

Hillenbrand, Inc.

Codice etico

Messaggio del Presidente del Consiglio di Amministrazione e del Presidente e Amministratore delegato della Società

È molto semplice: tutti noi di Hillenbrand, Inc. e delle sue società consociate dobbiamo sempre “fare la cosa giusta”. Il gruppo Hillenbrand è fiero del senso etico che tradizionalmente accompagna le sue attività, un approccio che si basa su onestà, integrità e concorrenza leale. Il presente Codice etico si applica a amministratori, dirigenti e dipendenti (“affiliati”) di Hillenbrand, Inc. e delle sue controllate dirette e indirette. Il documento intende fornire una descrizione chiara dei principi etici e di condotta commerciale cui ogni affiliato si deve attenere. Quando nel presente Codice etico si utilizza il termine “Società” o “Hillenbrand”, si intende ogni elemento di Hillenbrand, Inc. e delle controllate di cui sopra. Di conseguenza, si raccomanda di leggere con attenzione il presente documento; le sue clausole, infatti, saranno applicabili a prescindere dalla società di Hillenbrand in cui si opera.

La reputazione di assoluta conformità, in ogni ambito, ai più severi standard di correttezza professionale, concorrenza leale e onestà si basa sull'integrità personale di ogni dipendente e sulla completa adesione ai seguenti principi:

- **Correttezza** - Osserviamo con attenzione, nella forma e nello spirito, ogni norma o legge applicabile, regolamento contabile e politica aziendale, rispettando gli standard più severi di condotta etica.
- **Rispetto** - Unito al desiderio di ascoltare le esigenze e i desideri espressi dai nostri soci, amministratori, colleghi, clienti, partner commerciali, vicini e fornitori, stimolarne la condivisione e agire di conseguenza.
- **Concorrenza** - Crediamo nel libero mercato come meccanismo ideale per produrre nuove idee e prodotti, per questo incoraggiamo lo spirito creativo e la produttività delle persone.
- **Trasparenza** - Discussione libera e aperta su progetti, problemi e temi etici tra gli affiliati e con i professionisti contabili e legali che ci assistono, confronto sincero sulle attività aziendali e sull'impatto che queste producono sulle persone che vivono in prossimità delle nostre strutture; relazione onesta nel processo di acquisto e vendita con i fornitori e i clienti. Assoluta protezione della riservatezza e dei segreti commerciali, con grande rispetto per il diritto alla privacy di ogni individuo.
- **Cautela** - Crediamo nell'esercizio prudente della discrezione, personale e aziendale.

Le azioni di un affiliato, nella vita professionale o pubblica, possono migliorare o peggiorare la nostra reputazione. È quindi fondamentale osservare gli standard di condotta più elevati in ogni comportamento.

Oggi tutte le grandi società sono sottoposte a stretti controlli e, come tali, si devono attenere a severi criteri di responsabilità. Per questo il Consiglio di Amministrazione ha ribadito con forza l'impegno perché le pratiche commerciali della società si svolgano in conformità agli standard professionali, etici, legali e morali più elevati. La condotta etica, sia essa nel contesto personale o professionale, nasce dalla consapevolezza e dall'insegnamento volto a sviluppare una sensibilità su ciò che è giusto e ciò che è sbagliato. Ogni situazione che affrontiamo quotidianamente non potrà mai essere adeguatamente prevista da una serie di regole specifiche per normare la condotta personale. Ciò nonostante, crediamo di poter identificare alcuni ambiti generali in cui sollevare tematiche etiche, legali e morali in un contesto aziendale. Di conseguenza, abbiamo cercato di articolare le nostre politiche generali su questi ambiti.

Non sarebbe corretto, tuttavia, dimenticare che ognuno di noi vive in un contesto sociale e deve rispettare e seguire le regole legali, morali ed etiche nella propria attività professionale. Gli interessi della Società non possono essere perseguiti cercando scorciatoie, ricercando profitti apparentemente rapidi o vantaggi effimeri.

È nostra responsabilità non solo comportarci in modo responsabile e onesto, ma anche assicurarci che gli altri facciano lo stesso. Se veniamo a sapere di una violazione del Codice etico della Società, siamo tenuti a denunciarla. Ognuno di noi è il primo responsabile dell'applicazione e del rispetto degli standard di comportamento della Società. In qualità di persone integre e oneste, dobbiamo comportarci in modo onorevole, per noi stessi e per la Società.

La Società potrà, di volta in volta, acquisire beni, società e strutture in nuovi mercati o paesi. I nostri attuali affiliati e quelli che si uniranno a noi in futuro, devono sempre ricordare di essere tenuti al rispetto del presente Codice etico e di condotta commerciale e delle leggi in vigore nel paese in cui operano. Devono inoltre ricordare che ogni nuova attività acquisita o nuovo mercato implicheranno nuove problematiche etiche, specialmente con l'evoluzione del nostro perimetro societario e l'inevitabile percorso di Hillenbrand verso un assetto più diversificato e globale.

Si prega di leggere il presente Codice Etico con attenzione. Siamo certi che ognuno di noi si atterrà scrupolosamente al Codice e contribuirà a mantenere la nostra reputazione di società eticamente integra.

Ray J. Hillenbrand
Presidente del Consiglio di Amministrazione

Kenneth A. Camp
Presidente e Amministratore Delegato

Indice

Messaggio del Presidente del Consiglio di Amministrazione e del Presidente e Amministratore Delegato	2
Amministrazione e applicazione	6
Consiglio di Amministrazione e Comitati etici	6
Certificazioni e trasparenza	6
Misure in caso di dubbi o violazioni	6
Deroghe	7
Assistenza per prevenire le violazioni	7
Altre informazioni e politiche	8
Standard e Linee guida	8
Conflitti di interessi	9
Comuni cause di conflitto	9
Definizioni	9
Esempi specifici	10
Opportunità apprese nell'esercizio di un incarico	13
Informazioni riservate	14
Protezione e uso appropriato dei beni societari	17
Correttezza professionale	18
Conformità alle leggi applicabili	21
Conformità alle disposizioni antitrust	21
Negoziazione di titoli e uso di informazioni privilegiate	25
Comunicazioni a pubblico, media e organi governativi	28
Attività e contributi politici	29
Relazioni con la pubblica amministrazione	30

Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili	31
Relazioni con i dipendenti	34
Ambiente, salute e sicurezza	35
Diritto commerciale internazionale	37
Divulgazione: libri e registri contabili	38
Uso di agenti, rappresentanti indipendenti, consulenti e altro personale esterno	40
Denuncia di comportamenti illeciti o non etici; responsabilità	40
Altre politiche	41

Codice etico di

Hillenbrand, Inc.

(Esaminato e approvato dal Consiglio di Amministrazione il 5 dicembre 2012)

La politica di Hillenbrand, Inc. e di tutte le sue società controllate, siano esse dirette o indirette (definite, congiuntamente, la "Società"), prevede che le rispettive attività commerciali, operative e finanziarie si svolgano secondo gli standard e le linee guida di condotta etica enunciate nel presente Codice etico ("Codice") e in ogni altra legge o norma applicabile. Il presente Codice si applica a ogni affiliato della Società.

AMMINISTRAZIONE E APPLICAZIONE

Consiglio di Amministrazione e Comitati etici. Il Consiglio di Amministrazione di Hillenbrand, Inc. è responsabile della approvazione e del Codice e della supervisione della sua applicazione. Il Comitato di revisione del Consiglio di Amministrazione, in collaborazione con il Comitato rappresentativo e per la governance aziendale, ha la responsabilità di applicare e amministrare il Codice, valutarne l'efficacia, sottoporlo a revisione almeno una volta ogni anno e proporre al Consiglio le eventuali variazioni o migliorie. Di conseguenza, di volta in volta potranno essere adottate modifiche e integrazioni al presente Codice. Tali modifiche entreranno in vigore a partire dall'approvazione da parte del Consiglio e le versioni riviste del Codice saranno rese disponibili prima possibile.

Al fine di assistere i Comitati e il Consiglio a gestire situazioni in cui le misure da prendere sollevino dubbi o questioni, Hillenbrand, Inc. e le sue principali società sono dotate di Comitati etici. Ogni Comitato etico include membri della compagine dirigenziale della società nella quale opera. È responsabilità dell'Amministratore Delegato di Hillenbrand e dei Presidenti delle società operative, tramite il sostegno dei Comitati etici, assicurare che il presente Codice sia letto e compreso da ogni affiliato e dagli agenti e rappresentanti delle rispettive società. I Comitati etici si incontrano, per quanto necessario, per applicare il Codice e risolvere eventuali dubbi sollevati dagli affiliati. I Comitati etici delle società operative, dopo ogni riunione, faranno immediatamente rapporto al Comitato etico di Hillenbrand sul rispetto del Codice, lo stato delle certificazioni da parte degli affiliati e altre questioni rilevanti relative allo stesso Codice. Il Presidente del Comitato etico di Hillenbrand, a sua volta, aggiornerà regolarmente il Comitato di revisione e il Comitato rappresentativo e per la governance aziendale.

Certificazioni e trasparenza. Tutti gli affiliati, inclusi i nuovi assunti, dovranno certificare ogni anno la propria comprensione e applicazione del Codice etico. A seconda del proprio ambito di responsabilità, potrà essere richiesto di certificare anche la comprensione e l'applicazione di determinate politiche. Le certificazioni per le quali si identifichino potenziali aree di criticità, saranno sottoposte a revisione dal Comitato etico responsabile della società interessata. Le informazioni rivelate in buona fede nelle certificazioni o in altro modo saranno trattate in forma assolutamente riservata, ad eccezione di quanto strettamente necessario a salvaguardare gli interessi della Società e rispettare i relativi requisiti normativi e di legge.

Misure in caso di dubbi o violazioni. L'immediata e completa trasparenza è sempre il passo iniziale giusto per risolvere qualsiasi dubbio o questione. In caso di dubbio relativo a una specifica fattispecie, rivolgersi al proprio responsabile o supervisore, o a un membro dell'Ufficio legale, o delle Risorse umane o del Comitato etico competente. La scoperta di eventi di natura dubbia, fraudolenta o illecita che violino le linee guida del presente Codice o di altre politiche della Società deve essere denunciata immediatamente a una delle figure di cui sopra, ognuna delle quali deve dimostrare la propria

disponibilità a tutti gli affiliati della Società che vorranno discutere di tali questioni. Qualora tali eventi dovessero coinvolgere membri della compagine dirigenziale e dei Comitati etici, la questione dovrà essere portata all'attenzione degli altri membri dello stesso Comitato, al Comitato etico o all'Amministratore Delegato di Hillenbrand. In alternativa, gli affiliati potranno denunciare tali eventi chiamando il numero gratuito per il Codice Etico **1-888-469-1534** (o il numero specificato per il proprio paese) o tramite Internet all'indirizzo www.ethicspoint.com. Gli affiliati che desiderassero fare rapporto in forma anonima, ne avranno facoltà nei limiti consentiti dalla legge.

Il presente Codice intende dare l'opportunità agli affiliati di esprimere le proprie preoccupazioni riguardo alla responsabilità aziendale, a presunte violazioni delle politiche aziendali, di leggi e norme applicabili o a presunti misfatti. Incoraggiamo ogni affiliato a denunciare ogni evento in modo che la Società possa indagare e correggere eventuali errori o misfatti. La Società non tollererà discriminazioni o ritorsioni contro affiliati che denuncino, in buona fede, violazioni o presunti misfatti.

Deroghe. Le deroghe agli standard previsti dal presente Codice e applicabili a dirigenti o amministratori potranno essere approvate solo dal Consiglio di Amministrazione di Hillenbrand, Inc. o dal Comitato di revisione e dovranno essere notificate agli azionisti. Il Consiglio di Amministrazione, il Comitato di revisione o il Comitato etico competente potranno concedere deroghe ad altri affiliati.

Assistenza per prevenire le violazioni. I principi di responsabilità, integrità e onestà sono fondamentali per il modo in cui ognuno di noi si comporta quando agisce a nome della Società. Per questa ragione, la violazione del presente Codice o di qualsiasi legge, norma o politica aziendale applicabile potrà essere sanzionata con misure disciplinari, fino alla conclusione del contratto o a provvedimenti legali. Al fine di evitare una violazione e le gravi conseguenze che comporta, è possibile affrontare una situazione prima che questa si verifichi, rivolgendosi al proprio responsabile o supervisore, o a un membro dell'Ufficio legale, delle Risorse umane o del Comitato etico competente o, ancora, contattando il numero gratuito dedicato.

Le situazioni che indicano la possibile necessità di richiedere aiuto si presentano qualora:

- Ci sia un apparente conflitto tra gli interessi di un affiliato e quelli della Società.
- Un affiliato si trovi nella posizione di ricevere un regalo o un favore personale da un cliente o un fornitore.
- L'unica buona ragione per accettare un regalo da un cliente o un fornitore sia ritenere di meritarlo.
- Un affiliato sia in contatto con il rappresentante di un concorrente.
- Un affiliato abbia l'opportunità di rivelare informazioni riservate a persone esterne alla Società.
- Un affiliato abbia l'opportunità di acquistare o vendere azioni di Hillenbrand, Inc. o di un cliente o fornitore sulla base di informazioni privilegiate.
- Se determinati fatti apparissero sulle prime pagine dei giornali insieme al proprio nome, gli effetti sarebbero imbarazzanti.
- Una decisione sia emotivamente difficile o implichi un conflitto tra due valori positivi.

- La ragione di una decisione si basi su una delle seguenti risposte: “Me lo merito”; “Lo fanno tutti”; “Non è niente di grave”; “Nessuno lo verrà a sapere”; “Non importa a nessuno”; “Non è una mia responsabilità”; o “La Società vuole che lo faccia.”

Di seguito sono presentate alcune domande da porre a sé stessi per valutare l’etica delle proprie azioni:

Seguo lo spirito, i valori generali e ogni clausola del diritto applicabile o della politica aziendale?

Vorrei che le mie azioni fossero riportate sulla prima pagina di un giornale?

Che cosa penserebbero la mia famiglia, gli amici, i vicini e i colleghi delle mie azioni?

Che cosa direi di fare a mio figlio?

Sarei disposto a testimoniare sotto giuramento di aver agito in quel modo?

Potrebbero esserci conseguenze, dirette o indirette, potenzialmente negative per la Società?

Sarei disposto a descrivere la mia decisione in una riunione di fronte a tutti gli affiliati?

Altre informazioni e politiche. Alcuni capitoli del presente Codice sono ulteriormente descritti in altre politiche e linee guida aziendali. Si prega di consultare tale materiale per comprendere meglio questi capitoli. Il Codice descrive principalmente i requisiti legali. Non intende rendere il lettore un esperto in tali questioni. Al contrario, è concepito per spiegare al lettore i problemi che si potrebbero presentare e aiutarlo a decidere se rivolgersi al proprio responsabile o supervisore, a un membro dell’Ufficio legale, delle Risorse umane o del Comitato etico competente. I membri dei Comitati etici devono essere consultati all’inizio di ogni rapporto commerciale e non quando gli accordi presi sono consolidati e le necessarie modifiche sono più difficili da applicare.

STANDARD E LINEE GUIDA

Ogni dipendente, dirigente o amministratore di Hillenbrand o delle sue società controllate è un “affiliato” e, come tale, ha la responsabilità di agire in modo etico in ogni aspetto della vita della Società e rispettare pienamente ogni legge, norma e politica aziendale. Ogni individuo deve assumersi la responsabilità dell’applicazione dei presenti principi di comportamento etico e dovrà conoscere le leggi, norme o politiche aziendali applicabili alle proprie mansioni. In caso di dubbio, gli affiliati hanno il dovere di richiedere un chiarimento al proprio supervisore o, se necessario, a un membro dell’Ufficio legale, delle Risorse umane o del Comitato etico competente.

CONFLITTO DI INTERESSI

Un conflitto di interessi si delinea nel momento in cui l'interesse privato di un individuo è o sembra essere in conflitto con gli interessi della Società. In altre parole, il conflitto sorge quando la lealtà di un individuo verso la Società e la sua condotta in termini di doveri e responsabilità è o sembra essere messa in dubbio da benefici, reali o potenziali, da altre fonti.

Siamo certi della lealtà e onestà individuale dei nostri affiliati. I buoni rapporti con clienti e fornitori e l'integrità degli affiliati sono alla base di rapporti basati sulla cordialità e sono assolutamente necessari per il successo della Società. Gli affiliati devono sempre essere in una posizione tale per cui gli interessi personali o di terzi non ne influenzino il giudizio su questioni relative alla Società.

Nessun affiliato può essere soggetto, effettivamente o con ragionevole dubbio, all'influenza di interessi o rapporti in conflitto con gli interessi della Società. Ciò vuol dire evitare ogni attività che potrebbe, anche apparentemente, pregiudicare l'integrità aziendale o dell'affiliato.

Comuni cause di conflitto.

Sebbene sia impossibile stilare un elenco di tutte le situazioni di potenziale conflitto di interessi, tali eventi si dividono solitamente in quattro fattispecie:

1. **Interessi dell'affiliato.** Quando un affiliato, un membro della sua famiglia o una società, organizzazione, fondo in cui lo stesso sia coinvolto ha un rilevante interesse finanziario, diretto o indiretto, o un obbligo verso un concorrente effettivo o potenziale, un fornitore o un cliente della Società.
2. **Interessi di un parente.** Quando un affiliato svolge attività, a nome della Società, presso un fornitore o cliente in cui un parente, di sangue o acquisito, sia responsabile, socio, azionista, dirigente, dipendente o rappresentante.
3. **Regali.** Quando un affiliato, un membro della sua famiglia o una società, organizzazione, fondo in cui lo stesso sia coinvolto, o qualsiasi altra persona nominata dallo stesso, accetta da un potenziale concorrente, da un cliente o fornitore regali, crediti, pagamenti, servizi o altro dono che abbia un valore superiore al valore nominale o simbolico.
4. **Uso improprio delle informazioni.** Quando un dipendente utilizza in modo improprio le informazioni acquisite nel corso del proprio lavoro.

Definizioni.

Al fine di quanto detto, per "fornitore" si intende coloro che forniscono qualsiasi tipo di beni e servizi e quindi include consulenti, società di trasporti, istituti finanziari e locatori di attrezzature. Per "clienti" non si intende solo coloro che acquistano prodotti e servizi, ma anche chi esercita un'influenza significativa su di essi.

Una partecipazione pari o inferiore all'1% di qualsiasi classe di azioni quotate in una Borsa valori riconosciuta a livello nazionale o scambiate regolarmente fuori Borsa ("over the counter"), non sarà considerata una partecipazione finanziaria "significativa" in un concorrente, fornitore o cliente

commerciale, in assenza di altri fattori concomitanti che potrebbero causare l'esistenza di un conflitto di interessi per il dipendente. Analogamente, l'esistenza di un prestito fruttifero a tassi normali vigenti al momento della sottoscrizione, ottenuto da un istituto finanziario riconosciuto, non sarà considerata un elemento "significativo". Tuttavia qualsiasi interessenza in un concorrente, fornitore o cliente commerciale costituita da azioni non quotate in Borsa sarà considerata un elemento "significativo" e dovrà essere immediatamente sottoposta all'analisi dell'Ufficio legale.

Esempi specifici.

Anche se non sarebbe possibile descrivere ogni singola situazione, è utile considerare qualche esempio in cui sono presenti chiari conflitti di interesse, al fine di stabilire delle regole generali:

Posizione di influenza. Se un affiliato o un membro della sua famiglia ha un notevole interesse finanziario o altro beneficio presso un fornitore o cliente, effettivo o potenziale, non potrà influenzare alcuna decisione relativa alle attività commerciali con lo stesso fornitore o cliente senza prima aver rivelato l'interesse al Comitato etico competente e avere ottenuto dallo stesso una deroga scritta. Tale posizione include casi in cui un affiliato rediga le specifiche per materie prime, prodotti, progetti o servizi del fornitore; raccomandi, valuti, collaudi o approvi tali materie prime, prodotti, progetti o servizi; partecipi alla selezione dei fornitori o ne gestisca gli accordi.

Disponibilità. Si potrebbe delineare un conflitto di interessi quando un affiliato avvia un'attività indipendente o si accordi per erogare o prestare servizi per un'altra società, organizzazione civile o caritatevole, nella misura in cui tale attività impedisca all'affiliato stesso di dedicare alla Società il tempo e gli sforzi richiesti dalla posizione occupata. Un dipendente non può accettare una posizione di amministratore presso un'altra società senza il consenso scritto dell'Amministratore delegato della propria società e non potrà accettare alcuna posizione in altre organizzazioni, nella misura in cui tale impiego impedisca all'affiliato stesso di dedicare alla Società il tempo e gli sforzi richiesti dalla posizione occupata.

Concorrenti. Un affiliato non può offrire servizi, consulenze o essere associato a persone o imprese in concorrenza con la Società, in qualità di dipendente, azionista, socio, amministratore o consulente, a meno che tale posizione avvenga tramite l'appartenenza ad associazioni di categoria, gruppi di produttori o simili e il coinvolgimento dell'affiliato sia richiesto dalla stessa Società.

Regali. Secondo la politica aziendale, ogni decisione commerciale deve essere presa in modo equo e imparziale, non sulla base di regali o favori. Di conseguenza nessun affiliato o membro della sua famiglia potrà richiedere o accettare favori, regali, prestiti o altri vantaggi (inclusi servizi, vacanze, soggiorni, viaggi, alloggi, sconti e beni materiali) da parte di qualsiasi fornitore, cliente o concorrente. L'unica eccezione a questa politica riguarda gli omaggi (diversi dai pagamenti in denaro) e le forme di intrattenimento, purché siano saltuari e di valore nominale, offerti consuetamente ad altre persone aventi un rapporto analogo con fornitori, clienti o concorrenti o nel caso in cui l'approvazione sia concessa in deroga dal Comitato etico. Gli affiliati dovranno valutare, a propria discrezione, se un omaggio o un evento di intrattenimento superano il valore stabilito. In caso di dubbio, si consiglia sempre di rifiutare l'omaggio. Gli articoli classificati come oggetti pubblicitari ad elevata tiratura all'interno e all'esterno della Società (calendari, fermacarte, ecc.), non violano la politica aziendale in materia di regali. Lasciare che il rappresentante di un fornitore si offra di pagare un pasto non è offensivo, purché durante l'incontro si sia discusso di lavoro in condizioni di libero contrattazione, e nulla faccia pensare che il pasto sia stato pianificato in nessun modo con il fine di sovvertire la lealtà di una o dell'altra parte.

Uso improprio delle informazioni. Nessuna informazione ottenuta in collegamento con il rapporto di lavoro o l'affiliazione con la Società potrà essere utilizzata per profitti personali o come "suggerimento" a terzi, salvo che la Società non abbia reso tali informazioni di pubblico dominio. Questo principio è valido a prescindere dagli eventuali danni arrecati direttamente alla Società. Questo requisito, legato alle transazioni di azioni e altri titoli, è descritto in dettaglio nei

paragrafi “Informazioni riservate” e “Negoziazione di titoli e uso di informazioni privilegiate.” Questo requisito, tuttavia, non è limitato alle transazioni relative a titoli e include ogni situazione in cui sia possibile utilizzare le informazioni per negoziazioni illecite con soggetti terzi. La pubblica divulgazione di dati commerciali, riservati e segreti, relativi alle nostre attività commerciali può produrre effetti materiali negativi sulla Società e, come indicato di seguito, è proibita.

Scenario n. 1 - Conflitto di interessi

John è un affiliato, responsabile della vendita di alcuni prodotti della Società. La cognata di John è appena stata assunta in una posizione di rilievo presso un cliente al quale John vende regolarmente i prodotti della Società. Quale sarebbe la linea ideale che John dovrebbe seguire nei confronti del cliente?

- A. Continuare a vendere al cliente, assicurandosi che il prezzo e gli altri termini di vendita siano equi e paragonabili a quelli offerti agli altri clienti.
- B. Interrompere immediatamente il rapporto commerciale e informare il cliente che la Società non potrà più intrattenere relazioni commerciali con il cliente.
- C. Informare un membro del Comitato etico della società per la quale lavora John del potenziale conflitto di interessi e chiedere delucidazioni su come comportarsi.
- D. Cercare di far fare bella figura alla cognata nella sua nuova posizione, vendendo i prodotti della Società al nuovo datore di lavoro con un forte sconto.

Risposte: C è la risposta corretta. La situazione crea un conflitto di interessi che dovrebbe essere portato all'attenzione del Comitato etico della società per la quale lavora John. La risposta A è sbagliata perché, anche se la vendita avviene secondo criteri equi e imparziali, la situazione è ad alto rischio di apparire inappropriata. Anche la risposta B è sbagliata. I conflitti di interessi che coinvolgono singoli affiliati, se gestiti in modo adeguato, raramente impediscono a un'azienda di avere rapporti commerciali con un'altra società. È fondamentale informare il Comitato etico della situazione.

Scenario n. 2 - Conflitto di interessi

Tina è un'affiliata della Società, responsabile dell'acquisto di materiali utilizzati per la realizzazione di alcuni prodotti. Uno dei fornitori della Società offre a Tina un costoso orologio d'oro, a condizione che Tina gli assegni un sostanzioso contratto di fornitura di materie prime. Quale sarebbe la linea ideale che Tina dovrebbe seguire nei confronti del fornitore?

- A. Accettare l'offerta. Tina aveva già pensato di assegnare il contratto a quel fornitore, e le piacerebbe tenere l'orologio nuovo.
- B. Rifiutare l'offerta e informare il Comitato etico della Società prima di prendere ogni decisione sull'assegnazione del contratto.
- C. Rifiutare l'orologio ma assegnare il contratto al fornitore.
- D. Richiedere un regalo di maggior valore, perché Tina immagina che il contratto valga almeno una nuova automobile.

Risposta: B è la risposta corretta. Ogni decisione commerciale nella nostra Società deve essere presa in modo equo e imparziale, non sulla base di regali o favori. La risposta A è sbagliata. Anche se il regalo non ha avuto effetto sulla decisione di assegnare il contratto a quel fornitore, può comunque sembrare che l'orologio abbia avuto un ruolo nella selezione e potrebbe influenzare le decisioni future. Anche la risposta C è sbagliata. La condotta del fornitore, in questo caso, è incoerente con gli standard etici che la Società si aspetta da coloro con i quali intrattiene rapporti commerciali. Di conseguenza, il comportamento del fornitore deve essere segnalato a un Comitato etico prima di qualsiasi successiva transazione con quel fornitore.

Scenario n. 3 - Conflitto di interessi

Stesso contesto dell'esempio 2 di cui sopra, ma anziché richiedere il consenso di Tina all'assegnazione del contratto, il fornitore gli offre un orologio per "ringraziarlo" dei rapporti commerciali intercorsi in passato. Tina dovrebbe:

- A. Ringraziare il fornitore per l'omaggio, ma spiegargli che le politiche aziendali gli impediscono di accettarlo.
- B. Accettare il regalo. Dal momento che Tina non dà nulla in cambio al fornitore, non ci sono problemi ad accettare il regalo.

Risposta: A è la risposta corretta. Non importa che il fornitore non richieda niente in cambio per il regalo. I regali da clienti, fornitori e concorrenti, ad eccezione di oggetti di valore simbolico o nominale, sono proibiti dal Codice, in quanto potrebbero influire sull'imparzialità delle decisioni commerciali future, in termini reali o di apparenza.

Scenario n. 4 - Conflitto di interessi

Recentemente un affiliato ha deciso di avviare una propria attività, che intende gestire senza smettere di lavorare presso la Società. Quale dei seguenti casi sarebbe ammissibile ai sensi del Codice?

- A. Detenere e gestire un'attività commerciale in nessun modo in concorrenza con la Società. Non utilizzare risorse della Società per gestire l'attività, conducendola esclusivamente nel tempo libero e in modo che questo impegno non impedisca di espletare i propri doveri in qualità di affiliato della Società.
- B. Detenere e gestire un'attività commerciale in nessun modo in concorrenza con la Società. L'affiliato dedica parte del proprio tempo lavorativo presso la Società a gestire la propria attività e utilizza, a tale scopo, computer, telefoni e altre attrezzature per ufficio e materiale di proprietà della stessa Società.
- C. Detenere e gestire un'attività commerciale in diretta concorrenza con la Società, ma occupandosene esclusivamente nel tempo libero e in modo che questo impegno non gli impedisca di espletare i propri doveri in qualità di affiliato della Società.
- D. Detenere e gestire un'attività commerciale in diretta concorrenza con la Società. Dedicare praticamente tutto il tempo lavorativo presso la Società a gestire la propria attività e, a tale scopo, cogliere ogni opportunità per utilizzare risorse della Società per i propri interessi privati, richiedendo inoltre rimborsi non dovuti in quanto legati alla attività personale dell'affiliato.

Risposta: A è l'unica risposta corretta. Il comportamento descritto in ognuna delle risposte di cui sopra è assolutamente proibito. Il comportamento descritto al punto B è proibito anche nel caso in cui la quantità di tempo dedicato ai propri interessi presso la Società o l'uso delle sue risorse aziendali sia minimo.

Scenario n. 5 - Conflitto di interessi

Un conoscente di un affiliato sta creando un'azienda che sarà in concorrenza con la Società e gli offre l'opportunità di investire nel proprio progetto o di prendervi direttamente parte. Ai sensi del Codice, l'affiliato potrà:

- A. Acquistare una partecipazione di maggioranza del concorrente.
- B. Acquistare una piccola partecipazione di minoranza del concorrente.
- C. Essere membro del Consiglio di Amministrazione del concorrente.
- D. Stipulare un contratto di consulenza con il concorrente, ai sensi del quale l'affiliato offre una consulenza retribuita su questioni relative all'attività commerciale del concorrente.
- E. Dare consigli gratuiti al conoscente su come gestire la propria attività.
- F. Nessuna delle risposte precedenti.

Risposta: F è la risposta corretta. Il Codice proibisce a ogni affiliato di essere membro a qualsiasi titolo, avere interessi finanziari o fornire, con o senza compenso, assistenza a concorrenti della Società. La sola eccezione riguarda il possesso di azioni scambiate regolarmente, in misura non superiore all'1%. La detenzione di una partecipazione di minoranza in una società privata, come illustrato nella risposta B, è permessa ai sensi del Codice solo se il Comitato etico competente ne è informato e ne approva la detenzione.

OPPORTUNITÀ APPRESE NELL'ESERCIZIO DI UN INCARICO

Un'opportunità di affari appresa nell'esercizio di un incarico (corporate opportunity) è un'opportunità che nasce attraverso l'utilizzo di proprietà o informazioni della Società o tramite la posizione di affiliato.

Gli affiliati non possono appropriarsi di alcuna Corporate opportunity. Per uso di un'opportunità appresa nell'esercizio di un incarico, si intende quanto accade quando un affiliato utilizza la proprietà della Società, le sue informazioni o la propria posizione al suo interno per guadagno personale. È obbligatorio sfruttare le opportunità di affari e le proprietà della Società o altre sue risorse per promuovere gli interessi commerciali legittimi della Società stessa.

A volte la linea tra il beneficio personale e della Società è difficile da definire e può accadere che certe attività portino benefici sia all'affiliato, sia alla Società. Gli affiliati che intendono utilizzare le proprietà o le opportunità di affari della Società non esclusivamente per il bene della Società dovranno prima rivolgersi al Comitato etico competente.

Scenario n. 6 - Opportunità apprese nell'esercizio di un incarico

La Società chiede all'affiliato di identificare o consigliare ai dirigenti uno o più potenziali ubicazioni per la costruzione di un nuovo stabilimento. L'affiliato individua due proprietà disponibili, che sarebbero ideali per il nuovo stabilimento. Tuttavia, una delle proprietà sarebbe ideale anche per la costruzione di un nuovo centro commerciale e, recentemente, l'affiliato ha investito in una società che intende svilupparne uno. Quale delle seguenti opzioni rappresenta una condotta adeguata?

- A. Segnalare solo un luogo alla Società e riservare l'altro alla società di investimenti in cui l'affiliato ha investito. Ritenendo che entrambe le ubicazioni siano ideali per la Società, questa non perderà delle opportunità nel caso in cui non le siano presentate entrambe le opzioni.
- B. Presentare entrambe le opzioni alla Società e permettere al gruppo di investimenti di perseguire l'acquisto dell'ubicazione per il centro commerciale solo nel caso in cui tale soluzione sia scartata dalla Società.
- C. Acquisire entrambe le proprietà e cercare di venderle alla Società a un prezzo maggiorato.

Risposta: B è la risposta corretta. Entrambe le proprietà rappresentano una "corporate opportunity" della Società. Di conseguenza, è proibito utilizzare tale opportunità a proprio vantaggio, a meno che la Società non abbia chiaramente dichiarato di non essere interessata a perseguirle.

INFORMAZIONI RISERVATE

Il successo della Società dipende largamente dalla rigida conformità degli affiliati alla politica aziendale di riservatezza, relativamente alle informazioni di proprietà della Società e ad altri dati riservati. La necessità di proteggere i piani e i programmi di sviluppo della Società riveste particolare importanza. La divulgazione non autorizzata di informazioni aziendali (inclusi dati aziendali e registri contabili, informazioni personali e finanziarie, numeri di previdenza sociale, documenti bancari, piani di acquisizione e di dismissione, di investimento e altri piani strategici), a voce o per iscritto (anche in chat room anonime su Internet o sui forum), non è assolutamente ammessa. Non è consentito discutere di tali questioni durante le normali conversazioni in ufficio, in contesti extra-lavorativi, a casa o altrove. Tali discussioni aumentano notevolmente la possibilità che i piani strategici della Società diventino noti a terzi prima che la Società stessa sia pronta a metterli in atto. La divulgazione anticipata danneggia la flessibilità di pianificazione della Società e potrebbe rendere impossibile concludere il progetto. I piani strategici della Società sono sviluppati con grande dispendio di tempo e risorse.

Si ricorda che il successo della Società dipende largamente dal rigido rispetto da parte di tutti gli affiliati della politica aziendale di non divulgazione delle informazioni riservate. La condivisione di tali informazioni con terzi potrebbe: (a) portare a sanzioni ai sensi delle leggi sui titoli, sia negli Stati Uniti sia all'estero; (b) rappresentare il furto di segreti commerciali, azione considerata reato; (c) causare critiche e imbarazzo all'affiliato e alla Società; (d) compromettere la capacità della Società di raggiungere obiettivi strategici; e (e) violare il diritto alla riservatezza di altri individui. L'affiliato che si astiene dal discutere aspetti riservati delle attività e delle operazioni della Società con altre persone che non ne siano al corrente, siano esse interne o esterne alla Società, eviterà responsabilità e imbarazzo per sé stesso e danni alla Società.

Analogamente, le informazioni ottenute da terzi (inclusi dati aziendali e registri contabili, informazioni personali e finanziarie, numeri di previdenza sociale e documenti bancari) devono rimanere riservate. Ad esempio, non si deve cercare di ottenere segreti commerciali, informazioni proprietarie o altre informazioni riservate relative alla concorrenza da parte di candidati all'assunzione o nuovi affiliati.

Scenario n. 7 - Informazioni riservate

L'affiliato e un suo collega, Steve, fanno una pausa un pomeriggio e prendono un caffè insieme da Starbucks. Mentre sono in fila per ordinare, Steve comincia a discutere (a voce piuttosto alta) dei piani di acquisizione di un'altra attività da parte della Società. (Steve ha appreso di questa acquisizione origliando una conversazione nella saletta caffè). Anche l'affiliato in questione ha sentito parlare dell'acquisizione ma conosce bene la politica della Società riguardo le informazioni riservate. Come dovrebbe reagire ai commenti di Steve?

- A. Condividere quello che sa con Steve.
- B. Girarsi verso la persona dietro nella coda (casualmente, il Presidente di una società concorrente) e dire: "Che notizia!"
- C. Ignorare il commento di Steve.
- D. Ricordare con discrezione a Steve che l'acquisizione è una informazione riservata sulla Società e non deve essere discussa in pubblico.

Risposta: D è la risposta corretta.

Scenario n. 8 - Informazioni riservate

Tornati al lavoro, Steve vuole continuare la conversazione sull'acquisizione nel corridoio tra i due rispettivi uffici. È lecito parlare dell'argomento apertamente, dal momento che i due affiliati si trovano nei locali della Società?

- A. Sì, è consentito discutere dell'acquisizione tra affiliati della stessa Società.
- B. No, Steve e l'affiliato non devono discutere dell'argomento.
- C. No, Steve e l'affiliato possono discutere dell'argomento solo nella privacy dei vostri uffici.
- D. Sì, è probabile che tutti gli affiliati della Società siano al corrente dell'acquisizione, dal momento che entrambi lo sanno.

Risposta: B è la risposta corretta.

Scenario n. 9 - Informazioni riservate

Un affiliato sta lavorando fino a tardi per concludere alcuni documenti finanziari che descrivono nel dettaglio la situazione finanziaria della Società. Intorno alle 23.00, decide di smettere e andare a casa. Essendo stanco, si chiede se non possa lasciare il computer acceso in modo tale da riprendere il lavoro appena arriva in ufficio la mattina seguente. Si guarda intorno e vede che in ufficio non c'è nessuno, ad eccezione del personale di pulizia. Nessuno sarebbe comunque interessato a guardare il suo computer. Cosa dovrebbe fare?

- A. Spegner il computer per assicurarsi che nessuno sia in grado di accedere ai documenti finanziari.
- B. Lasciare il computer acceso e spegnere lo schermo, in modo tale che chiunque entri nell'ufficio pensi che il computer sia spento.
- C. Lasciare computer e schermo accesi, poiché il giorno dopo arriverà presto.
- D. Spegner il computer e portare i documenti a casa per dargli un'altra occhiata.

Risposta: A e D sono entrambe corrette. La risposta D solleva un'altra questione importante riguardo alle informazioni riservate: ogni Società di Hillenbrand deve assicurarsi che, qualora i propri affiliati possano portare informazioni riservate fuori dall'ufficio, siano consci di dover proteggere tali informazioni dalla divulgazione.

Scenario n. 10 - Informazioni riservate

Sebbene la carriera di un determinato affiliato presso la Società sia ottima, gli è stata fatta un'offerta che non può rifiutare da un concorrente della Società. Avrà le stesse mansioni che attualmente svolge presso la Società (vendite). Sebbene il nuovo potenziale datore di lavoro non abbia richiesto informazioni sui clienti della Società, l'affiliato sospetta che fornendo informazioni sui clienti potrebbe aiutarlo a iniziare con il piede giusto il rapporto con il nuovo datore di lavoro. Per questa ragione decide di portare con sé le informazioni sui clienti con i quali ha dei rapporti, includendo nomi, indirizzi, elenchi degli acquisti passati e nome del contatto presso il cliente stesso. L'affiliato ritiene che questi dati siano in parte suoi, dal momento che ha gestito la relazione con i clienti da anni. Ci sono problemi?

- A. No, questi sono clienti dell'affiliato, che ha il diritto di mantenere il rapporto con loro, a prescindere da dove lavora.
- B. No, se questi clienti fossero importanti per la Società, questa avrebbe fatto all'affiliato un'offerta simile a quella della nuova società per convincerlo a restare.
- C. Sì, gli elenchi di clienti possono essere considerati un'informazione riservata della Società.
- D. Sì, la Società può far emettere un'ingiunzione per impedire all'affiliato di tenere o utilizzare le informazioni sui clienti.

Risposta: C e D sono le risposte corrette.

PROTEZIONE E USO ADEGUATO DEI BENI DELLA SOCIETÀ

Gli affiliati devono proteggere le proprietà e le risorse della Società come se fossero le proprie. Gli affiliati sono responsabili dell'utilizzo di proprietà e risorse della Società (incluse spese di viaggio, tempo, materiali, computer, telefoni, altri dispositivi o informazioni proprietarie) esclusivamente per scopi professionali legati alla Società e non per interessi personali. Le invenzioni e le idee sviluppate utilizzando beni della Società e durante l'orario di lavoro della Società appartengono alla Società e non devono essere divulgate, utilizzate o commercializzate da altri al di fuori della Società. Tali invenzioni sono di proprietà della Società e devono essere comunicate al proprio supervisore, responsabile o all'Ufficio legale per decidere le azioni appropriate. I beni della Società possono essere usati solo per finalità della stessa. L'utilizzo di tecnologie e dispositivi di proprietà forniti dalla Società per effettuare telefonate, e-mail o altre impieghi simili per scopi personali deve essere saltuario. Durante l'orario di lavoro siamo tenuti a occuparci solo di questioni legate alle attività della Società. Durante l'orario di lavoro, gli affiliati non possono svolgere attività economiche non pertinenti alla Società o ricercare opportunità di lavoro economiche non pertinenti alla Società.

Scenario n. 11 - Protezione e uso appropriato dei beni della società

L'affiliato lavora nell'ufficio per i servizi informativi della Società. Nel suo tempo "libero" durante il lavoro, ha creato un programma informatico che gli ha consentito di creare e gestire una banca dati di tutti i fornitori della Società. Sebbene sia consapevole che le informazioni nella banca dati appartengano alla Società, ritiene che il programma che ha sviluppato sia di sua proprietà. Sta valutando la possibilità di lasciare la Società e pensa di tenersi il programma per utilizzarlo nel suo prossimo lavoro. Chissà, potrebbe ricevere un compenso per questo. Quello che l'affiliato intende fare è lecito?

- A. Sì, il programma l'ha creato lui, quindi è suo.
- B. Sì, non ha firmato alcun accordo sulle invenzioni con la Società.
- C. No, il software è stato creato durante l'orario di lavoro, utilizzando risorse di proprietà della Società.
- D. No, ma nessuno lo scoprirà mai.

Risposta: C è la risposta corretta.

Scenario n. 12 - Protezione e uso appropriato dei beni della società

Un affiliato è appena entrato a far parte della Società come venditore. In precedenza ha lavorato per il principale concorrente della Società in quel territorio. L'affiliato decide che un suo amico, ancora dipendente del concorrente, sarebbe un'ottima risorsa per la Società. Inoltre, pensa che far assumere l'amico dalla Società lo farebbe ben figurare agli occhi del nuovo capo, poiché l'amico ha raggiunto traguardi di vendite eccezionali. Purtroppo, l'affiliato è vincolato da un accordo della durata di due anni con il precedente datore di lavoro, che gli proibisce di offrire lavoro ai collaboratori del concorrente (una clausola contenuta nel precedente contratto di lavoro). Dovrebbe parlare all'amico dell'opportunità di lavoro?

- A. Sì, la Società ha bisogno di nuovi addetti alle vendite.
- B. No, contattare l'amico amico per offrirgli un lavoro sarebbe una violazione del precedente contratto di lavoro.
- C. Sì, l'ex datore di lavoro dell'affiliato non scoprirà mai come il suo amico ha appreso del nuovo lavoro.
- D. No, non vuole rischiare di mettere in difficoltà il suo nuovo datore di lavoro.

Risposta: B e D sono entrambe corrette.

Scenario n. 13 - Protezione e uso appropriato dei beni della società

La Società manda l'affiliato in un negozio di bricolage per comprare (con la carta di credito aziendale del suo responsabile) un articolo che serve con urgenza in magazzino. Una volta trovato quello che serve, mentre è in coda alla cassa, l'affiliato vede un metro da sarto. Aveva già pensato di comprarne uno la prossima volta che fosse andato in un negozio di articoli per il fai-da-te. Ora si chiede se acquistarlo e pagarlo con la carta di credito della Società per non far aspettare gli altri clienti in coda. Che cosa dovrebbe fare?

- A. Comprare il metro, si merita comunque un indennizzo per essere stato mandato al negozio.
- B. Comprare il metro, costa solo 5 dollari. Nessuno se ne accorgerà mai.
- C. Non comprarlo con la carta di credito della Società, è una spesa non autorizzata.
- D. Comprare il metro, ma pagarlo con soldi propri.

Risposta: C e D sono entrambe corrette.

CORRETTEZZA PROFESSIONALE

Ognuno di noi deve trattare in modo corretto i clienti, fornitori, concorrenti e affiliati, siano essi effettivi o potenziali. Nessun affiliato dovrebbe trarre un ingiusto vantaggio da altri tramite manipolazioni, sotterfugi, abuso di informazioni privilegiate, false dichiarazioni su fatti concreti nello svolgimento dei propri compiti per la Società, né ricorrere ad altre pratiche scorrette. Dobbiamo essere onesti in ogni nostra attività.

Durante lo svolgimento delle nostre attività per la Società è necessario evitare, anche in apparenza e in ogni momento, qualsiasi comportamento sbagliato e attenersi ai più severi principi etici. La concorrenza deve basarsi unicamente sulle proprie competenze e sulla qualità dei prodotti e servizi offerti, nonché sulla capacità di fornire assistenza sui servizi validi e rispettare le scadenze concordate, senza ricorrere ad alcuna forma di concorrenza sleale.

Inoltre, la Società non tollererà l'utilizzo di informazioni riservate dei concorrenti o di altri, se ottenute durante precedenti collaborazioni dell'affiliato o, direttamente o indirettamente, con mezzi impropri quali appropriazione indebita di informazioni riservate, corruzione, contatti con un dipendente del concorrente o sotto le mentite spoglie di un dipendente dello stesso concorrente. Le stesse regole si applicano qualora la Società assuma consulenti o altri per ottenere informazioni sulla concorrenza.

Alcune linee guida aggiuntive:

- Non sono ammessi i messaggi deliberatamente fuorvianti, l'omissione di fatti importanti o le dichiarazioni false riguardo ai prodotti e servizi della concorrenza.
- L'affiliato deve essere preciso e onesto in ogni transazione con i clienti e fare attenzione a descrivere in modo veritiero la qualità, le caratteristiche e la disponibilità dei nostri prodotti o servizi.
- Non interferire con un accordo stipulato tra un potenziale cliente e un fornitore nostro concorrente.
- Non ricorrere mai a spionaggio industriale o corruzione per scopi commerciali.

Oltre a essere responsabili delle proprie azioni verso terzi, gli affiliati sono tenuti a conservare alcuni documenti che ricevono o redigono personalmente. Ogni dipendente deve osservare attentamente le

linee guida sui documenti da conservare in vigore presso il datore di lavoro. L'applicazione delle leggi sulla concorrenza leale è materia complessa e spesso ambigua. In caso di dubbio, rivolgersi all'Ufficio legale.

Scenario n. 14 - Correttezza professionale

Josh è un affiliato, responsabile della vendita dei prodotti della Società. Un cliente lo contatta per effettuare un ordine. Il cliente sottolinea la necessità di ricevere l'ordine a una data specifica e, se la Società non potrà soddisfare questa sua richiesta, il cliente si rivolgerà ad altri. Josh sa, sulla base degli ordini già ricevuti da altri clienti e dei tempi necessari per la produzione, che la Società non sarà in grado di fornire tutta la merce entro la data richiesta. Quale delle seguenti linee di condotta è la più appropriata per la situazione descritta?

- A. Cercare in modo subdolo di gestire l'organizzazione interna della Società per reindirizzare dei prodotti destinati a un altro ordine e assegnarli a questo cliente.
- B. Dire al cliente che la Società evaderà l'ordine in tempo. Josh sa che quando il cliente scoprirà che i prodotti non saranno consegnati in tempo, sarà troppo tardi per rivolgersi a un concorrente. Josh pensa di essere in grado di imputare l'inevitabile ritardo a "cause imprevedibili" per tenere buono il cliente.
- C. Dire al cliente che la sua richiesta è completamente irragionevole e assurda.
- D. Spiegare al cliente che, sebbene la Società faccia sempre il possibile per soddisfare le richieste dei clienti, non sarà possibile avere la quantità di prodotti richiesta disponibile entro la data specificata. Cercare di trovare delle alternative che soddisfino le necessità del cliente.

Risposta: D è la risposta corretta. Il comportamento descritto nelle altre risposte viola la politica aziendale sulla correttezza professionale.

Scenario n. 15 - Correttezza professionale

Josh ha recentemente appreso che un cliente ha incaricato un concorrente di un progetto che Josh stesso sperava di far aggiudicare alla Società. Josh dovrebbe:

- A. Chiamare il cliente e avvisarlo che si pentirà della scelta, perché il concorrente non sarà in grado di garantire consegne puntuali e prodotti di qualità.
- B. Cercare di convincere il cliente a venir meno al contratto siglato con il concorrente.
- C. Prendere provvedimenti adeguati per mantenere il rapporto con il cliente in modo tale che la Società sia presa in considerazione per lavori futuri.

Risposta: C è la risposta corretta. Il comportamento descritto nelle altre risposte viola la politica aziendale sulla correttezza professionale.

Scenario n. 16 - Correttezza professionale

Un conoscente dell'affiliato ha recentemente lasciato il proprio impiego presso un concorrente della Società. Il conoscente contatta l'affiliato e gli offre di metterlo a parte di importanti informazioni riguardo il concorrente. Cosa deve fare l'affiliato?

- A. Permettere al conoscente di trasmettere all'affiliato le informazioni di cui sopra per usarle a vantaggio della Società.
- B. Permettere al conoscente di trasmettere all'affiliato le informazioni, per la semplice curiosità di conoscere le prassi della concorrenza, senza però voler utilizzare tali informazioni a vantaggio della Società.
- C. Dire al conoscente di non essere interessato a conoscere le informazioni di cui gli ha parlato.
- D. Organizzare una riunione con il conoscente e tutti gli affiliati della Società potenzialmente interessati, in modo che la Società possa trarre il massimo vantaggio dalla disponibilità a divulgare queste informazioni da parte del conoscente.

Risposta: C è la risposta corretta. È lecito supporre che il conoscente sia vincolato dall'obbligo di riservatezza delle informazioni riservate del suo ex datore di lavoro. La Società non tollera l'uso o l'acquisizione intenzionale di informazioni ottenute in violazione, reale o potenziale, di un obbligo di riservatezza.

Scenario n. 17 - Correttezza professionale

Una posizione dirigenziale si è resa disponibile nella Società. L'affiliato ritiene di essere, insieme a un altro affiliato, uno dei candidati più idonei al ruolo vacante. L'affiliato potrebbe:

- A. Far circolare delle voci riguardanti le qualifiche dell'altro affiliato e/o il suo interesse per la posizione vacante.
- B. Indagare su eventuali affari illeciti o riservati dell'altro affiliato.
- C. Informare del suo interesse le persone responsabili della decisione, illustrando loro le proprie qualifiche.
- D. Offrire oggetti di valore o favori alle persone responsabili di decidere a chi offrire il ruolo vacante.

Risposta: C è l'unica risposta corretta. Il comportamento descritto nelle altre risposte viola la politica aziendale sulla correttezza professionale.

Scenario n. 18 - Correttezza professionale

L'affiliato viene a conoscenza di un'informazione potenzialmente imbarazzante ma esclusivamente personale sul dipendente di un cliente, fornitore o concorrente o su un altro affiliato della Società. L'affiliato deve:

- A. Mantenere l'informazione per sé.
- B. Inviare una mail contenente i dettagli dell'informazione a un ampio gruppo di affiliati della Società.
- C. Condividere l'informazione con alcuni degli amici più intimi nella Società.
- D. Minacciare l'interessato di divulgare l'informazione se non agirà in modo da recare vantaggio all'affiliato o alla Società.

Risposta: A è l'unica risposta corretta. Il comportamento descritto nelle altre risposte viola la politica aziendale sulla correttezza professionale.

CONFORMITÀ ALLE LEGGI

La Società opera in settori altamente competitivi e deve quindi agire con determinazione. Deve, tuttavia, comportarsi sempre in modo conforme alle leggi e norme relative al proprio settore. Quando le politiche interne alla Società sono più severe rispetto alle leggi locali, tali politiche devono essere comunque seguite e rispettate. Nessun affiliato può, in qualsiasi momento, agire a nome della Società avendo motivo di sospettare che ciò viola le leggi o le norme applicabili.

Ogni affiliato è tenuto a conoscere le leggi e norme – a livello federale, statale, locale negli Stati Uniti o in paesi al di fuori degli Stati Uniti – vigenti sul settore e nel luogo specifico in cui opera la propria Società. La violazione di tali leggi e norme può causare a procedimenti legali, sanzioni amministrative o di altro tipo e, potenzialmente, anche a sanzioni penali, sia per la Società, sia per i suoi collaboratori.

Prima di prendere un'iniziativa che potrebbe avere un effetto sulla conformità alle norme (ad es., modificare la garanzia di un prodotto, cambiare una procedura soggetta a normativa ambientale, riferire di incidenti riguardanti la sicurezza dei nostri prodotti, offrire un regalo a un funzionario pubblico), è bene richiedere il parere dell'Ufficio legale. È responsabilità specifica del direttore di ogni stabilimento o business unit comprendere, divulgare e applicare nella propria organizzazione i termini e le condizioni di permessi, autorizzazioni e norme pertinenti.

La politica aziendale richiede la conformità non solo ai requisiti formali delle leggi e norme, dei principi contabili e delle politiche aziendali, ma anche l'adesione allo spirito di tali leggi, norme, politiche e principi. Qualsiasi comportamento che sia tecnicamente conforme a tali leggi, norme, principi e politiche ma in violazione dello spirito che sottendono o deliberatamente mirato a violarlo, è inaccettabile.

I capitoli seguenti descrivono alcune politiche e principi basilari in conformità alle leggi e norme in vigore negli Stati Uniti e in altre giurisdizioni, riguardanti specificamente temi che comprendono, tra gli altri, l'antitrust, negoziazione di titoli e l'attività politica. È necessario comprendere, tuttavia, che il presente Codice non si limita a tali specifiche materie ma si estende a ogni legge o norma pertinente.

Conformità alle disposizioni antitrust

La Società opera sul mercato in un regime di concorrenza aggressiva, al fine di servire al meglio i propri clienti. Tuttavia, è necessario ricordare che la Società è soggetta a leggi che salvaguardano la concorrenza leale (spesso definite "leggi sull'antitrust") nella maggior parte dei paesi in cui operiamo.

Le leggi sull'antitrust sono complesse e variano da paese a paese. Il principio di queste leggi, tuttavia, è generalmente la convinzione che l'economia e il bene pubblico traggano beneficio da una concorrenza determinata e libera da irragionevoli vincoli. La conformità alle leggi antitrust vigenti fa parte delle politiche della Società e rientra nelle responsabilità di ogni affiliato. La non conformità può avere conseguenze gravi per la Società e gli affiliati coinvolti. La violazione di molte leggi antitrust è considerata un reato, che sottopone la Società e gli individui coinvolti a sanzioni pecuniarie ingenti e questi ultimi potenzialmente alla reclusione. Inoltre, la Società può essere tenuta a riconoscere danni ingenti e ricevere l'ingiunzione a non svolgere una specifica attività. Naturalmente, la reputazione della Società potrebbe soffrire anche nel caso in cui un eventuale procedimento legale si concludesse in suo favore.

Molti elementi delle leggi statunitensi sull'antitrust sono applicabili a transazioni internazionali che coinvolgono una persona o una società statunitense, nel caso in cui la stessa transazione abbia un

effetto sostanziale sul commercio estero (ad es. importazioni o esportazioni) degli Stati Uniti. Qualora una transazione internazionale ricada sotto la giurisdizione delle leggi antitrust statunitensi, queste saranno applicate nello stesso modo in cui si applicano alle transazioni interne. Inoltre, spesso sono ritenute applicabili anche le leggi antitrust delle giurisdizioni estere in cui operiamo.

Il presente Codice non può affrontare ogni ambito coperto dalle leggi antitrust negli Stati Uniti e all'estero; per questo le seguenti linee guida intendono esaminare le situazioni più comuni che i nostri affiliati potrebbero dover affrontare. In ogni transazione svolta a nome della Società, gli affiliati devono rispettare sempre la seguente regola: in caso di dubbio, rivolgersi prima possibile all'Ufficio legale.

Regole basilari sull'antitrust:

- **Non discutere di prezzi, termini e condizioni di vendita, sconti, clausole relative al credito o temi analoghi con i concorrenti.**
- **Non partecipare a elaborazione di comparazioni o rapporti statistici su informazioni comparative tra i concorrenti senza il consenso dell'Ufficio legale.**
- **Non “segnalare” ai concorrenti le strategie di prezzo e non utilizzare i clienti o altri terzi per “mandare un messaggio” su cosa dovrebbe fare il settore.**
- **Non mettersi d'accordo con un concorrente al fine di non intralciare i rispettivi mercati o stare alla larga da un mercato o da un cliente.**
- **Non discutere con la concorrenza di volumi, costi, strategie di marketing o altre informazioni sensibili ai fini della concorrenza, riguardanti situazioni attuali o future.**
- **Non proporre prezzi sottocosto senza un parere dell'Ufficio legale.**
- **Non costringere i clienti o altri terzi a stabilire prezzi o intervalli di prezzo specifici.**
- **Non vincolare (vale a dire, subordinare) la vendita di un prodotto a quella di un altro.**
- **Non stilare accordi con concessionari o clienti al fine di prendere dei provvedimenti verso un altro concessionario o cliente.**
- **Non concordare con un concorrente di non fare affari, acquistare o vendere a un cliente o fornitore.**
- **Non concordare un acquisto o vendita a un cliente o fornitore in cambio dell'accordo di questi di vendere o acquistare da noi.**
- **Rispondere a ogni offerta da parte della concorrenza di partecipare a un complotto, sia tale offerta implicita, esplicita o di altra natura.** I criteri per stabilire, ai sensi delle leggi antitrust, l'esistenza di un complotto, sono estremamente ampi e spesso un complotto viene scoperto anche nel caso in cui non ci sia mai stato un incontro o un colloquio tra i concorrenti. È sbagliato pensare che gli accordi illeciti



descritti sopra debbano essere necessariamente formali o di natura cospiratoria. Un accordo illecito spesso non è niente di più di un patto informale raggiunto durante un'occasione apparentemente innocente, come una riunione di un'associazione di categoria o al circolo del golf, o semplicemente un accordo basato sulla condivisione di informazioni concorrenziali che tendono, naturalmente a produrre azioni identiche. Qualora, durante una riunione a cui presenziano dei concorrenti, dovesse nascere una conversazione su un tema proibito, è necessario dissociarsi formalmente da tale conversazione e lasciare la riunione, in modo che gli altri partecipanti ricordino la reazione e le ragioni per le quali si è abbandonata la discussione. Abbandonare semplicemente una conversazione inappropriata su prezzi, spartizione del mercato o accordi su offerte non è sufficiente. È necessario documentare la conversazione e rivolgersi all'Ufficio legale.

- **Evitare per quanto possibile i contatti informali con i concorrenti.**
L'appartenenza ad associazioni di categoria è spesso all'origine di richiami da parte dell'antitrust. Di conseguenza, l'affiliazione o la partecipazione ad associazioni di categoria deve essere tenuta sotto stretto controllo al fine di assicurarne l'effettiva utilità, valutando se i benefici superino effettivamente il rischio di violazione delle leggi antitrust. Tuttavia, ogni consesso in cui si incontrano dei concorrenti può diventare una potenziale occasione di violazione dell'antitrust, incluse le cosiddette "sessioni fantasma", successive agli incontri formali, in cui i concorrenti si incontrano socialmente e discutono tematiche aziendali. La cosa migliore da farsi è evitare, per quanto possibile, ogni contatto informale con i concorrenti. Un cambiamento di prezzo o l'approvazione di misure identiche tra concorrenti subito dopo un evento di questo tipo desta notevoli sospetti.
- **Qualora la partecipazione a una riunione con dei concorrenti persegua finalità aziendali legittime e utili che compensano il rischio di violazione delle leggi antitrust, è sempre necessario mettere in atto determinate procedure, che includano la distribuzione dell'ordine del giorno prima dello svolgimento della riunione e la precisa verbalizzazione delle discussioni.** Un incaricato dell'Ufficio legale o un moderatore dovrebbero partecipare alle riunioni dell'associazione, al fine di segnalare quando un argomento di discussione crea un possibile rischio di violazione delle norme antitrust e accertarsi che tale tema non sia più discusso.

Gli affiliati devono consultarsi con l'Ufficio legale prima di prendere parte a importanti occasioni di interazione con i concorrenti, incluse, a titolo esemplificativo, le riunioni di "benchmarking" (valutazione statistica di informazioni comparative tra concorrenti) o altre pratiche illecite come la "segnalazione" dei prezzi, gli accordi sul comportamento del mercato e altre forme di condivisione di informazioni sensibili.

Scenario n. 19 - Conformità alle disposizioni antitrust

Recentemente, al recente congresso di San Diego, Barbara (un'affiliata della Società) incontra Alan, il dipendente di un concorrente (il "Concorrente"). Alan esordisce lamentandosi di come il lavoro sia diventato difficile ultimamente, poi racconta di due bandi di gara in corso con due potenziali clienti (Cliente A e cliente B). Alan dice: "Ci stiamo concentrando sul Cliente A. Sai, è il nostro cliente più grande già da diversi anni. Non so, però, cosa faremo con il Cliente B, forse lasceremo perdere." Barbara è sorpresa e si allontana senza rispondere. Di ritorno in ufficio, pochi giorni dopo, Barbara esamina alcune proiezioni finanziarie, concentrandosi sui margini e non sulle quote. Decide di fare un'offerta al Cliente B e non al Cliente A e notifica la sua decisione all'ufficio vendite. Il Cliente A invia una lamentela formale al Dipartimento di giustizia americano (DOJ), accusando le due società e i due individui di accordo illegale sul prezzo. Qual è il sarebbe il verdetto: Colpevoli o innocenti?

La Società mostra dei documenti al Dipartimento di Giustizia, inclusa la seguente e-mail spedita da Barbara al suo superiore, Bill:

Data: 1 novembre
Da: Barbara
A: Bill
Oggetto: Fiera della settimana scorsa

Ho incontrato Alan alla fiera della settimana scorsa: mi ha fatto capire che se non presentiamo un'offerta aggressiva per il Cliente A, loro ci lasceranno lavorare sul Cliente B.

La risposta di Bill:

Data: 1 novembre
Da: Bill
A: Barbara
Oggetto: Fiera della settimana scorsa

Sembra un ottimo affare!

Tra i documenti sottoposti dal Concorrente al Dipartimento di Giustizia, c'è una e-mail da Alan al suo superiore:

Data: 8 novembre
Da: Alan
A: Adelle
Oggetto: Proposta

Sembra che non dovremo preoccuparci di Hillenbrand per questa gara. Ho parlato con loro e so che ritireranno la loro offerta al Cliente A. Dobbiamo ricordarcene la prossima volta che un loro cliente si rivolgerà a noi.

C'è stato effettivamente un accordo tra i due? Barbara avrebbe dovuto:

- A. Rispondere ad Alan.
- B. Documentare le ragioni per le quali abbandonava l'affare.
- C. Contattare l'Ufficio legale.

Risposta: Tutte le risposte di cui sopra sono corrette, sebbene incomplete. Barbara avrebbe dovuto dire chiaramente di non poter discutere di argomenti riguardanti la concorrenza con Alan, per poi allontanarsi. Subito dopo, Barbara avrebbe dovuto documentare l'episodio e inviare una nota all'Ufficio legale. Inoltre, avrebbe dovuto essere molto più attenta alle e-mail inviate sul tema.

Negoziazione di titoli e uso di informazioni privilegiate

C'è sempre una domanda che ogni affiliato dovrebbe farsi prima di acquistare o vendere azioni di Hillenbrand, Inc. o raccomandare ad altri di farlo: "Sono in possesso di informazioni non di pubblico dominio?" Se la risposta è sì, potrebbe non essere lecito acquistare o vendere azioni di Hillenbrand o consigliarlo a terzi.

La legge statunitense sui titoli proibisce la pratica di "insider trading", ovvero l'acquisto o la vendita di un titolo da parte di una persona in possesso di materiale non di pubblico dominio (secondo la definizione seguente) prima che la Società divulghi tale materiale. Questo principio include non solo l'ordine di acquisto o vendita di azioni e titoli convertibili, ma anche diritti, garanzie, opzioni di vendita e acquisto. È necessario, prima di negoziare i titoli, attendere che le informazioni in proprio possesso siano rese pubbliche e adeguatamente valutate, vale a dire, almeno due giorni lavorativi dal momento della divulgazione da parte della Società.

La legge statunitense sui titoli proibisce altresì di trasferire tali informazioni a terzi che potrebbero negoziare titoli in base a tali informazioni (pratica nota con il nome di "tipping"). In considerazione dei gravi danni che il solo sospetto di insider trading può arrecare alla Società, la stessa e i suoi affiliati devono evitare ogni minimo sospetto di scorrettezza. Si ricorda che le transazioni sono sempre giudicate a posteriori.

La Società e i suoi affiliati possono, in alcuni casi, essere soggetti a leggi sull'insider trading vigenti fuori dei confini degli Stati Uniti. L'obiettivo dei tribunali e delle autorità di regolamentazione (negli Stati Uniti e in altri paesi) nell'applicazione delle leggi sull'insider trading è di garantire, in generale, che tutti gli investitori abbiano eguale accesso alle informazioni relative ai titoli di una società.

Di conseguenza, le leggi e norme applicabili sui titoli, nonché la politica aziendale, proibiscono a chiunque sia in possesso di informazioni materiali non di pubblico dominio relative alla Società o ai suoi titoli di acquistare o vendere azioni prima che le stesse informazioni non siano state rese di pubblico dominio. Neanche i familiari e amici che ottengono informazioni privilegiate da un affiliato possono comprare o vendere azioni della Società. Di conseguenza, qualsiasi riferimento ad affiliati in questo contesto si applica in modo identico alle persone di cui sopra.

In generale, gli affiliati non dovrebbero acquistare o vendere titoli della Società nel periodo (solitamente definito "periodo di blackout") compreso tra il primo giorno lavorativo successivo al termine di ogni trimestre fiscale e due giorni lavorativi dopo il corrispondente annuncio degli utili di quel trimestre. Anche al di fuori del periodo di blackout, gli affiliati non possono in nessun momento acquistare, vendere o effettuare transazioni che coinvolgono titoli della Società, nel caso in cui gli stessi siano in possesso di informazioni privilegiate.

Ai sensi della legge sui titoli, gli amministratori e alcuni dirigenti e azionisti di Hillenbrand e delle sue controllate sono soggetti a regole più restrittive riguardo la compravendita di titoli della Società, nonché a requisiti di rendicontazione specifici e al recupero dei profitti a breve ("short-swing profits"). Queste misure restrittive sono state comunicate separatamente agli amministratori e dirigenti interessati. La conformità a queste regole, tuttavia, fa parte anche della nostra politica di pieno rispetto delle leggi e norme sui titoli.

Gli affiliati in possesso di informazioni privilegiate relative alle azioni di Hillenbrand o di un'altra società devono (1) mantenere la massima riservatezza con chiunque, esterno o interno alla Società; (2) evitare di negoziare titoli di Hillenbrand o di un'altra società finché tali informazioni non diventino di dominio pubblico; e (3) astenersi dal raccomandare o consigliare a terzi di acquistare o vendere titoli di Hillenbrand o di un'altra società finché tali informazioni non diventino di dominio pubblico. È particolarmente importante fare attenzione e astenersi dal discutere di informazioni privilegiate in luoghi pubblici quali ascensori, aerei, taxi o ristoranti, poiché tali conversazioni potrebbero essere ascoltate da terzi.

La violazione di tali regole può causare alla Società sanzioni pecuniarie anche del valore di milioni. Gli affiliati potrebbero inoltre essere condannati al pagamento di sanzioni considerevoli, richieste di danni per profitti illeciti e persino alla reclusione. Gli affiliati si espongono inoltre al rischio di sanzioni imposte dalla Società per la violazione di questi principi.

Definizioni.

Le informazioni materiali sono informazioni abbastanza rilevanti da influenzare la decisione di acquistare, vendere o conservare i titoli o le azioni della Società. Le informazioni sui seguenti temi possono considerarsi materiali: risultati di bilancio annuali o trimestrali; proiezioni finanziarie; fusioni e acquisizioni, partecipazione ad appalti, joint venture, disinvestimenti o altre modifiche agli attivi; dividendi; spartizioni azionarie; cambi nell'azionariato di maggioranza o nella dirigenza; vendita privata o pubblica di una quantità significativa di titoli di debito o capitale; controversie importanti; vertenze sindacali importanti; chiusure di stabilimenti importanti; creazione di un programma di riacquisto delle azioni; assegnazione di un importante appalto o progetto; nuovi prodotti o invenzioni e sviluppi relativi a clienti e fornitori; controversia con i revisori contabili o cambio degli stessi; deterioramento della posizione creditizia della Società. L'elenco appena concluso intende essere esemplificativo e non esaustivo. Qualsiasi domanda relativa alla natura delle informazioni (materiali o non di dominio pubblico) oppure riguardante l'involontaria divulgazione di tali informazioni, deve essere immediatamente rivolta all'Ufficio legale.

Le informazioni privilegiate sono informazioni non ancora rese di pubblico dominio. Le informazioni sono considerate di pubblico dominio quando sono pubblicate nei giornali, in altri mezzi di comunicazione o mediante un comunicato stampa. Fino alla formale comunicazione al pubblico in forma di comunicato stampa o notifica alla Securities and Exchange Commission (SEC), le informazioni materiali relative a piani, progetti, successi o insuccessi della Società sono considerate "interne" e, come tali, riservate. Quando le informazioni sono rese pubbliche - una volta lasciato agli investitori il tempo sufficiente per valutarle - o sottoposte alle agenzie governative per la registrazione pubblica, sono considerate di pubblico dominio e disponibili, su richiesta, a chiunque. I mezzi di divulgazione includono, tra gli altri, le relazioni annuali e trimestrali degli utili agli azionisti, le dichiarazioni pubbliche, le relazioni alla SEC (ad es., le relazioni sui moduli 10-K, 10-Q, e 8-K), le dichiarazioni di registrazione, i prospetti, i moduli di delega e le informazioni nel sito della Società.

Scenario n. 20 - Negoziazione di titoli e uso di informazioni privilegiate

Un affiliato ascolta inavvertitamente una conversazione in cui un altro affiliato osserva che gli utili di Hillenbrand per il trimestre che sta per concludersi saranno probabilmente inferiori alle previsioni che la stessa Hillenbrand ha comunicato in precedenza. Hillenbrand non ha fatto un annuncio pubblico per rendere noto il calo previsto degli utili. Quale delle seguenti affermazioni è vera?

- A. L'affiliato è autorizzato a negoziare titoli di Hillenbrand. Le informazioni relative agli utili non sono materiali.
- B. È fatto divieto all'affiliato di negoziare titoli di Hillenbrand.
- C. L'affiliato è autorizzato a negoziare titoli di Hillenbrand. Poiché le informazioni non sono state acquisite dall'affiliato nello svolgimento delle sue mansioni professionali, non gli è proibito utilizzare le informazioni per la compravendita di titoli.
- D. È autorizzato a negoziare titoli di Hillenbrand purché non superi il limite di 100 azioni.

Risposta: B è la risposta corretta. Le informazioni relative agli utili sono assolutamente materiali, quindi non è lecito negoziare titoli quando si è in possesso di informazioni materiali non di dominio pubblico. Non importa se le informazioni sono state apprese accidentalmente o durante le proprie attività lavorative. Inoltre, il numero di azioni negoziate non è rilevante ai fini delle leggi sull'insider trading o della politica della Società sulla compravendita di titoli.

Scenario n. 21 - Negoziazione di titoli e uso di informazioni privilegiate

Il giorno in cui un affiliato aveva intenzione di acquistare alcune azioni di Hillenbrand, apprende per la prima volta di uno sviluppo positivo relativamente a una delle attività della Società. L'affiliato non è certo se questo sviluppo positivo possa essere considerato materiale o se sia già stato annunciato pubblicamente. Dovrebbe:

- A. Consultare l'Ufficio legale interno di Hillenbrand prima di procedere all'acquisto.
- B. Presupporre che acquistare azioni di Hillenbrand sia sicuro, dal momento che se l'evento fosse stato materiale, la Società l'avrebbe già comunicato al pubblico.
- C. Informare il proprio intermediario di tale sviluppo, chiedendogli la sua opinione riguardo alla legittimità dell'acquisto.
- D. Acquistare delle opzioni sulle azioni di Hillenbrand, dal momento che tali opzioni non sono soggette alle leggi sull'insider trading o alle politiche aziendali sullo scambio di titoli.
- E. Acquistare le azioni e incrociare le dita, sperando che lo sviluppo positivo non rappresenti un'informazione materiale non di pubblico dominio.

Risposta: A è la risposta corretta. I legali di Hillenbrand sono sempre disponibili a discutere le misure più appropriate da prendere in caso di dubbio sulla compravendita di titoli e questa è la prassi migliore. La risposta B è sbagliata perché è sicuramente possibile che Hillenbrand non abbia ancora deciso o non sia ancora stata obbligata a divulgare queste informazioni materiali privilegiate. La risposta C è sbagliata perché, tra le altre ragioni, è proibito condividere informazioni riservate su qualsiasi società di Hillenbrand con terzi. La risposta D è sbagliata perché lo scambio di opzioni e altri derivati è soggetto alle leggi sull'insider trading e alle politiche aziendali sulla compravendita di titoli analogamente alla semplice negoziazione di titoli di Hillenbrand.

Scenario n. 22 - Negoziazione di titoli e uso di informazioni privilegiate

Jane è a cena con alcuni amici e sta parlando del suo lavoro presso la Società. Vuole raccontare agli amici dell'entusiasmante transazione sulla quale sta lavorando, vale a dire, una potenziale acquisizione da parte della Società. Non è ancora stato raggiunto un accordo finale con la controparte, quindi non è stato fatto alcun annuncio pubblico sulla transazione. Jane può rivelare la transazione ai suoi amici?

- A. Sì. Perché non è ancora stato raggiunto un accordo e la potenziale transazione non è un'informazione materiale privilegiata.
- B. No.
- C. Sì, purché Jane chieda agli amici di non negoziare titoli di Hillenbrand.
- D. Sì. Gli amici di Jane potrebbero negoziare dei titoli di Hillenbrand, in quanto non affiliati della Società o delle sue consociate.

Risposta: B è la risposta corretta. La risposta A è sbagliata. Se una transazione o un evento fossero materiali solo quando avvengono, il fatto che ci sia una possibilità che la transazione o l'evento si verifichino, rappresenterebbe in sé un'informazione materiale. Le risposte C e D sono sbagliate in quanto la divulgazione di informazioni materiali privilegiate a terzi è una violazione delle politiche della Società su riservatezza e compravendita di titoli. Inoltre, se gli amici di Jane usassero le informazioni per negoziare titoli di Hillenbrand, Jane potrebbe essere rea di "tipping" ai sensi della legge sull'insider trading.

Scenario n. 23 - Negoziazione di titoli e uso di informazioni privilegiate

Identico scenario del punto 22 che precede. Questa volta Jane è a cena con i suoi genitori e non con gli amici. Jane può informare i genitori della transazione?

- A. Sì. Perché non è ancora stato raggiunto un accordo e la potenziale transazione non è un'informazione materiale privilegiata.
- B. No.
- C. Sì, purché Jane chieda ai genitori di non negoziare titoli di Hillenbrand.
- D. Sì. I genitori di Jane potrebbero negoziare dei titoli di Hillenbrand, in quanto non affiliati della Società o delle sue consociate.

Risposta: B è ancora una volta la risposta corretta. Non c'è alcuna differenza tra rivelare le informazioni riservate ai propri genitori o agli amici.

Comunicazioni a pubblico, media e organi governativi

È fondamentale mantenere l'integrità nei propri rapporti con il pubblico, che subisce l'influenza dei nostri azionisti, dei rappresentanti dei media e di altri membri delle nostre comunità. La richiesta di informazioni finanziarie o commerciali su Hillenbrand e le sue consociate da parte del pubblico, degli azionisti e dei media (giornali, radio, televisione, riviste, ecc.) deve essere sottoposta all'esame e all'approvazione del direttore finanziario di Hillenbrand, del consulente legale o del direttore delle relazioni con gli investitori. Hillenbrand dedica dei canali ben definiti attraverso i quali divulga le informazioni da comunicare pubblicamente. Le informazioni che non sono ancora state rese pubbliche non potranno essere divulgate senza prima consultare la politica aziendale e le relative procedure o una delle figure di cui sopra. Analogamente, la richiesta di informazioni o altri dettagli da parte di autorità come la Securities and Exchange Commission, la New York Stock Exchange, la Financial Industry Regulatory Authority, il NASDAQ o autorità analoghe di paesi esteri deve essere inoltrata al direttore finanziario di Hillenbrand, al

suo consulente legale o al direttore delle relazioni con gli investitori. È fondamentale non rispondere autonomamente a tali richieste o contatti, perché ogni risposta inappropriata o imprecisa, anche una smentita o una dichiarazione di esonero di responsabilità potrebbe essere considerata una dichiarazione da parte della Società e potrebbe ledere non solo la reputazione di Hillenbrand, ma anche la sua posizione legale. Qualsiasi altra richiesta di informazioni da rappresentanti di agenzie governative o altri terzi deve essere inoltrata al proprio supervisore o responsabile o, in alternativa, a un rappresentante dell'Ufficio legale, delle Risorse umane o dell'Ufficio finanziario.

Scenario n. 24 - Comunicazioni a pubblico, media e organi governativi

Eli riceve una telefonata da una persona che si identifica come analista finanziario che segue il titolo Hillenbrand nel Regno Unito. La persona chiede a Eli come stiano andando le cose e se ci sono degli sviluppi interessanti di cui discutere. Eli dovrebbe:

- A. Parlare apertamente e liberamente con l'analista. Gli analisti devono sapere che cosa succede in una società di cui si occupano al fine di fare bene il proprio lavoro.
- B. Rifiutarsi di parlare della Società con l'analista e fare riferimento al direttore delle relazioni con gli investitori.
- C. Parlare con l'analista, ma solo delle informazioni che Eli ritiene non essere materiali e privilegiate.
- D. Dire all'analista che condividerà alcune informazioni interessanti, ma solo in cambio di un consiglio su delle buone azioni.

Risposta: B è la risposta corretta. La legge statunitense sui titoli regola in modo preciso il modo in cui le informazioni materiali privilegiate possono essere comunicate ad analisti e investitori; inoltre Hillenbrand ha stabilito delle procedure per la gestione delle richieste da tali analisti o investitori. Inoltre, la legge britannica sui titoli potrebbe imporre le stesse restrizioni in casi simili. Di conseguenza, queste richieste devono sempre essere girate al direttore finanziario di Hillenbrand, al consulente legale della Società o al direttore delle relazioni con gli investitori. Condividere le informazioni con un analista viola le politiche di Hillenbrand sulla riservatezza e la compravendita di titoli e può comportare conseguenze ai sensi della legge statunitense o di altri paesi sui titoli per Eli o per la Società.

Attività e contributi politici

Ogni paese in cui opera la Società, inclusi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, gli Stati Uniti, impone o potrebbe imporre certe restrizioni ai contributi politici da parte delle società. Di conseguenza, in ogni situazione in cui si valuta di offrire un contributo politico, gli affiliati devono prima consultarsi con l'Ufficio legale al fine di assicurare la totale conformità alle leggi, di volta in volta emendate e interpretate. È inoltre importante comprendere che la legge statunitense potrebbe, in alcuni casi, proibire i contributi politici in paesi stranieri.

Il presente Codice non intende impedire agli affiliati di partecipare al processo politico o di contribuire a titolo personale a un partito politico, a un comitato o a un candidato. Gli affiliati, tuttavia, non possono associare il proprio contributo personale (o la propria opinione politica) alla Società; i contributi di cui sopra non possono coinvolgere, direttamente o indirettamente, fondi o altre risorse di Hillenbrand. Gli affiliati non possono collegare la Società alle proprie attività o affiliazioni politiche, né possono far intendere che la Società appoggi le loro attività politiche.

Comunicare la posizione della Società su questioni politiche a membri e funzionari governativi può esporre la Società e i suoi affiliati alle leggi applicabili sui gruppi di interesse. Molte amministrazioni

locali, statali e nazionali richiedono la registrazione dei lobbisti politici, con gravi sanzioni in caso di non conformità. La definizione di lobbista varia da luogo a luogo ma implica sempre l'interazione con funzionari governativi per scopi aziendali. Di conseguenza i lobbisti devono consultare l'Ufficio legale o il direttore dell'Ufficio affari pubblici prima di svolgere attività con funzionari pubblici, al fine di determinare se tali lobbisti risultano regolarmente registrati. Gli affiliati devono inoltre contattare l'Ufficio legale o il direttore dell'Ufficio affari pubblici qualora sia necessario ricorrere alle attività di un gruppo lobbista.

In alcuni paesi, l'uso dei risorse o dei locali della Società per comizi o altri scopi politici può essere considerato alla stregua di un contributo politico. Gli affiliati devono ottenere l'approvazione dell'Ufficio legale o del direttore dell'Ufficio affari pubblici prima di consentire attività di questo tipo.

Gli affiliati non subiscono alcuna pressione finalizzata a dare denaro o sostegno a un partito o a un candidato politico. Gli affiliati possono unirsi al PAC (comitato di azione politica) di Hillenbrand, Inc. (HIPAC) in forma totalmente volontaria. Il contributo pecuniario al HIPAC (in conformità ai criteri di idoneità e alle altre regole dello stesso HIPAC), è assolutamente volontario e libero.

Relazioni con la pubblica amministrazione

In qualità di fornitore di beni e servizi a clienti dell'amministrazione pubblica federale, statale e locale e ai loro fornitori, la Società può essere soggetta a una serie di leggi speciali, norme e termini contrattuali. La Società tiene in grande considerazione gli enti pubblici suoi clienti, a livello federale, statale o locale, negli Stati Uniti o all'estero. Le relazioni con la pubblica amministrazione sono un tema sensibile e richiedono di considerare una serie di leggi e norme sull'etica e gli acquisti da parte di enti pubblici.

La Società svolge le proprie attività con il settore pubblico nel massimo rispetto di questi requisiti e in modo tale da evitare, anche in apparenza, conflitti di interessi o comportamenti impropri. Ogni affiliato coinvolto nelle attività con clienti pubblici è tenuto a comprendere e attenersi alle leggi e norme etiche e sugli acquisti pubblici, nonché alle politiche aziendali in materia. Qualsiasi questione relativa a questi argomenti deve essere rivolta tempestivamente all'Ufficio legale.

Tra le regole e le politiche delle agenzie governative che si applicano a questi clienti pubblici, troviamo:

- Limiti a omaggi di valore a dipendenti della pubblica amministrazione.
- Necessità di adesione da parte della Società a regole pubbliche complesse e articolate che possono essere "incluse per citazione" nei contratti standard, ma che non vengono riportate testualmente dagli stessi.
- Requisiti di elaborazione dei prezzi.
- Requisiti relativi a fatture, certificazioni, rendicontazioni e conservazione dei documenti.

Le domande relative ai requisiti di uno specifico contratto o alla richiesta, da parte di un funzionario pubblico, di agire in modo contrario ai termini di un contratto, alla legge applicabile o alla politica aziendale, devono essere rivolte all'Ufficio legale. Il documento della Società intitolato "Global Anti-Corruption Policy Statement and Compliance Guide" (Guida globale sulla conformità ed enunciazione della politica anticorruzione", nonché il materiale relativo a "Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili", forniscono ulteriori dettagli sui rapporti commerciali con la pubblica amministrazione.

Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili

La Società non persegue alcun vantaggio attraverso l'uso improprio di omaggi aziendali e altri incentivi. I regali e le forme di intrattenimento di valore nominale e gli omaggi aziendali sono un metodo occasionale per rinsaldare i rapporti con fornitori, clienti e altri. D'altro canto, esistono delle regole molto severe sull'offerta di omaggi e intrattenimento a funzionari pubblici.

Gli omaggi e l'intrattenimento non sono accettabili quando fanno sentire il destinatario obbligato a trattare la Società in modo speciale. La politica aziendale richiede di evitare, anche in apparenza, il sospetto di favoritismi causati da regali e omaggi. Al fine di evitare, anche in apparenza, ogni pagamento improprio, nessun pagamento avverrà in contanti, ad eccezione del pagamento di alcuni emolumenti (salvo approvazione) e di rimborsi, di minimo valore e documentati. Gli assegni emessi dalla Società non devono recare le diciture "contante," "al portatore" o il nome di terzi indicato dalla persona a cui si effettua il pagamento.

In aggiunta alle presenti clausole generali, la Società è soggetta a leggi e norme molto specifiche e articolate sulle transazioni internazionali e sulla possibilità di effettuare pagamenti, offrire omaggi, cedere altri oggetti o servizi di valore negli Stati Uniti, tra cui il Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) e il Bribery Act nel Regno Unito.

La Società si è dotata del documento intitolato "Global Anti-Corruption Policy Statement and Compliance Guide", separato dal presente Codice, che fornisce ulteriori istruzioni in materia.

Corruzione di funzionari pubblici. La corruzione, ovvero l'offerta di denaro o altri articoli di valore nel tentativo di influenzare un funzionario pubblico, è illegale. Gli affiliati non sono autorizzati a corrompere o corrispondere altri pagamenti illeciti a funzionari pubblici a nome della Società, a prescindere dall'entità della somma versata. Questo divieto si estende al pagamento di consulenti, agenti e altri intermediari nel momento in cui il dipendente abbia ragione di credere che il pagamento della "parcella" sarà utilizzato per corrompere o influenzare un'iniziativa pubblica.

La pratica di corrispondere questi pagamenti "agevolanti" (a volte definiti "bustarelle" o "mazzette") a un funzionario pubblico estero potrebbe non essere considerata corruttiva o illecita ai sensi del diritto di alcune giurisdizioni e potrebbe essere consentita anche dall'FCPA o da altre leggi internazionali anticorruzione. Tuttavia, se questi pagamenti sono consuetudinari e legali in alcuni paesi e in determinate circostanze, potrebbero essere proibiti ai sensi del Bribery Act britannico o di altre leggi e in ogni caso espongono al rischio di responsabilità. Gli affiliati che intendono valutare di effettuare un pagamento di qualsiasi natura o un omaggio a funzionari pubblici esteri, devono prima consultare l'Ufficio legale, che potrà approvarli, se leciti. Un pagamento o un omaggio, una volta regolarmente approvati, devono essere debitamente registrati e contabilizzati, in modo tale che la Società sia conforme alle imposte e alle altre leggi pertinenti.

Le leggi richiedono che le nostre filiali siano in contatto con i funzionari pubblici per diverse questioni. Gli affiliati che lavorano con funzionari pubblici devono conoscere le leggi sul lobbying e i requisiti di divulgazione pubblica, in particolare quelli relativi alle registrazioni e all'archiviazione. La tematica è stata affrontata nel capitolo "Attività e contributi politici", dove sono forniti ulteriori dettagli sul tema.

Corruzione commerciale. La corruzione non si limita all'interazione con i funzionari pubblici. Un pagamento (ad eccezione dell'acquisto di un prodotto o di un servizio), l'offerta di un omaggio, credito, pagamento, servizio o altro avente valore non simbolico o nominale a fornitori o clienti non pubblici o ai loro agenti, dipendenti o fiduciari può costituire un atto di corruzione commerciale, anch'esso illegale. Non è consentito effettuare pagamenti in contanti a dipendenti o affiliati di concorrenti, fornitori o clienti. La corruzione commerciale, inoltre, viola la politica aziendale; nessun dipendente potrà ricorrere a questa pratica a nome della Società. Gli affiliati devono ricorrere al buon senso e alla moderazione e offrire

omaggi aziendali ai clienti solo nella misura in cui questi siano conformi alla legge e alle prassi ragionevolmente in uso nel settore.

Ogni omaggio e intrattenimento, a prescindere da valore e tipo, deve essere adeguatamente registrato sui moduli di registrazione delle spese o sugli altri documenti contabili appropriati.

Scenario n. 25 - Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili

Il Presidente degli Stati Uniti nomina una commissione federale di inchiesta sulle pratiche di una delle società controllate di Hillenbrand. Il Presidente annuncia la propria intenzione di nominare una nota professoressa universitaria nella commissione. La professoressa conosce bene il settore e presso la sua università presiede un Centro per il comportamento responsabile rivolto proprio al nostro settore. La Società ha effettuato donazioni frequenti a questo Centro e decide di fare una nuova donazione dopo aver appreso che alla professoressa è stato chiesto di fare parte della commissione, ma prima che questa accettasse il ruolo. La legge sulla corruzione si applica a questa fattispecie?

- A. No, perché la professoressa non ha ancora assunto l'incarico pubblico.
- B. No, perché la "commissione d'inchiesta" non ha alcuna autorità normativa e la professoressa non è né un funzionario eletto né un dipendente di un'agenzia normativa del governo.
- C. No, perché il regalo non è offerto direttamente alla professoressa.
- D. Sì, ci sono prove aggiuntive secondo le quali la Società, in seguito al regalo, auspicava che la Professoressa "ignorasse" alcune azioni commesse dalla Società.
- E. No, perché gli accademici sono sempre irreprensibili.

Risposta: D è la risposta corretta.

Scenario n. 26 - Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili

La Società assolda un consulente commerciale per facilitare l'acquisizione di nuovi progetti in America centrale e meridionale. In un particolare paese, il consulente informa che un ministro richiede i biglietti di andata e ritorno per un viaggio negli Stati Uniti per sé e la sua famiglia. Il ministro giustifica la richiesta "nel caso volesse ispezionare gli stabilimenti produttivi della Società." Il ministro dice al consulente della Società che, molto semplicemente, finché non arriveranno i biglietti richiesti, i prodotti della Società non potranno essere importati. La società può fornire i biglietti richiesti?

- A. No, in quanto il Foreign Corrupt Practices Act proibisce il pagamento in denaro o in altre forme al fine di ottenere o mantenere affari.
- B. Sì, ma solo se è il consulente a farlo, non la Società.
- C. No, perché la ragione addotta dal ministro non è pertinente alle attività governative di routine, tra cui l'autorizzazione e l'elaborazione di documenti.
- D. Sì, perché il FCPA riguarda solamente le bustarelle in denaro celate sotto forma di parcelle.
- E. A e C.

Risposta: E è la risposta corretta. La risposta B è sbagliata, in quanto l'uso di consulenti indipendenti per svolgere attività che la Società non può legalmente svolgere non la solleva dalle proprie responsabilità. La risposta D è sbagliata; infatti, l'FCPA si applica esplicitamente a qualsiasi articolo di valore, non solo al denaro.

Scenario n. 27 - Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili

La Società partecipa a una fiera in un paese emergente. Il direttore della fiera è il cognato del primo ministro del paese e non ha alcuna esperienza di fiere o dei prodotti che la Società presenterà durante l'evento. Ciononostante, citando una presunta norma emessa dal cognato, il direttore richiede che la Società gli corrisponda un pagamento in denaro per "assistere e valutare una dimostrazione del prodotto" prima che la Società abbia accesso ai locali dove si svolgerà la fiera. Inoltre, sarà praticamente impossibile accedere al mercato di quella nazione senza avere accesso alla fiera. Se la Società accetta, viola l'FCPA?

- A. Sì.
- B. Non se il governo statunitense non riesce a dimostrare che le leggi locali o la dimostrazione del prodotti non erano dei semplici pretesti.
- C. No, perché la partecipazione alla fiera non implica necessariamente ottenere effettivamente degli affari.
- D. Sì, a meno che la Società non verifichi la presunta norma e sia in grado di provare che il pagamento era legittimo nell'ambito della dimostrazione del prodotto.
- E. No, perché la Società ha deliberatamente evitato di fare troppe domande sulle pratiche e le consuetudini in uso.

Risposta: D è la risposta corretta. I pagamenti effettuati legalmente e con uno scopo commerciale legittimo non sono proibiti, purché siano coerenti con le pratiche ragionevolmente in uso sul mercato e non siano finalizzati a influenzare le azioni di un funzionario pubblico. Tali pagamenti devono essere regolarmente registrati nei libri e nei registri contabili della Società.

Scenario n. 28 - Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili

La Società vuole aggiudicarsi un progetto importante con un cliente di un paese emergente. La società sa che un certo agente indipendente ha avuto un grande successo negli affari con il cliente in questione, e lo ingaggia. Prima della cena di festeggiamento per l'ottenimento del progetto, Suzy, direttore delle vendite della Società, vede l'agente mentre consegna una busta rossa al responsabile di progetto del cliente. Che cosa dovrebbe fare Suzy?

- A. Niente, perché l'agente è indipendente dalla Società e qualsiasi problema legale che potrebbe sorgere è un problema dell'agente, non della Società.
- B. Niente, perché Suzy non può essere certa del contenuto della busta rossa e, secondo i costumi locali, sarebbe maleducato chiederlo.
- C. Chiedere all'agente che cosa conteneva la busta.
- D. Informare della questione l'Ufficio legale della Società, anche se l'agente di vendita assicura a Suzy che la busta rossa conteneva un biglietto di auguri per il figlio del responsabile di progetto.

Risposta: C e D sono le risposte corrette. Suzy mette sé stessa e la Società a rischio facendo finta di non aver visto lo scambio della busta. Ignorare deliberatamente l'atto potrebbe essere interpretato come il "tacito consenso" di Suzy allo scambio del contenuto della busta. Suzy protegge sé stessa e la Società chiedendo all'agente una spiegazione dell'episodio e informando l'Ufficio legale della Società quanto prima. La risposta A è assolutamente sbagliata – il problema dell'agente è generalmente un problema anche per la Società. Si veda la trattazione del problema al capitolo "UTILIZZO DI RAPPRESENTANTI COMMERCIALI, AGENTI, CONSULENTI INDIPENDENTI E PERSONALE ESTERNO". La risposta B è sbagliata a causa del "tacito consenso" appena discusso.

Scenario n. 29 - Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili

Dopo un'ispezione di routine nell'ambito delle procedure di controllo interno della Società, un nuovo dipendente individua delle fatture di una società di logistica con cifre relative a contratti che non corrispondono agli altri documenti della Società relativi agli stessi progetti. Quando il nuovo dipendente chiede alla propria responsabile una spiegazione delle fatture, gli viene detto che gli affari in quel paese si svolgono in quel modo e che le fatture si riferiscono a "bustarelle", chiudendo con il consiglio di imparare velocemente di cosa si tratta. Che cosa dovrebbe fare il nuovo dipendente?

- A. Niente. Essendo appena assunto, dovrebbe rispettare le istruzioni dei propri superiori.
- B. Niente, in quanto il dipendente non può essere sicuro della violazione di alcuna legge e potrebbe essere licenziato se dovesse insistere.
- C. Informare dei propri dubbi il numero gratuita della Società in forma anonima, per quanto consentito dalla legge.
- D. Lasciare il lavoro; abbiamo una vita sola.

Risposta: C è la risposta corretta. La Società incoraggia i dipendenti a fare rapporto in modo immediato e trasparente ed è determinata a proteggere i propri dipendenti da eventuali ritorsioni per aver denunciato, in buona fede, un evento, anche qualora, secondo le leggi locali, non risulti nulla di illecito. Ognuno ha il diritto di lavorare in un contesto etico.

Relazioni con i dipendenti

La filosofia della Società prevede che le pratiche lavorative etiche non si limitino alla relazione con terzi ma anche con i propri affiliati. In questo senso, l'etica sul lavoro comincia in casa propria. Di conseguenza, la politica aziendale prevede che tutti gli affiliati, inclusi i responsabili e tutti coloro che hanno mansioni di supervisione, siano soggetti ai seguenti obblighi:

- Rispettare ogni affiliato in quanto individuo, essere garbati, attenti e corretti verso ogni affiliato al fine di non ledere la sua dignità.
- Trattare ogni affiliato, candidato, fornitore o partner commerciale senza alcuna discriminazione in base a razza, colore della pelle, sesso, età, religione, nazionalità, gruppo etnico, disabilità, condizione di veterano o altre caratteristiche stabilite dalla legge in termini di opportunità, termini, condizioni e privilegi di impiego.
- Garantire a ogni affiliato un ambiente di lavoro libero da vessazioni di qualunque natura, incluse le molestie sessuali, di tipo razziale, etnico o religioso, sulla base dell'età o di condizioni di disabilità.
- Incoraggiare gli affiliati a esprimere le proprie idee liberamente sulle politiche e le prassi della Società e fornire un sistema organizzato in modo da consentire agli affiliati di essere ascoltati riguardo a problemi personali o professionali.
- Garantire e mantenere un luogo di lavoro sicuro, pulito e ordinato.
- Offrire standard competitivi in termini di salario e benefit.
- Operare in conformità alle leggi federali, statali e locali degli Stati Uniti e di altri paesi applicabili alla relazione tra la Società e i suoi affiliati.

Bisogna ricordare che la legge statunitense proibisce la discriminazione sul luogo di lavoro in base a razza, colore della pelle, sesso, età, religione, nazionalità, gruppo etnico, condizione di veterano o di disabilità. La conoscenza di timori o la scoperta di episodi discriminatori o di altro genere che siano o possano costituire una violazione della legge o del presente Codice dovranno essere immediatamente riportate al proprio responsabile, supervisore, al consulente legale aziendale o qualsiasi altro membro del Comitato etico competente.

Ambiente, salute e sicurezza

Le attività della Società e, in particolare, gli stabilimenti produttivi, sono soggetti a norme esaustive che includono le norme federali, statali e locali sull'ambiente degli Stati Uniti e di altri paesi. Le strutture della Società sono soggette ad autorizzazioni e licenze di costruzione e di funzionamento che descrivono in dettaglio le condizioni in base alle quali è possibile far operare legalmente uno stabilimento. La politica aziendale prevede il pieno rispetto dei termini e delle condizioni di legge di ogni autorizzazione o licenza, nonché delle disposizioni delle norme ambientali applicabili. Il Occupational Safety and Health Act degli Stati Uniti regola sia la sicurezza fisica, sia l'esposizione a sostanze dannose o pericolose sul luogo di lavoro. Inoltre, il Toxic Substances Control Act degli Stati Uniti regola tutte le sostanze o miscele chimiche che potrebbero causare un rischio irragionevole di danno alla salute umana o all'ambiente. La conformità a queste leggi e l'implementazione delle norme fanno parte dei doveri di ogni responsabile di stabilimento. Le norme applicabili in materia di ambiente, salute e sicurezza, sono dettagliate e complesse e variano sensibilmente da una giurisdizione a un'altra. Quando si affronta una problematica non ben conosciuta e legata ad ambiente, salute o sicurezza, si consiglia sempre di contattare l'Ufficio legale.

Scenario n. 30 - Ambiente, salute e sicurezza

Kara lavora in uno stabilimento produttivo della Società in Svizzera. Applicando una modifica al processo di finitura, è possibile migliorare i tempi di produzione. Questo nuovo processo, tuttavia, produrrebbe un nuovo materiale di scarto. Kara non conosce le linee guida sul trattamento e le norme ambientali sullo smaltimento di questo nuovo prodotto di scarto nelle acque reflue. Kara vorrebbe di implementare la modifica al processo produttivo quanto prima. Kara dovrebbe:

- A. Procedere con l'applicazione del nuovo processo prima possibile, perché la produttività è una priorità.
- B. Presumere che lo smaltimento del rifiuto non sia un problema, altrimenti la società che ha suggerito il nuovo processo l'avrebbe debitamente segnalato.
- C. Richiedere un chiarimento all'Ufficio legale prima di attuare il nuovo processo.
- D. Concentrarsi su modernizzazione e produttività, posticipando la soluzione delle questioni legali.

Risposta: C è la risposta corretta. Le norme ambientali applicabili alle attività della Società sono complesse, cambiano spesso e variano da una giurisdizione a un'altra. Gli affiliati della Società possono talvolta avere scarsa familiarità con i dettagli delle norme e il loro impatto sulle attività e le decisioni che rientrano nell'ambito delle loro responsabilità, a ogni livello di Hillenbrand. In queste circostanze l'affiliato è tenuto a segnalare i propri dubbi all'Ufficio legale. Procedere senza avere un quadro chiaro degli attuali requisiti legali può causare gravi non conformità e sanzioni notevoli, nonché mettere in pericolo il rapporto con importanti clienti. Gli affiliati devono attivarsi per chiedere chiarimenti o indicazioni da parte dell'Ufficio legale ogni volta che sono tentati di "ritenere che non ci sia alcun problema" o pensano che "che le questioni legali si possano risolvere più avanti" o, ancora, che "questo non è mai stato un problema prima d'ora."

Scenario n. 31 - Ambiente, salute e sicurezza

Wayne è responsabile della redazione di relazioni sui dati di monitoraggio delle emissioni presso uno stabilimento della Società in New Jersey. Wayne rimane a casa in malattia per tre giorni. Quando torna al lavoro, si accorge che entro la fine della giornata deve sottoporre alla Environmental Protection Agency (EPA) degli Stati Uniti una relazione periodica importante. Wayne non vuole inviare il documento in ritardo, ma non ha tempo per completare i rapporti relativi ai tre giorni di sua assenza. Decide quindi di omettere i dati relativi a quei tre giorni. Wayne:

- A. Ha ragione, i dati sono raccolti volontariamente e in maggiore dettaglio rispetto a quanto richiede l'EPA.
- B. Ha torto, perché la mancata presentazione di dati accurati e completi può avere delle ripercussioni negative sulla Società.
- C. Ha ragione, perché mancano i dati di soli tre giorni, tutto il resto è regolarmente riportato.
- D. Ha torto, perché la mancata presentazione di dati accurati e completi può avere delle ripercussioni negative sulla Società. Wayne deve informare l'Ufficio legale del possibile ritardo e risolvere il problema.

Risposta: B è corretta, ma D è la risposta corretta più completa. L'invio deve essere accurato e completo in ogni dettaglio. La mancata presentazione di dati accurati e completi può avere delle ripercussioni negative sulla Società e la questione deve essere prima discussa con l'Ufficio legale. Bisogna evitare di addolcire un problema in un rapporto al fine di evitare ostacoli normativi, in quanto ciò potrebbe rendere l'intero rapporto fuorviante e limitare legalmente la capacità della Società di affidarsi a decisioni o iniziative governative basate su tale documento. Analogamente, bisogna fare attenzione a non "ignorare" dati o risultati di monitoraggi sfavorevoli in base alla teoria che i dati successivi sono migliori o che i dati sono comunque volontari e possono non essere comunicati.

Scenario n. 32 - Ambiente, salute e sicurezza

Ben è appena tornato da una conferenza di settore e non vede l'ora di modificare le operazioni di una delle procedure produttive più lunghe e costose della Società. Questa modifica non causerà alcuna variazione visibile nel prodotto; Ben, tuttavia, non sa se il nuovo processo modificherà le emissioni nell'atmosfera. Ben non vuole perdere tempo con le autorizzazioni normative e vuole applicare il nuovo processo prima possibile. Che cosa dovrebbe fare?

- A. Ben deve procedere con la modifica, perché molto probabilmente nessuno se ne accorgerà e quindi non è necessaria l'autorizzazione dell'EPA.
- B. Ben deve consultarsi con l'Ufficio legale per assicurarsi che questa modifica non causerà la mancata conformità della Società, quindi prendere i provvedimenti adeguati.
- C. Ben deve procedere con il suo piano; il tempo è denaro e il ritardo legato alle autorizzazioni normative o allo studio degli effetti è uno spreco di soldi.

Risposta: B è la risposta corretta. La probabilità che una modifica nei processi o al prodotto non siano "notati" non significa che le disposizioni di legge non debbano essere tenute in considerazione. Ben dovrebbe sapere che spesso le modifiche operative richiedono la notifica preventiva ai funzionari normativi e, altrettanto frequentemente, una modifica non può essere applicata prima dell'emissione di un'autorizzazione preliminare. Una pianificazione efficiente e sicura è essenziale per la salute finanziaria della Società; per questo, conoscere gli aspetti normativi è una parte fondamentale nell'assicurare che i piani della Società raggiungano i risultati previsti, senza rischi inaspettati o complicazioni.

Scenario n. 33 - Ambiente, salute e sicurezza

Joe e Sam lavorano nella Società da 15 anni. Gary è un nuovo affiliato che insiste per seguire i protocolli di sicurezza alla lettera. Joe e Sam ne sono divertiti; sanno bene che non è necessario essere così precisi, perché sanno che i protocolli sono stati scritti da persone che di certo non hanno la stessa esperienza sul campo dei due colleghi. Che cosa dovrebbe fare Gary?

- A. Deve seguire la linea di Joe e Sam, in fondo loro svolgono questo lavoro da tanto tempo e ne sanno di più degli autori del manuale per la sicurezza.
- B. Deve informare un supervisore e il Comitato etico della Società per la quale lavora.
- C. Dovrebbe essere un vero uomo, come Joe e Sam.
- D. Deve seguire i consigli di Joe e Sam, probabilmente il supervisore gli riderebbe in faccia.

Risposta: B è la risposta corretta. “Le cose sono sempre state fatte in questo modo”: questo approccio non può giustificare condizioni di lavoro o attività pericolose o potenzialmente in conflitto con le buone pratiche o con la legge. È responsabilità di ogni affiliato riportare tali pratiche e condizioni al Comitato etico competente, a un supervisore o all’Ufficio legale, in modo che vengano prese le misure appropriate. Ad esempio, la conservazione e la movimentazione sicura e adeguata di materiali pericolosi sono due elementi critici per il benessere degli affiliati. Il comportamento azzardato in relazione a materiali e processi potenzialmente pericolosi non è ammesso. Analogamente, i timori e le segnalazioni degli affiliati su questioni ambientali, di salute e sicurezza richiedono un’attenzione seria e immediata da parte dei dirigenti, e non possono essere ignorati o liquidati.

Diritto commerciale internazionale

La Società e i suoi affiliati sono soggetti e tenuti a rispettare ogni controllo per l’esportazione e ogni legge o norma che governa l’esportazione e l’importazione di beni e informazioni tecniche. La Società non intrattiene alcun rapporto con persone e organizzazioni interdette. La Società ottiene ogni licenza richiesta per l’esportazione e le altre autorizzazioni governative prima di esportare ogni prodotto o tecnologia controllati dagli Stati Uniti o da un governo straniero. La mancata conformità a una qualsiasi delle leggi di cui sopra potrebbe causare pesanti sanzioni pecuniarie, la perdita o la restrizione dei privilegi per l’importazione e l’esportazione che, a loro volta, potrebbero produrre effetti negativi gravi sulla Società.

La Società e i suoi affiliati devono conoscere e attenersi alle leggi relative alla partecipazione a boicottaggi commerciali internazionali. Molti paesi hanno leggi che richiedono che una società si rifiuti o non si rifiuti di avere rapporti commerciali con uno specifico paese, le sue aziende o i suoi cittadini. Ad esempio, le leggi statunitensi proibiscono alle aziende statunitensi e alle loro controllate straniere di collaborare a boicottaggi internazionali non approvati dal Governo degli Stati Uniti. Queste leggi possono essere fuorvianti, specialmente nei casi di conflitto e incoerenza tra diversi articoli. Gli affiliati coinvolti nella conduzione di attività transnazionali devono conoscere le leggi e le politiche adottate di volta in volta dalla Società e dalle sue controllate. È bene informare sempre l’Ufficio legale quando si deve affrontare un problema di boicottaggio o antiboicottaggio.

La Società intende attenersi sempre a tutte le leggi applicabili a commerci e investimenti, nonché alle posizioni di politica estera degli Stati Uniti e delle altre nazioni in cui opera. La Società, di volta in volta, adotta politiche e linee precise, che si applicano non solo alle controllate e alla Società stessa, ma anche a tutte le joint venture e consociate del mondo.

Scenario ipotetico n. 34 - Diritto commerciale internazionale

La Società intende fornire determinati prodotti a un acquirente in Medio Oriente. L'acquirente invia un ordine d'acquisto standard che richiede alla Società di fornire informazioni relative a qualsiasi rapporto commerciale con lo stato di Israele. Fornire queste informazioni viola l'Export Administration Act e il Tax Reform Act del 1976?

- A. No, perché si concretizza una violazione di queste due leggi solo se la Società si presta a partecipare a un boicottaggio come prerequisito per un rapporto d'affari.
- B. Sì.
- C. No, perché una società è sempre in grado di fornire semplici informazioni, soprattutto alla luce della protezione costituzionale di cui gode.
- D. No, perché le disposizioni si applicano solo nel caso in cui la lettera di credito sia subordinata alla partecipazione al boicottaggio.
- E. Non se l'ordine di acquisto avviene tra l'acquirente e una consociata estera della Società.

Risposta: B è la risposta corretta.

Divulgazione: libri e registri contabili

La Società adotta procedure e controlli ("procedure e controlli di divulgazione") concepiti per assicurare che le informazioni da divulgare e includere nei rapporti sottoposti alla United States Securities and Exchange Commission (SEC) siano registrate, elaborate, riassunte e riportate entro le scadenze previste. I controlli e le procedure di divulgazione includono controlli e processi finalizzati ad assicurare che le informazioni da divulgare e includere nei rapporti sottoposti alla SEC siano raccolte e inviate ai dirigenti della Società in modo da consentire decisioni tempestive riguardo alla divulgazione delle stesse. La Società si affida anche a un processo ("controllo interno sui rendiconti finanziari") che permette di garantire in modo ragionevole l'accuratezza delle rendicontazioni finanziarie e della redazione dei bilanci per scopi esterni, secondo i principi contabili generalmente in uso, incluse le politiche e procedure che:

- Riguardano la conservazione dei registri che riflettono, con ragionevole dettaglio, precisione e accuratezza, le transazioni e le disposizioni relative agli attivi della Società.
- Garantiscono in modo ragionevole che le transazioni siano registrate in modo adeguato, al fine di permettere la redazione dei bilanci ai sensi dei principi contabili generalmente in uso, e che le ricevute e le spese avvengano solo su autorizzazione dei dirigenti e amministratori della Società.
- Assicurano ragionevolmente la prevenzione o l'immediata individuazione di acquisizioni, cessioni e usi non autorizzati degli attivi societari, che potrebbero avere un effetto materiale sul bilancio della Società.

Ogni affiliato coinvolto nei processi di divulgazione o di rendicontazione finanziaria della Società deve conoscere e rispettare alla lettera le procedure e i controlli interni sulla divulgazione e sulla rendicontazione finanziaria.

Come descritto nel capitolo “Pagamenti illeciti, sospetti o sensibili,” il Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) stabilisce che è illecito ottenere o mantenere affari attraverso pagamenti finalizzati a influenzare indebitamente l’operato di governi o funzionari pubblici di paesi stranieri. L’FCPA non si limita, tuttavia, alle società che operano all’estero o ai pagamenti illeciti in paesi esteri. Oltre a concentrarsi sulla corruzione, infatti, la legge contiene importanti requisiti di contabilità interna e redazione dei registri contabili che si applicano a ogni attività della Società. In particolare, ai sensi dell’FCPA, la Società deve redigere registri e libri contabili con ragionevole dettaglio, per riflettere in modo accurato tutte le transazioni che svolge.

La Società e le sue controllate applicano un sistema di contabilità interna idoneo a garantire la conformità alla politica aziendale e assicurare che:

- Le transazioni avvengano secondo le autorizzazioni generali e specifiche dei dirigenti.
- Le transazioni siano registrate in modo adeguato (a) per permettere la redazione dei bilanci secondo i principi contabili generalmente in uso o ogni altro criterio applicabile a tali bilanci, e (b) per garantire la tracciabilità degli attivi.
- L’accesso agli attivi e ai fondi societari è consentito solo su autorizzazione generale o specifica dei dirigenti.
- Le voci registrate nello stato patrimoniale della Società sono adeguate ai dettagli contabili che le compongono a intervalli ragionevoli e, quando necessario, confrontate con gli attivi fisici.
- In caso di differenze sostanziali, saranno presi i provvedimenti adeguati.

Questi requisiti contabili si aggiungono alle altre politiche finanziarie della Società. Nessun affiliato potrà deliberatamente omettere l’applicazione di un sistema di controllo interno o falsificare i libri e registri contabili.

Tutti gli affiliati sono responsabili di garantire la precisione e l’affidabilità dei documenti contabili della Società. Di conseguenza, tutti gli affiliati sono responsabili di seguire le procedure societarie nello svolgimento e rendicontazione delle transazioni commerciali, inclusi gli strumenti per la verifica delle autorizzazioni. Secondo la politica aziendale, tutti i libri e registri sono conformi ai principi contabili generalmente accettati, alle leggi e norme in vigore in ogni paese in cui Hillenbrand e le sue controllate operano o potrebbero operare. Oltre alle questioni specificate sopra, tale politica include anche i seguenti requisiti:

- La politica aziendale proibisce l’esistenza o la creazione di fondi, attivi o passivi segreti, non noti o non registrati.
- Nessun pagamento a nome della Società sarà approvato o emesso con l’intenzione o la consapevolezza che, in parte o per intero, sarà utilizzato per scopi diversi da quelli descritti nei documenti relativi.
- Il bilancio o i documenti contabili che lo compongono non possono contenere nessuna voce falsa o fittizia, e nessun dipendente potrà prendere accordi ai fini di tale falsificazione.
- Le politiche aziendali proibiscono l’uso di attivi societari o fondi per scopi diversi da quelli specificamente autorizzati dalla dirigenza.

- Gli affiliati non possono utilizzare, autorizzare o approvare la pratica di contabilità non registrata o l'esistenza di conti bancari segreti, non registrati, fondi neri, registri falsificati o di ogni altro sotterfugio finalizzato a distorcere i documenti contabili, i registri e i bilanci della Società.
- Ogni voce falsa, fittizia o fuorviante introdotta per celare o camuffare un "pagamento illecito o sospetto", come descritto in questo documento, è proibita. Per voce falsa, fittizia o fuorviante si intende una voce non registrata secondo il documento contabile appropriato.
- Le pratiche di sovrapproduzione nelle transazioni internazionali, intese e utilizzate per trasferire illecitamente gli attivi da un paese a un altro, sono proibite.

La politica di registrazione precisa e accurata si applica anche al mantenimento, da parte degli affiliati, dei registri cronologici, delle spese e di ogni altro registro personale della Società.

UTILIZZO DI AGENTI, RAPPRESENTANTI INDIPENDENTI, CONSULENTI E ALTRO PERSONALE ESTERNO

Il rispetto del codice e delle altre politiche aziendali è obbligatorio. La conformità al Codice è richiesta non solo agli affiliati, ma anche a tutti gli agenti, consulenti, subfornitori e altro personale esterno alla Società. Non è consentito usare, direttamente o indirettamente, agenti, consulenti, subfornitori e altri collaboratori per aggirare il presente Codice, la legge o le politiche aziendali. Gli affiliati devono presumere che le azioni, le omissioni e gli atti, ad esempio, di un agente o rappresentante di vendita indipendente siano imputati alla Società, se non da un punto vista legale, almeno in termini di reputazione. Gli affiliati non possono richiedere a terzi di comportarsi in modo contrario al Codice, alla legge o alle norme applicabili.

DENUNCIA DI COMPORTAMENTI ILLECITI O NON ETICI; RESPONSABILITÀ

È fondamentale denunciare ogni violazione di leggi, norme, linee guida e principi relativi alla condotta commerciale etica. La Società sostiene attivamente il comportamento etico. In caso di dubbi sul modo migliore per affrontare una situazione, è necessario chiedere un chiarimento ai supervisori, responsabili o al personale preposto.

La Società non tollera alcun tentativo di ritorsione contro un collega in seguito alla denuncia, in buona fede, di un comportamento illecito o non etico. La legge federale prevede adeguati sistemi di protezione in questi casi. Di conseguenza un affiliato non può licenziare, degradare, sospendere o in alcun modo minacciare, molestare o discriminare un affiliato che abbia fornito informazioni, fornito assistenza alle indagini, promosso o partecipato a un procedimento legale in relazione a violazioni della legge o di questo Codice.

La scoperta di eventi di natura sospetta, fraudolenta o illecita o che siano o possano essere in violazione dei principi e delle linee guida del presente Codice o in altre politiche aziendali, deve essere immediatamente denunciata come descritto in precedenza nel capitolo "Misure in caso di dubbi o violazioni." L'omessa denuncia di una violazione reale o potenziale del Codice rappresenta essa stessa una violazione.

Le violazioni, reali o potenziali, del Codice che coinvolgono un amministratore, un dirigente, un direttore generale o il membro di un Comitato etico, saranno denunciate al Comitato di revisione del Consiglio di

amministrazione di Hillenbrand. Inoltre, le violazioni del Codice, reali o potenziali, che causano (i) problemi di revisione, contabilità, controllo interno, errori fiscali o frode; o (ii) problemi etici o azioni illegali cui partecipa un amministratore, un direttore generale o il membro di un Comitato etico; o (iii) violazioni materiali della legge sui titoli o violazioni del dovere fiduciario, saranno denunciate al Comitato di revisione. Il Comitato di revisione prenderà i provvedimenti appropriati per indagare su ogni violazione, reale o potenziale, di cui venga a conoscenza. Qualora il Comitato di revisione determini che si è verificata o potrebbe verificarsi una violazione che coinvolge un amministratore, un direttore generale o il membro di un Comitato etico, il Comitato può denunciare la violazione, reale o potenziale, al Consiglio di Amministrazione. Il Comitato di revisione o il Consiglio di Amministrazione prenderanno le misure disciplinari o preventive che riterranno appropriate, incluso il licenziamento o, in caso di questioni penali o altre violazioni simili, la notifica alle autorità governative competenti.

Le violazioni al presente Codice, reali o potenziali, ad eccezione di quelle riferite al Comitato di revisione, saranno denunciate al Comitato etico. Il Comitato etico prenderà i provvedimenti appropriati per indagare su ogni violazione, reale o potenziale, di cui venga a conoscenza. Qualora il Comitato etico determini che una violazione si sia o possa essersi verificata, prenderà le misure disciplinari o preventive che riterrà appropriate, incluso il licenziamento o, in caso di questioni penali o altre violazioni simili, la notifica alle autorità governative competenti. Il Comitato etico di Hillenbrand, Inc. denuncia ogni violazione, reale o potenziale, al Comitato di revisione, qualora si determini che tale Comitato debba essere informato di tali violazioni, siano esse reali o potenziali.

ALTRE POLITICHE

Il presente Codice contiene solo informazioni generali e linee guida. Non intende affrontare ogni possibile applicazione o eccezione alle politiche generali che descrive. Esistono, oltre al Codice, altre politiche applicabili alle mansioni affidate agli affiliati. Per informazioni su tali politiche, contattare l'Ufficio legale della business unit di pertinenza o un rappresentante delle Risorse umane. Tutti gli affiliati sono tenuti a osservare i requisiti, le leggi e le norme applicabili; la mancata lettura di supplementi o revisioni del Codice e delle altre politiche non è una ragione sufficiente a giustificare il mancato rispetto dei requisiti di ogni legge o norma applicabile e in vigore che l'affiliato conosce o dovrebbe ragionevolmente conoscere.