Essi possono, in singoli casi, essere ammissibili, in particolare se tale invito serva allo scambio di idee con leader di politica, economia, dei mass media e di cultura, per chiarimenti di questioni aziendali, e le spese di viaggio e di pernottamento, vengano sostenute dagli invitati stessi. Quanto sopra vale anche per l'accettazione di inviti a tali eventi.

H. RAPPRESENTANTI, AGENTI, CONSULENTI, INTERMEDIARI

1. L'intervento di rappresentanti, agenti, consulenti, sponsor ed altri intermediari è di notevole importanza in determinati paesi, in alcuni casi imperativo, per un intervento di successo sul mercato,

per la nostra società. In particolare, nel caso di affari all'estero, necessitiamo, e facciamo spesso uso, di intermediari. Questi possono essere, ad esempio, incaricati quali consulenti o mediatori per negoziare o portare a termine affari. Anche tali intermediari, debbono attenersi alle leggi e direttive locali.

2. La DMA può essere ritenuta responsabile per azioni e/o trasgressioni di tali intermediari. Vi pregiamo pertanto di agire con cautela, nella scelta e nella sorveglianza di queste persone.

3. Se possibile, quindi, contattate sempre consulenti interni della DMA. Prima della realizzazione di un contratto, con l'intervento di un intermediario, siete tenuti a controllare minuziosamente l'integrità di un potenziale intermediario, con un collega/superiore, secondo il principio del confronto e, se necessario, consultare anche il **Compliance Officer**. Abbiate particolare cura affinché provvigioni o altri pagamenti vengano effettuati solamente previa presentazione di prove di prestazioni verificabili ed emissione di fatture corrette.

I. DOCUMENTAZIONE

1. Tutte le retribuzioni debbono avvenire in maniera trasparente e documentata, onde evitare qualsivoglia forma di clandestinità e per garantire, nel caso di richieste da parte di autorità investigative (ad es.: verifica fiscale), senza problemi, la legalità. Omaggi all'indirizzo privato del ricevente non sono leciti per principio.

2. Abbiate pertanto cura, affinché:

- i libri, i documenti d'ufficio ed i conti vengano tenuti in maniera tale che rispecchino correttamente, accuratamente ed in maniera appropriata, le transazioni e le disposizioni sul patrimonio;
- le transazioni vengano registrate in conformità agli standard o ai principi contabili generalmente accettati, e vengano effettuati controlli interni efficienti, allo scopo di verificare il rispetto delle leggi in vigore e del presente Codice, per prevenire l'abuso di beni aziendali.

3. Ogni richiesta di pagamento o di altri beni, che possa anche solo avere l'apparenza di un vantaggio illecito, deve essere segnalata al **Compliance Officer** (vedi paragrafo K. del presente Codice).

J. CONSEGUENZE

1. L'infrazione di regolamenti e leggi per la lotta alla corruzione può comportare, sia per la DMA, che per i membri aziendali coinvolti, una serie di conseguenze varie.

2. Si rischia, in particolare, oltre a multe e rivendicazioni civili per danni, anche ammende e perfino pene detentive. Membri aziendali che violino le presenti normative e le relative leggi, corrono inoltre il rischio di gravi conseguenze sul rapporto di lavoro.

3. Inoltre, la DMA, non solo, corre il rischio di essere esclusa da procedure e gare d'appalto, ma rischia anche un danno irreparabile di reputazione per la società. Le conseguenze potrebbero essere tali da compromettere l'esistenza della Plasser stessa.

4. Nessun membro aziendale corre il rischio di conseguenze negative per il rifiuto di prendere parte alla corruzione. Questo vale senza restrizioni, pertanto anche nel caso in cui, un tale rifiuto, porti alla perdita di opportunità d'affari o di guadagno per la DMA stessa. Nessuno deve aver paura di ripercussioni negative o svantaggi, per aver segnalato il dubbio di una possibile corruzione o

comportamento improprio. Al contrario, ci affidiamo alla vostra coscienza per prevenire e scoprire conseguentemente la corruzione.

K. DETTAGLI CONTATTI

1. Il **Compliance Officer** é a vostra disposizione per ulteriori informazioni. Lo stesso può darvi informazioni circa l'iter da intraprendere per segnalare un'infrazione al presente Codice.

L. APPROVAZIONE E DIFFUSIONE DEL CODICE ANTICORRUZIONE

La DMA S.r.l. provvede ad informare tutti i Destinatari sulle disposizioni e sull'applicazione del Codice, raccomandandone l'osservanza.

In particolare, la Società provvede alla comunicazione del Codice Anticorruzione attraverso le seguenti modalità:

- informativa al personale sull'adozione del Codice Etico e di Condotta e del presente codice Anticorruzione;
- consegna di copia del Codice ai dipendenti, previa sottoscrizione di una dichiarazione di avvenuta ricezione;
- informativa ai Destinatari esterni;
- inserimento nei contratti stipulati dalla DMA S.r.l. (con particolare riferimento ai contratti con Fornitori, Appaltatori, Subappaltatori, Consulenti) di una clausola volta ad informare i terzi dell'esistenza e della rilevanza contrattuale del Codice Etico e di Condotta, del seguente tenore: *"Codice Etico e di Condotta": la Società nella conduzione dei propri affari e nella gestione dei propri rapporti, si riferisce ai principi contenuti nel proprio Codice Etico e di Condotta. La violazione delle disposizioni contenute nel Codice Etico e di Condotta da parte della controparte contrattuale potrà comportare, a seconda della gravità dell'infrazione, anche la risoluzione per giusta causa in danno del presente contratto".*

La DMA si riserva di modificare ed integrare il Codice Anticorruzione, sulla scorta delle indicazioni provenienti da tutti i soggetti coinvolti ed in coerenza con l'evoluzione della normativa rilevante nonché sulla base delle indicazioni provenienti dalle Associazioni di Categoria di riferimento.

Il presente aggiornamento del Regolamento Informatico, con efficacia a partire dal 01/07/2024 è stato visionato e approvato in data 08/05/2025 dal nuovo CEO, entrato in carica nel mese di marzo 2025.

Chief Executive Officer

