CODICE ETICO
BOFFI | DEPADOVA S.P.A.

Versione: 22 luglio 2026

INDICE

Introduzione 3

Capitolo 1 – Valori sociali 5

Capitolo 2 – Comportamento nella gestione degli affari 6

Capitolo 3 – Amministrazione societaria - Utilizzo di informazioni 7

Capitolo 4 – Rapporti con i terzi 8

Capitolo 5 – Tutela della dignità, della salute e della sicurezza dei lavoratori – Tutela dell'ambiente 10

Capitolo 6 – Il Sistema di Controllo Interno 11

Capitolo 7 – Modalità di attuazione e diffusione 11

Introduzione

Boffi|DePadova S.p.A. (in seguito "**Società**"), che riunisce al proprio interno tre storici marchi del design interno italiano, quali "Boffi", "DePadova" e "ADL", ciascuno dei quali è gestito dalla Società attraverso una distinta divisione aziendale, nell'ambito di un assetto organizzativo articolato in tre divisioni dedicate ("**Divisione/i**"), si conforma nella condotta delle proprie attività ai principi di legittimità, lealtà, correttezza e trasparenza.

Il presente codice etico esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali assunti dalla Società verso tutti i portatori di interesse con cui entra in contatto ("*stakeholder*"), al fine di preservare il valore e l'integrità della Società nel tempo (in seguito "**Codice Etico**" o "**Codice**").

I soci, gli amministratori, i dipendenti sono tenuti ad attenersi ai principi etici della Società, permeandone i quotidiani comportamenti aziendali; il Codice Etico deve essere utilizzato quale strumento di garanzia e di affidabilità a significativo vantaggio degli interessi generali della collettività.

Tutti coloro (fornitori, prestatori di servizi, agenti, consulenti, rivenditori ecc.) che a vario titolo, anche in via del tutto occasionale, collaborano con la Società, sono tenuti nei loro rapporti con la Società al rispetto delle norme del presente Codice Etico in quanto loro applicabili.

In buona sostanza, tutti i soci, gli amministratori, i dipendenti, i collaboratori e i clienti della Società sono destinatari del presente Codice Etico (in seguito "**Destinatari**").

Le regole contenute nel presente Codice Etico integrano il comportamento che i Destinatari sono tenuti ad osservare anche in conformità alle regole di diligenza cui sono tenuti per legge il mandatario ed ogni prestatore di lavoro.

La Società si impegna alla diffusione del Codice Etico, al suo periodico aggiornamento, alla messa a disposizione di ogni possibile strumento che ne favorisca la piena applicazione, alla verifica del rispetto dei principi in esso contenuti, allo svolgimento di verifiche in ordine ad ogni notizia di violazione, alla valutazione dei fatti e alla conseguente attuazione, in caso di accertata violazione, di adeguate misure sanzionatorie.

È responsabilità di ciascun dipendente consultare il proprio superiore gerarchico o l'Organismo di Vigilanza (di cui si dirà appena oltre) per qualsiasi chiarimento relativo all'interpretazione all'applicazione delle direttive contenute nel presente documento.

Le violazioni delle disposizioni del presente Codice Etico, integrate con quelle inserite nel Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231 (in seguito anche "**Modello 231**") adottato dalla Società, costituiscono una lesione del rapporto di fiducia instaurato con la Società e può comportare azioni disciplinari secondo le modalità riportate nel Modello 231.

Al fine di garantire la sua osservanza e la sua efficacia, la Società attribuisce ad un garante la gestione, attuazione, diffusione e monitoraggio del presente Codice Etico.

Il garante coincide con l'Organismo di Vigilanza (in seguito anche "**OdV**") istituito dalla Società nell'ambito di applicazione del Modello 231.

Capitolo 1 – Valori sociali

Il principio di *legittimità* richiede che tutti i Destinatari del presente Codice, nell'ambito della propria attività lavorativa e professionale, rispettino e facciano rispettare le leggi ed i regolamenti vigenti nei Paesi in cui operano, ivi incluso il rispetto dei principi e delle disposizioni stabilite dall'Unione europea.

I principi di *lealtà e trasparenza* implicano l'impegno di tutti i Destinatari a fornire le dovute informazioni in modo chiaro e completo, adottando una comunicazione verbale o scritta di facile e immediata comprensione da parte del soggetto a cui le informazioni stesse sono indirizzate. Implica, altresì, la verifica preventiva della veridicità e della ragionevole completezza, oltre che della chiarezza, delle informazioni comunicate all'esterno e all'interno.

Il principio di *correttezza* implica il rispetto, da parte dei Destinatari, nell'adempimento delle proprie funzioni, dei diritti di ogni soggetto comunque coinvolto nell'attività lavorativa e professionale. Tale rispetto è da intendersi anche sotto il profilo delle opportunità, della riservatezza e del decoro. Implica, altresì, il rifiuto di qualsiasi situazione che crei arbitrarie discriminazioni nei confronti del personale, nonché conflitti di interesse sostanziali fra chiunque lavori o collabori con la Società.

La Società rifiuta ogni comportamento illegittimo anche quando sia posto in essere con l'intento di agire a vantaggio della Società o di perseguire l'interesse della Società stessa.

La Società agisce nel rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo ed evita nei rapporti con gli interlocutori ogni illegittima discriminazione in base all'età, al genere, allo stato di salute, all'etnia, alla nazionalità, alla sessualità, alle opinioni politiche e alle convinzioni religiose.

Capitolo 2 – Comportamento nella gestione degli affari

I Destinatari devono astenersi dal fare o promettere a terzi, in qualunque caso e pur se soggetti a illecite pressioni, dazioni di somme di denaro o altra utilità in qualunque forma e modo, anche indiretto, per promuovere o favorire interessi della Società; essi non possono neppure accettare per sé o per altri tali dazioni o la promessa di esse per promuovere o favorire interessi di terzi nei rapporti con la Società.

Il Destinatario che ricevesse richieste od offerte, esplicite od implicite, di siffatte dazioni, ne deve informare immediatamente l'Organismo di Vigilanza e sospendere ogni rapporto con i terzi interessati in attesa di specifiche istruzioni.

Fanno eccezione a queste prescrizioni solo gli omaggi di modico valore quando siano ascrivibili unicamente ad atti di cortesia nell'ambito di corretti rapporti commerciali e non siano espressamente vietati o, comunque, non possano influenzare la discrezionalità ovvero l'indipendenza del terzo.

I Destinatari che, nell'espletamento della propria attività, sempre attinente all'oggetto sociale ed in sintonia con le politiche aziendali, vengano a trovarsi in situazioni che possano, o ritengano che possano essere, o anche solo apparire, (per ragioni di anche solo potenziale conflitto o concordanza di interessi personali, o per qualsivoglia altra ragione) influenti sui rapporti con terzi, ne devono informare immediatamente l'Organismo di Vigilanza, unitamente ai propri superiori gerarchici.

Il conflitto tra l'interesse personale e quello della Società si manifesta quando un comportamento o una decisione di un Destinatario nell'ambito della propria attività lavorativa possono generare un vantaggio immediato o differito per se stessi, i propri famigliari o conoscenti, a discapito dell'interesse della Società.

Capitolo 3 – Amministrazione societaria - Utilizzo di informazioni

I Destinatari, a qualsiasi titolo, coinvolti nelle attività di formazione del bilancio, sono tenuti al rispetto delle norme anche regolamentari inerenti la veridicità e la chiarezza dei dati e delle valutazioni.

Tutti gli organi amministrativi prestano la massima e tempestiva collaborazione a tutti gli organismi di controllo che legittimamente chiedano loro informazioni e documentazione sull'andamento della Società.

Gli Amministratori si astengono dal porre in essere operazioni sulle azioni della Società, ovvero altre operazioni comunque in pregiudizio dei creditori, fuori dai casi consentiti dalla legge e si astengono dal porre in essere comportamenti comunque in conflitto di interessi con la Società.

Tutte le informazioni che non siano di pubblico dominio relative alla Società o alla sua attività di cui un Destinatario sia a conoscenza per ragione delle proprie funzioni o comunque del rapporto di lavoro, devono considerarsi riservate, in quanto strettamente di proprietà della Società, ed essere utilizzate solo per lo svolgimento della propria attività lavorativa.

In nessun modo, un Destinatario potrà approfittare personalmente – o tramite famigliari – di opportunità di affari di cui si viene portati a conoscenza in quanto rappresentanti e/o dipendenti della Società.

I Destinatari porranno ogni cura per evitare la indebita diffusione di tali informazioni.

Capitolo 4 – Rapporti con i terzi

I rapporti con i terzi (clienti, fornitori, rivenditori, agenti, collaboratori esterni, mezzi di comunicazione, il contesto civile ed economico nazionale ed internazionale) dovranno essere improntati a lealtà, trasparenza e correttezza, nella tutela degli interessi aziendali.

Eguale lealtà e correttezza dovrà essere parimenti pretesa da parte dei terzi.

a) Clienti: la soddisfazione della clientela è obiettivo primario della Società ed è perseguita mediante la fornitura di prodotti e relativi servizi di alta qualità.

b) Fornitori, rivenditori, agenti e collaboratori esterni: la Società seleziona fornitori, agenti, rivenditori e collaboratori (anche occasionali) in base ad attente valutazioni fondate sulla competenza tecnica e professionale, sulla liceità dell'attività e gli standard di sicurezza, oltre che sull'etica, evitando – in ogni caso – qualsivoglia situazione che possa favorire direttamente o indirettamente organizzazioni di matrice terroristica od eversiva.

   Il rapporto della Società con i fornitori, agenti, rivenditori e collaboratori (anche occasionali) si basa sull'uniformità di trattamento.

c) Mezzi di comunicazione: l''informazione verso l'esterno deve essere veritiera, trasparente e coerente con le politiche della Società.

   I rapporti con la stampa ed i mezzi di comunicazione in genere potranno essere tenuti solo dalle funzioni aziendali a ciò deputate, o con l'autorizzazione esplicita di queste.

   I Destinatari si asterranno da comportamenti e dichiarazioni che possano in qualsiasi modo ledere l'immagine della Società, che anzi promuoveranno anche attraverso la correttezza di comportamento cui sono tenuti.

d) Contesto civile ed economico nazionale ed internazionale: la Società non eroga contributi diretti o indiretti a partiti politici, movimenti, comitati, organizzazioni politiche e sindacali ovvero ad associazioni terroristiche od eversive, né a loro rappresentanti, né li sostiene in alcun modo.

Capitolo 5 – Tutela della dignità, della salute e della sicurezza dei lavoratori – Tutela dell'ambiente

Le risorse umane costituiscono un indispensabile elemento per l'esistenza, lo sviluppo ed il successo dell'impresa. La professionalità e la dedizione di tutti i collaboratori sono valori fondamentali per il conseguimento degli obiettivi aziendali.

La Società è impegnata a sviluppare le competenze e stimolare le capacità e le potenzialità dei propri dipendenti, affinché trovino piena realizzazione nel raggiungimento degli obiettivi.

La Società offre pari opportunità di lavoro a tutti i dipendenti sulla base delle specifiche qualifiche professionali e capacità di rendimento, senza alcuna illegittima discriminazione riguardante etnia, genere, religione, orientamenti politici, sessualità, in quanto le funzioni competenti selezionano, assumono e gestiscono i dipendenti esclusivamente in base a criteri di capacità, competenza e di merito.

Le funzioni competenti controllano che l'ambiente di lavoro sia, oltre che adeguato dal punto di vista della sicurezza e della salute personale, privo di pregiudizi e che ogni individuo sia trattato con rispetto, senza alcuna intimidazione e nel rispetto della sua personalità morale, evitandone illeciti condizionamenti e indebiti disagi.

La Società pretende dai suoi fornitori il rigoroso rispetto dei medesimi principi.

La Società considera il rispetto dell'ambiente un valore primario nella propria attività economica e, pertanto, orienta le proprie scelte strategiche in modo da rispondere ai principi dello sviluppo sostenibile ed in questo senso promuove la sensibilizzazione in campo ambientale dei Destinatari e dei terzi che entrano in rapporto con la Società.

Capitolo 6 – Il Sistema di Controllo Interno

La Società si è dotata di un sistema di controllo interno che prevede l'istituzione di un Organismo di Vigilanza, come previsto nel Modello 231, quale strumento che contribuisce ad assicurare che le attività aziendali siano svolte nel rispetto delle norme interne ed esterne che le disciplinano. Esso consiste in un insieme di regole di comportamento, procedure e metodologie che consentono di contrastare adeguatamente gli errori, le frodi e i fattori di rischio che ostacolano il corretto svolgimento dell'attività aziendale, con l'obiettivo di fornire adeguata tutela ai soci e a tutti i soggetti che interagiscono a vario titolo con l'impresa.

Capitolo 7 – Modalità di attuazione e diffusione

La Società intende rendere pubblici i principi del presente Codice, tramite pubblicazione sul proprio sito internet, e, conseguentemente, informare adeguatamente gli interlocutori circa gli impegni e gli obblighi imposti dal Codice stesso.

Tutti i Destinatari e gli interlocutori della Società sono tenuti a segnalare, a voce o per iscritto, ogni violazione o sospetto di violazione del presente Codice Etico all'Organismo di Vigilanza che provvede alle indagini opportune. Con le stesse modalità possono essere richiesti chiarimenti rispetto ai principi ed ai contenuti del Codice stesso.

Al fine di agevolare l'inoltro delle segnalazioni, è prevista la possibilità di inviare le stesse tramite lettera all'indirizzo: odv_boffidepadova@libero.it - Organismo di Vigilanza.

L'OdV assicura la riservatezza dell'identità del segnalante in buona fede, fatti salvi gli obblighi di legge.