

	Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo D. Lgs. 231/2001	MOGC Appendice 3
		Rev. 22/12/2016
		Pagina 1 di 1
		Nc

DEFINIZIONE DI STAKEHOLDERS

Il termine *Stakeholders* indica quei soggetti coinvolti direttamente o indirettamente nell'attività della *United Brands Company S.p.A.* che hanno un qualche interesse in relazione alle decisioni, alle iniziative strategiche e dalle possibili azioni svolte dalla *Società* stessa.

Rientrano, pertanto, tra gli *Stakeholders*, a titolo meramente esemplificativo: i dipendenti, i clienti, gli azionisti, i cittadini, i procuratori, i collaboratori a qualsiasi titolo, i fornitori, i partner finanziari e/o commerciali, le istituzioni comunali, provinciali e nazionali, le associazioni di categoria, le associazioni ambientali e, più in generale, chiunque sia portatore di un interesse nei confronti dell'attività della *Società*, sia a livello nazionale che internazionale.

La correttezza nei rapporti con tali soggetti è obiettivo irrinunciabile della *United Brands Company S.p.A.*, in quanto imperativo primario del Codice Etico, nonché condizione idonea a favorire, tra l'altro:

- le scelte d'investimento degli azionisti;
- la fedeltà e la fiducia dei clienti;
- l'affidabilità dei fornitori, dei collaboratori esterni e dei partner commerciali;
- il miglioramento continuo dei rapporti con le risorse umane che prestano la propria attività nella *Società*;
- lo sviluppo di un dialogo virtuoso con le comunità e le istituzioni locali;
- la gestione dei rapporti con la pubblica amministrazione improntata a criteri di trasparenza e correttezza;
- la gestione dei rapporti con le Authorities ispirata a criteri di collaborazione, la veridicità e completezza delle informazioni fornite agli organi di stampa;
- evitare e prevenire la commissione di atti illeciti e di reati, con particolare riferimento a quelli previsti dal decreto e successive modifiche e integrazioni.

Per tale ragione, i comportamenti di tutti i destinatari del Codice verso gli *Stakeholders* devono essere coerenti e conseguenti ai principi del Codice Etico; ne consegue che i contratti tra *United Brands Company S.p.A.* e gli agenti, consulenti, collaboratori, fornitori e qualsiasi parte terza, con cui la *Società* addivenga ad una qualsivoglia forma di collaborazione contrattualmente regolata, ove destinati a cooperare con la *Società* stessa nell'ambito delle attività in cui ricorre il rischio di commissione dei reati, devono essere definiti per iscritto in tutte le loro condizioni e termini.