



Premesso che:

- DUCATI MOTOR HOLDING S.p.A., Società a Socio Unico, Società del Gruppo Audi, con sede legale in Bologna, Via Cavalieri Ducati n. 3, C.F. 05113870967 ("Ducati") ha sviluppato un progetto denominato "Ducati Official Club" ("D.O.C.") in cui vengono affiliati i club che, condividendo la passione per le moto Ducati e i valori meglio esplicitati di seguito, si impegnano a rispettare quanto indicato nel presente regolamento ("Regolamento");
- I club affiliati al "Ducati Official Club" che quindi acquisiscono la qualifica di "D.O.C." godono di una serie di privilegi e servizi che Ducati mette loro a disposizione allo scopo di supportarne le attività;
- Il club, letto il presente Regolamento ed i suoi allegati, ha intenzione di accettarlo impegnandosi a rispettarlo in ogni sua parte, richiedendo quindi di diventare un D.O.C. mediante la sottoscrizione dello stesso da parte del soggetto che ne ha i relativi poteri e quindi trasmettendolo debitamente sottoscritto e siglato in ogni pagina a Ducati la quale valuterà, a proprio insindacabile giudizio, se concedere la qualifica di D.O.C. e i relativi benefici di seguito elencati.

REGOLAMENTO dei DUCATI OFFICIAL CLUB

Articolo 1 – Missione, obiettivo, scopo.

1.1 Missione

Il D.O.C. aggrega ed alimenta la passione per il marchio Ducati, condividendo i valori e la vocazione del marchio stesso, così come la missione dell'azienda di essere un brand premium che idea, progetta e produce moto sportive dall'esclusivo design italiano, con caratteristiche distintive e prestazioni superiori dimostrate su tutti i circuiti del mondo.

Style, Sophistication, Performance and Trust sono i valori chiave di Ducati. Le moto Ducati sono espressione di tecnica, design e passione. L'essenza dello stile italiano si manifesta nelle linee di ogni moto, in cui leggerezza, tecnologia e alte prestazioni sono al servizio di tutti gli appassionati che desiderano vivere un'incredibile esperienza su due ruote.



Massimi standard di qualità, innovazione costante e attenzione alla sicurezza sono solo alcune delle qualità che identificano le moto Ducati e guidano lo sviluppo di ogni nuovo prodotto.

1.2 Obiettivo

L'obiettivo dei D.O.C. è condividere i valori del marchio Ducati sul proprio territorio di pertinenza aggregando persone con i medesimi interessi, avvicinandole al mondo Ducati, organizzando e partecipando ad attività atte a creare una comunità attiva e dinamica che condivide la medesima passione.

I D.O.C. collaborano quindi a tal fine con Ducati e con tutti i portatori di interessi che compongono il sistema "azienda Ducati" quali, ad esempio, dipendenti, collaboratori, concessionari, fornitori, licenziatari, sponsor, allo scopo di promuovere la passione per Ducati.

1.3 Scopo

Tutte le attività dei D.O.C. devono avere quale principale finalità la condivisione della passione motociclistica per il marchio Ducati attraverso la realizzazione di molteplici esperienze, nel rispetto delle leggi vigenti ove si costituiscano i D.O.C. e in conformità con i valori del marchio.

Articolo 2 – Supporto di Ducati

2.1 Premessa

Ducati supporterà i D.O.C. nello svolgimento delle attività dallo stesso organizzate, aventi come denominatore comune la passione per le moto Ducati, erogando una serie di servizi e vantaggi loro riservati.



2.2 Piattaforma digitale

Ducati metterà a disposizione dei D.O.C. una piattaforma digitale che consentirà ai D.O.C. l'utilizzo di una serie di funzionalità, tra cui:

- Gestione del processo di affiliazione del club.
- Inserimento e condivisione del calendario eventi organizzati dal club.
- Possibilità di gestire i contatti dei propri soci attivi e potenziali per comunicare e condividere le attività e iniziative del club. Resta inteso che tali attività e tutte quelle in cui vengono trattati dati personali dovranno essere poste in essere nel rispetto della normativa privacy applicabile.
- Area dedicata al dialogo con Ducati per gestire in modo strutturato le eventuali richieste di supporto.

2.3 Vantaggi riservati ai D.O.C.

Ducati potrà erogare ai D.O.C. i seguenti vantaggi, posto il rispetto da parte dei club delle condizioni espresse nell'art. 3 del presente Regolamento:

- **Visibilità**

Ducati si impegna a dare visibilità ai D.O.C. sui propri siti internet nonché a rendere visibile il link al sito web del D.O.C.; allo stesso modo il D.O.C. concederà a titolo gratuito un link dal proprio sito al sito Ducati di pertinenza geografica. Ducati potrà dare adeguato risalto alle iniziative dei D.O.C. sui propri siti web, a patto che vengano rispettate le condizioni di pubblicazione dalla stessa stabilite.

- **Kit presidenti**

Ducati si impegna ad inviare a tutti i D.O.C. il "kit Presidente" attestante l'ufficiale riconoscimento del club per l'anno in corso.

- **Vantaggi per i soci**

- D.O.C. Membership Kit contenente tessera socio D.O.C. digitale, pin e patch D.O.C. per l'anno in corso.
- Possibilità di visita guidata gratuita alla Fabbrica Ducati.
- Possibilità di accedere gratuitamente al Museo Ducati.



- Possibilità di partecipare a condizioni agevolate ad eventi e attività come:
 - › World Ducati Week (WDW)
 - › Ducati Riding Academy

- Accesso a convenzioni annuali con partner e fornitori Ducati

Resta inteso che i suddetti vantaggi potranno essere erogati da Ducati solo ed esclusivamente ai membri correttamente inseriti nella piattaforma, registrati al sito Ducati e che abbiano fornito il consenso al trattamento dei dati personali da parte di Ducati Motor Holding.

- **Formazione**

È obiettivo di Ducati sviluppare attività di formazione e aggiornamento riservate ai D.O.C. su tematiche varie rilevanti per l'azienda.

Articolo 3 – Requisiti ed adempimenti

3.1 Soggetti che possono aderire al D.O.C.

Qualsiasi club o ente, con o senza personalità giuridica, regolato nel rispetto delle leggi e normative vigenti sul territorio di pertinenza, può sottoscrivere la richiesta di riconoscimento quale D.O.C., aderendo al presente Regolamento in ogni sua parte e rispettando gli adempimenti ivi previsti.

È requisito fondamentale, la collaborazione con un Concessionario Ducati ufficiale, che dovrà confermare il proprio supporto al club per rendere effettiva l'affiliazione annuale.

Resta inteso che le informazioni da rendere a Ducati devono essere veritiere, corrette e complete. Il mancato rispetto di tale obbligo comporterà l'impossibilità di essere affiliati come D.O.C. oppure la revoca della qualifica per i club che l'avessero già ottenuta, fatto salvo quanto previsto nell'art. 3.8.

Ducati si riserva il diritto di accettare a proprio insindacabile giudizio e valutare sia la richiesta di nuova affiliazione sia la richiesta di rinnovo da parte dei D.O.C. che avevano già acquisito la qualifica in passato.



In ogni caso, sarà essenziale ai fini dell'affiliazione l'esito positivo di una verifica preliminare secondo i processi interni di Compliance di Ducati circa l'assenza di elementi che facciano emergere incompatibilità con i valori Ducati enucleati nel Codice Etico Ducati con riferimento al club e al Presidente del club.

3.2 Divieti e obblighi

I D.O.C. non possono perseguire fini commerciali, politici o religiosi e mai in nessun caso svolgere attività in concorrenza con Ducati o con i concessionari, partner, licenziatari, fornitori di quest'ultima o in contrasto con qualsiasi attività posta in essere da Ducati, pena l'immediata revoca della qualifica di D.O.C.

Resta inteso che i D.O.C., nel caso in cui vogliano porre in essere attività in cui possano essere coinvolte altre realtà/marchi che possano essere in conflitto/concorrenza con Ducati, si impegnano a richiedere a quest'ultima un preventivo benestare che dovrà essere reso in forma scritta.

I D.O.C. si impegnano a porre in essere attività nel rispetto della legalità e delle normative applicabili nel luogo dove operano e a non abusare in alcun modo dei benefici concessi da Ducati.

Ducati non potrà mai essere ritenuta responsabile per le attività dei D.O.C. posto che trattasi di realtà del tutto indipendenti e distinte, essendo i D.O.C. del tutto autonomi rispetto a Ducati.

3.3 Codice Etico

I D.O.C. si impegnano a rispettare il "Codice Etico Ducati" (allegato 2), il quale definisce i principi e i valori fondanti del marchio ai quali i D.O.C. sono tenuti ad allinearsi nello svolgimento della propria attività e nei rapporti con i terzi.

Nel caso in cui sia riscontrata la violazione da parte del D.O.C. di alcuno dei principi contenuti nel Codice Etico Ducati, la qualifica di D.O.C. potrà essere revocata da parte di Ducati e il D.O.C. dovrà manlevare e tenere indenne Ducati da qualsivoglia responsabilità/pretesa di terzi/danno reputazionale dovesse conseguire.



3.4 Sicurezza stradale

Il D.O.C. si impegna, coerentemente con l'attività posta in essere da Ducati al fine di promuovere la sicurezza stradale, a promuovere un utilizzo della moto sulla base di criteri di sicurezza e del rispetto della normativa di riferimento, accettando sin d'ora di divulgare eventuali iniziative di Ducati in merito.

3.5 Numero minimo

Per poter essere riconosciuto come D.O.C., è necessario che il club sia costituito da un numero minimo di membri, stimato da Ducati in relazione all'area geografica di pertinenza e al relativo parco circolante di moto Ducati. Le indicazioni per l'anno 2026 sono:

- Asia/Africa/Sud America/Est Europa: numero minimo 25 soci, compresi il Presidente e il consiglio direttivo.
- Nord America /Europa /Oceania: numero minimo 50 soci, compresi il Presidente e il consiglio direttivo.

3.6 Processo di affiliazione

Il processo di richiesta di affiliazione volto ad ottenere la qualifica di "D.O.C." si divide in due diverse fattispecie.

Nuova affiliazione:

- i. Il Presidente del club dovrà inviare la candidatura come indicato nella sezione dedicata del sito Ducati, fornendo tutte le informazioni richieste.
- ii. Verificata da parte di Ducati la conformità delle informazioni preliminari ricevute, il Presidente del club riceverà le credenziali temporanee di accesso alla piattaforma per completare il processo di richiesta di affiliazione.

Si precisa che il processo di nuova affiliazione di un D.O.C. non ha scadenze temporali predeterminate nel corso dell'anno solare, la richiesta di affiliazione può essere presentata in ogni momento.



Poste in essere le suddette attività ed approvata da Ducati la richiesta, Ducati comunicherà all'ente richiedente che il processo è stato completato con successo e che quindi ha assunto la qualifica di D.O.C..

Rinnovo affiliazione:

- i. Ad ogni rinnovo è richiesta l'accettazione e la firma del Regolamento vigente al momento del rinnovo.
- ii. Il Presidente del club dovrà verificare e aggiornare le informazioni relative al club riportate nella piattaforma.
- iii. Ad ogni rinnovo è richiesta formale approvazione a conferma della collaborazione da parte del Concessionario Ducati ufficiale di riferimento.

Poste in essere le suddette attività ed approvata da Ducati la richiesta di rinnovo, Ducati comunicherà al D.O.C. che il processo è stato completato con successo e che quindi può mantenere la qualifica.

3.6.1 Ottenimento del titolo di "Approved Ducati Official Club"

Ad ogni D.O.C. approvato da Ducati verrà assegnato, con un numero progressivo collegato alla prima affiliazione temporale, un elemento certificativo della longevità dell'affiliazione del club a Ducati, proprio in base alla data di prima affiliazione e, se non disponibile, di fondazione del club. In caso di date uguali, il club più numeroso riceve il numero più basso.

3.7 Attività di analisi e reporting

Ducati si riserva la possibilità di monitorare la soddisfazione dei membri dei D.O.C., attraverso l'invio di comunicazioni a questi ultimi, sempre nel rispetto della vigente normativa sulla privacy.

Ducati si riserva altresì la facoltà di sollevare in ogni momento l'intervenuta incompatibilità del D.O.C. con i valori etici del marchio.

Il D.O.C. si impegna a riportare con cadenza semestrale a Ducati notizie circa l'andamento del club, il successo/insuccesso delle attività sviluppate, il funzionamento dell'organizzazione interna e le attività poste in essere al fine di affiliare nuovi membri.



3.8 Attività del D.O.C.

Di seguito si riassumono a titolo esemplificativo ma non esaustivo quali dovrebbero essere le attività di un D.O.C.:

- Promuovere momenti di utilizzo delle moto Ducati.
- Organizzare appuntamenti di socialità e condivisione della passione motociclistica con frequenza adeguata.
- Definire un calendario di attività, da pubblicare sulla piattaforma, il cui numero minimo annuale è pari a 6 e obbligatoriamente una delle 6 attività dovrà essere la partecipazione del D.O.C. all'iniziativa "We Ride as One".
- Comunicare con Ducati al fine di approfondire la conoscenza di prodotti/servizi offerti da Ducati.
- Partecipare agli eventi nazionali/internazionali organizzati da Ducati, con una propria rappresentanza.
- Promuovere e organizzare eventi "creativi" e/o di beneficenza anche e non solo, al fine di promuovere l'immagine e l'integrazione del motociclismo nel contesto sociale.
- Compiere in modo puntuale e organico un'attività di reporting (testi, immagini e video) sulle attività poste in essere attraverso la piattaforma.
- Utilizzare i social media attraverso account dedicati al D.O.C. e non personali per promuovere e pubblicizzare il D.O.C., le proprie iniziative e quelle di Ducati, seguendo le linee guida e i suggerimenti che verranno condivisi da Ducati, anche attraverso dei training online specifici.

Il D.O.C. è inoltre tenuto a rispettare quanto previsto nelle D.O.C.-Dealer Relationship Golden Rules, sub Allegato 6.

3.9 Inserimento dati nella piattaforma

Il D.O.C. si impegna ad inserire nella piattaforma ed in generale a comunicare a Ducati, dati completi, veritieri e corretti assumendosi tutte le relative responsabilità in merito. Nel caso in cui si dovesse eventualmente riscontrare il mancato adempimento di tale obbligo, la qualifica di D.O.C. potrà essere revocata da parte di Ducati e il D.O.C. dovrà manlevare e tenere indenne Ducati da qualsivoglia responsabilità/pretesa di terzi dovesse conseguire all'inserimento e/o comunicazione di dati in maniera non corretta.



Articolo 4 – Organizzazione dei D.O.C.

4.1 Organizzazione democratica

I D.O.C. devono garantire nella propria organizzazione una struttura democratica che coinvolga nei processi di elezione dei vari organi previsti tutti i membri che ne fanno parte.

In ragione di ciò, Ducati suggerisce che l'elezione degli organi direttivi avvenga secondo modalità democratiche, all'interno di un'Assemblea nella quale sia rappresentata la maggioranza dei membri del D.O.C. Le elezioni dovrebbero essere svolte con una frequenza almeno biennale.

Ogni D.O.C. si dovrebbe dotare almeno delle seguenti figure: Presidente, Vice presidente, Segretario e Tesoriere, i cui ruoli sono meglio esplicitati sotto.

Ducati si riserva la facoltà di valutare se l'organizzazione è conforme ai principi di democrazia già espressi nel presente Regolamento.

Resta inteso che tutto il direttivo, ovvero Presidente, Vice Presidente, Segretario, Tesoriere, nonché le ulteriori funzioni che dovessero essere nominate, sono tutte tenute a rispettare personalmente quanto previsto nella clausola 9 del presente Regolamento.

4.2 Presidente

Il Presidente del D.O.C. è il responsabile del club, ne ha la rappresentanza legale, è promotore di ogni attività avendo come riferimento principale il presente Regolamento, è garante della gestione democratica del club, è il principale interlocutore nelle relazioni con Ducati e con il referente Locale del D.O.C. individuato da Ducati.

Per quanto sopra esposto, il Presidente del D.O.C è tenuto a rispettare (i) il Codice Etico di Ducati mantenendo durante lo svolgimento della sua attività di Presidente, nonché sui social (sia del D.O.C. che privati) comportamenti che non ledano l'immagine del Brand in nessun modo (e.g. post razzisti sui social, dichiarazioni contro Ducati o suoi stakeholders, diffusione di immagini non autorizzate, etc.), (ii) gli Advertising Principles del Gruppo Volkswagen e (iii) le Linee Guida ACEM, entrambe allegate al presente Regolamento.



4.3 Vice Presidente

Il Vice Presidente è responsabile delle attività del D.O.C. sul territorio. Si occupa delle iniziative del D.O.C. ispirate ai temi proposti in questo Regolamento al punto 3.8; compila all'inizio dell'anno il calendario eventi; si preoccupa di organizzare le attività, di informare i membri delle attività in questione e di documentare l'attività (foto, video testi) per poterla condividere con Ducati e con gli altri club. Si interfaccia inoltre con Ducati per le valutazioni su eventi di risonanza nazionale e condivide le decisioni sui partner da coinvolgere per tali attività. È infine ambasciatore presso i membri del club relativamente alle tematiche inerenti all'utilizzo della moto in condizioni di sicurezza stradale e del rispetto della normativa applicabile, promuovendo comportamenti virtuosi all'interno del club stesso.

4.4. Segretario

Il Segretario del D.O.C. è il soggetto che gestisce gli adempimenti formali relativi alla attività del club, quali, ad esempio, la gestione delle anagrafiche dei membri e l'inserimento dei dati nel sistema. Organizza e, ove necessario, verbalizza le riunioni sia del consiglio direttivo che le assemblee dei membri. Si preoccupa di verificare l'adempimento da parte dei membri alla compilazione di eventuale documentazione assicurativa/manleve per test moto e/o giornate di prove in pista. Costituisce e organizza l'archivio della documentazione dei D.O.C. e cura l'aggiornamento dello stesso.

4.5 Tesoriere

Il Tesoriere del D.O.C. si occupa della parte finanziaria/amministrativa del club con le mansioni di redigere il budget ed il relativo consuntivo di fine anno; è responsabile della raccolta delle eventuali quote associative dei membri, gestisce l'allocazione delle risorse in relazione alle attività in accordo con gli altri membri del consiglio direttivo e con il Presidente; gestisce i flussi finanziari delle attività e redige, con cadenza almeno annuale, l'adeguata reportistica finanziaria per il consiglio direttivo ed i membri; tiene diligente traccia delle entrate e delle uscite per gli adempimenti del D.O.C. e informa tempestivamente l'organo preposto di eventuali scostamenti dai piani di budget. Ducati suggerisce che l'incarico di Tesoriere, vista la delicatezza del ruolo, non venga svolto per più di due anni consecutivi dalla stessa persona.



4.6 Altre funzioni

Resta inteso che le suddette indicazioni sono di massima, posto però che devono essere sempre rispettati il principio della struttura democratica e la normativa applicabile nel luogo dove il D.O.C. è costituito.

Il D.O.C. può infatti a propria discrezione definire ulteriori funzioni nell'ambito della gestione dell'organizzazione del club.

Articolo 5 – Marchi / Identità Visiva.

5.1 Termini e condizioni di utilizzo dei Marchi D.O.C. nel proprio logo per finalità promozionali e comunicazioni social e nei Nomi di Dominio

Ducati, in qualità di legittima titolare di vari marchi, tra cui i marchi indicati nell'allegato 3 (di seguito i "Marchi D.O.C.") autorizza in via non esclusiva il D.O.C. che abbia sottoscritto il "Domain Name Agreement" sub Allegato 5 ad utilizzare unicamente i Marchi D.O.C. nel rispetto dei termini, delle condizioni e delle caratteristiche specificate sia nel presente Regolamento, sia nell'Allegato 3, nonché per le seguenti finalità (i) per la creazione del proprio logo da utilizzarsi nelle proprie attività promozionali e per le comunicazioni sociali e (ii) per l'uso nel nome di dominio identificativo del D.O.C.

La messa a disposizione dei Marchi D.O.C. non implica in ogni caso alcuna cessione o licenza di diritti sui marchi di Ducati ed è limitata ai soli usi consentiti secondo quanto stabilito nel presente Regolamento. Il D.O.C. con la sottoscrizione al presente Regolamento si impegna a non modificare in alcun modo i Marchi D.O.C. e riconosce (i) che i suddetti Marchi D.O.C. sono di proprietà esclusiva di Ducati, e che (ii) l'affiliazione non trasferisce al D.O.C. alcun diritto di utilizzo di tali Marchi D.O.C. diverso da quanto qui previsto

Resta inteso che l'utilizzo dei Marchi D.O.C. dovrà essere in ogni caso soggetto alla preventiva autorizzazione di Ducati che verrà resa in forma scritta.

L'utilizzo da parte del D.O.C. di qualunque altro marchio di proprietà di Ducati e/o denominazione e/o logo di Ducati ("Marchi"), in qualunque modo e forma, è espressamente vietato.



Resta inteso che è inoltre vietato l'uso di qualunque marchio Ducati, che sia un Marchio o un Marchio D.O.C. nella denominazione sociale.

5.1.1 Logo del D.O.C.

Il logo del D.O.C. ("Logo D.O.C.") potrà contenere i Marchi D.O.C. i quali però dovranno essere sempre affiancati ad altri elementi caratterizzanti lo specifico D.O.C., come indicato negli esempi sub Allegato 3. Tali elementi non dovranno essere lesivi dell'immagine ed il buon nome di Ducati ed in genere dovranno rispettare il decoro e non dovranno avere riferimenti politici, religiosi ed essere offensivi nei riguardi di una determinata razza, religione, etnia o nazionalità.

In ogni caso il Logo D.O.C. dovrà essere previamente controllato ed autorizzato per iscritto da Ducati.

Il Logo D.O.C. potrà essere utilizzato dai D.O.C. sul proprio sito web e/o pagina social e/o forum e/o blog e/o altro, nonché sul materiale informativo/promozionale.

Il Logo D.O.C. (così come i Marchi D.O.C., i Marchi, marchi contenenti il termine Ducati o ogni altro segno simile ai marchi Ducati) pertanto non dovrà essere utilizzato come marchio per contraddistinguere un'attività commerciale né potrà essere chiesta la sua registrazione in alcun registro, tra cui il registro dei marchi, ad eccezione di quello dei nomi di dominio nel rispetto dei modi di seguito previsti.

5.1.2 Nome di dominio del D.O.C.

Il D.O.C., previa firma del Domain Name Agreement sub allegato 5 e comunicazione a Ducati del nome di dominio via email al seguente indirizzo: club@ducati.com, potrà registrare, a proprie spese, la denominazione del proprio Logo D.O.C., o una sua abbreviazione se accettata da Ducati, contenente un Marchio D.O.C. come nome di dominio ("Nome di Dominio") e potrà tenerlo in vita, sempre a proprie spese, sino a quando la sua qualifica di D.O.C. sarà attiva. Nel momento in cui la qualifica di D.O.C. verrà meno varrà quanto previsto nella clausola 5.3.

5.2 Rispetto normative vigenti

Il D.O.C. dovrà rispettare, oltre quanto qui stabilito, le norme vigenti relative all'uso dei marchi e dei nomi di dominio, ed ogni eventuale contravvenzione alle stesse sarà di esclusiva responsabilità del D.O.C. In nessun caso Ducati potrà essere ritenuta



responsabile nel caso in cui l'utilizzo dei Loghi D.O.C., del Nome di Dominio, dei Marchi D.O.C. e/o dei Marchi in un paese determini una violazione dei diritti di privativa industriale di terzi, atteso che i Marchi D.O.C. e i Marchi non godono in tutti i paesi del mondo della medesima protezione e non sono registrati in tutte le classi merceologiche.

5.3 Limiti d'uso

Resta inteso che in nessun caso il D.O.C. potrà utilizzare i Marchi o i Marchi D.O.C. a fini di lucro o commerciali e comunque per scopi diversi da quelli per i quali è concessa la presente autorizzazione.

Qualsiasi uso dei Marchi D.O.C. e/o dei Marchi non conforme al presente Regolamento e al Domain Name Agreement sub allegato 5 è da considerarsi illegittimo e potrà comportare la revoca della qualifica di D.O.C. oltre che il diritto di Ducati di promuovere eventuali azioni legali al fine di vedere tutelati i propri interessi lesi dal comportamento inadempiente del D.O.C.

Nel momento in cui, per qualunque motivo, il D.O.C. dovesse perdere tale qualifica, dovrà immediatamente cessare qualunque forma di utilizzo dei Marchi D.O.C. e pertanto dovrà, tra le altre cose, (i) cessare l'utilizzo del Logo D.O.C. in quanto contenente al suo interno anche i Marchi D.O.C., (ii) cancellare tutte le pagine social e/o Forum e/o Blog e/o altro contenenti il Logo D.O.C e dovrà (iii) immediatamente trasferire, senza alcun onere o costo in capo a Ducati, la titolarità del Nome di Dominio registrato a Ducati e/o a soggetto da questa segnalato, nei modi e nei tempi indicati da Ducati, oppure alternativamente cancellare immediatamente il Nome di Dominio se richiesto da Ducati.

5.4 Segnalazioni

Il D.O.C. dovrà segnalare tempestivamente a Ducati ogni utilizzo illegittimo o comunque non corretto dei Marchi di proprietà di Ducati da parte di terzi del quale dovesse venire eventualmente a conoscenza.



Articolo 6 - Privacy

6.1 Riferimento legislativo, ruoli, informativa e raccolta consensi.

I dati personali comunicati a Ducati attraverso la piattaforma informatica dedicata o altri mezzi dovranno essere veritieri, corretti, aggiornati, e trattati dalle parti con la massima attenzione per garantirne la loro sicurezza, nel pieno rispetto della normativa vigente (Regolamento UE 2016/679 ("GDPR"), D.lgs. 196/2003 e successive modifiche).

Ducati e il D.O.C. si impegnano quindi a trattare, rispettivamente in qualità di Titolare e Responsabile del trattamento, i dati personali degli iscritti al D.O.C., ponendo in essere tutti gli adempimenti necessari (sottoscrizione del DPA - Data Processing Agreement-).

Articolo 7 - Durata

7.1

L'affiliazione al "Ducati Official Club" scadrà il 31 dicembre di ogni anno, e potrà rinnovarsi di anno in anno per la stessa Durata, previo rinnovo dell'affiliazione da parte del D.O.C., secondo le modalità che verranno indicate da Ducati. Resta inteso che non potrà in nessun modo applicarsi il meccanismo del tacito rinnovo.

Articolo 8 – Revoca qualifica D.O.C.

8.1

Ducati si riserva la facoltà di concedere e/o revocare la qualifica di D.O.C. a proprio insindacabile giudizio, qualora ravvisi situazioni o comportamenti che contrastino o violino il presente Regolamento, le leggi applicabili, la missione, gli obiettivi Ducati, i valori di Ducati, il Codice Etico Ducati e/o lo scopo dell'attività dei D.O.C..



8.2

Il D.O.C. non potrà avanzare alcuna pretesa, ivi compresa di natura economica, verso Ducati in nessun caso ed in particolare in caso di rigetto della richiesta di ottenimento della qualifica di D.O.C. ovvero di decadenza o di revoca di tale qualifica.

8.3

Resta inteso che l'ottenimento della qualifica di D.O.C. non autorizza in alcun modo il D.O.C. a comportarsi quale agente o mandatario o comunque rappresentante di Ducati, né a qualificarsi come ente facente parte di Ducati o del gruppo Volkswagen-Audi di cui Ducati fa parte trattandosi di entità del tutto indipendente e rispetto al cui operato Ducati resterà del tutto estranea.

8.4

Ducati avrà il diritto di modificare in ogni momento il presente Regolamento, fatta salva la facoltà per ogni D.O.C. di non accettare tali modifiche e di conseguenza perdere la qualifica di D.O.C..

Articolo 9 – Riservatezza

9.1

Nel corso della Durata o dopo la cessazione dell'affiliazione al "Ducati Official Club" il D.O.C. non potrà, senza previo consenso scritto di Ducati e salvo i limiti previsti dalla legge, divulgare a chicchessia (i) alcuna informazione riservata fornita da Ducati o comunque conosciuta in occasione dell'affiliazione e relativa a Ducati o a società da essa controllate o controllanti la stessa, al Marchio Ducati e/o all'immagine Ducati, agli eventi organizzati da Ducati o, in generale, all'affiliazione e/o ai "Ducati Official Club", né (ii) alcuna informazione tecnica di cui i "D.O.C. possano avvantaggiarsi o che possa comunque pregiudicare e ledere la reputazione ed il buon nome di Ducati. In particolare, il D.O.C. si impegna a non riprodurre o diffondere in qualsiasi modo a terzi la Corporate



Identity, né ad usare le informazioni in essa contenuta per scopi diversi da quelli previsti dalla presente affiliazione.

9.2

Il D.O.C. si impegna a vietare espressamente ai propri esponenti o membri di formulare pubblicamente interviste o dichiarazioni che possano arrecare danni all'immagine o al prestigio di Ducati o di società da essa controllate o controllanti la stessa, ai Marchi, alla sua immagine o ad i suoi eventi. Il D.O.C. si impegna, inoltre, a concordare preventivamente con Ducati eventuali proprie dichiarazioni, press release ed interviste relative agli eventi, alle attività, alle moto, alla attività di associazione con i Marchi, l'immagine e/o in genere al rapporto tra le Parti.

9.3

L'obbligo di riservatezza di cui al presente articolo sarà vincolante per il D.O.C. per l'intera durata ed anche dopo la cessazione dell'affiliazione; in caso di inadempimento di tale obbligo Ducati potrà revocare immediatamente l'affiliazione richiedere ed ottenere dal D.O.C. il risarcimento di qualsiasi danno diretto ed indiretto derivatole a causa di detto inadempimento.

Articolo 10– Legge applicabile e Foro Competente

10.1

Il presente Regolamento è regolato dalla legge italiana. Per qualunque eventuale controversia ad esso relativa sarà esclusivamente competente il Foro di Bologna, Italia.



Sono allegati al presente Regolamento, e si intendono qui integralmente richiamati ed approvati, i seguenti documenti:

Allegato 1 – Modulo di sottoscrizione al Regolamento

Allegato 2 – Codice Etico Ducati (rif. 3.3)

Allegato 3 – Identità visiva D.O.C. e Marchi Ducati (rif. 5.1)

Allegato 4 – Accordo sul Trattamento dei dati personali

Allegato 5 – Domain Name Agreement

Allegato 6 – D.O.C.-Dealer Relationship Golden Rules

Allegato 7 – Advertising Principles del Gruppo VW

Allegato 8 – Linee Guida ACEM



Allegato 1

Modulo di sottoscrizione al Regolamento

Con la sottoscrizione del presente regolamento il Club:

-----,
con sede in -----,
via -----,
-----,
P.IVA / C.F. -----, in persona del suo
rappresentante legale Sig. -----,
nato a -----,
il -----,
e residente in -----,
C.F. -----.

si impegna sin d'ora, nel caso in cui la sua candidatura quale club D.O.C. ("Ducati Official Club") venisse accettata da Ducati, al pieno ed incondizionato rispetto delle prescrizioni contenute nel presente Regolamento e nei suoi Allegati, che dichiara di aver scaricato, letto ed approvato.

[Luogo] -----, [Data] -----

Il Presidente/rappresentante legale del Club -----

Sig. -----

[Firma] -----



Allegato 2

Codice Etico Ducati

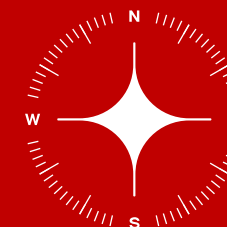


IL NOSTRO CODICE

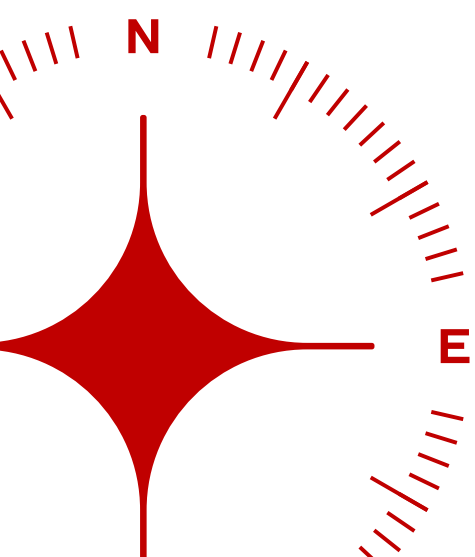
© Ducati Motor Holding

Via Cavalieri Ducati, 3
40132 Bologna
Italy

Versione 3.1 | Dicembre 2024



Sommario



Siamo una cosa sola

Siamo persone impegnate

- 1.1. Diritti umani
- 1.2. Leadership etica
- 1.3. Diversità, pari opportunità e pari partecipazione
- 1.4. Parlare apertamente
- 1.5. Rappresentanza dei lavoratori

Siamo colleghi affidabili

- 2.1. Salute e sicurezza sul lavoro
- 2.2. Gestione dei beni aziendali
- 2.3. Sicurezza e protezione delle informazioni, del know-how e della proprietà intellettuale

Siamo partner responsabili

- 3.1. Conflitti di interesse
- 3.2. Gratuità
- 3.3. Divieto di corruzione
- 3.4. Divieto di insider trading
- 3.5. Divieto di riciclaggio di denaro e di finanziamento del terrorismo
- 3.6. Concorrenza leale e libera
- 3.7. Partner commerciali, approvvigionamento e vendite
- 3.8. Contabilità e rendicontazione finanziaria
- 3.9. Controllo delle esportazioni

Siamo buoni cittadini d'impresa

- 4.1. Comunicazione e marketing
- 4.2. Lobbying politico
- 4.3. Rapporti con i pubblici ufficiali
- 4.4. Donazioni e sponsorizzazioni sociali
- 4.5. Tasse e dogane
- 4.6. Protezione dei dati
- 4.7. Sicurezza informatica
- 4.8. Conformità del prodotto
- 4.9. Protezione dell'ambiente

Supporto

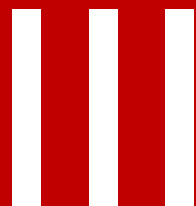
Group Essentials

I Group Essentials sono la base dei valori del nostro Gruppo che uniscono tutte le persone in tutti i brand e le aziende. Essi costituiscono la base della nostra cultura aziendale.



Ci assumiamo la responsabilità per l'ambiente e la società.

Siamo onesti e parliamo quando qualcosa non va.



Siamo aperti a nuovi orizzonti.



Viviamo le diversità

Siamo orgogliosi del lavoro che svolgiamo.



Noi, non io.

Manteniamo la parola data.



Siamo una cosa sola

i nostri fondamenti per l'integrità e la compliance

Siamo una cosa sola

Ducati aderisce al Codice Etico del Gruppo Volkswagen, IL NOSTRO CODICE, che è il fondamento etico basato sui valori per agire con integrità e nel rispetto delle regole del nostro Gruppo. Funge da linea guida vincolante per tutti i dipendenti di tutti i brand e aziende, in tutto il mondo.

Insieme, ci assumiamo la responsabilità della nostra collaborazione, del nostro posto di lavoro, dell'ambiente, della sostenibilità e della società. Ci avviciniamo l'uno all'altro e a tutti gli altri con rispetto e correttezza, come eguali. Prendiamo posizione, siamo fermi e coraggiosi nel difendere i nostri valori e principi, indipendentemente dal tempo, dalla pressione economica o sociale.

Siamo fermamente convinti che sia fondamentale per ognuno di noi – dipendenti, membri del Consiglio di Amministrazione e dirigenti – agire con onestà per promuovere la fiducia nella nostra azienda, nei nostri prodotti, servizi e innovazioni. Ecco perché le decisioni che prendiamo in tutte le aree di lavoro e in tutti i ruoli devono essere conformi ai nostri valori aziendali e rispettare le leggi, i regolamenti e gli impegni volontari interni nazionali e internazionali validi. Questo vale anche per la continua evoluzione della nostra Azienda, così come per la scelta, l'approvvigionamento, lo sviluppo e l'utilizzo di tecnologie innovative come l'intelligenza artificiale. La trasparenza è importante per noi e il nostro approccio

alle tecnologie innovative garantisce il rispetto dei diritti e della sicurezza degli utenti.

Non tolleriamo violazioni del Codice Etico. Chiunque violi le nostre regole deve aspettarsi le dovute conseguenze. Per assicurarci che ciò non accada, cerchiamo consulenza e supporto in modo da proteggere insieme la nostra azienda, i suoi valori e la reputazione di tutti i brand.

Ognuno di noi è personalmente responsabile del rispetto del NOSTRO CODICE. Spetta a tutti noi familiarizzare con i principi del Codice e lasciarci guidare da essi nel nostro processo decisionale quotidiano. Per un Gruppo in movimento, per la tutela delle persone e dell'ambiente, e per le generazioni future.

SIAMO PERSONE IMPEGNATE

Abbracciamo i nostri valori, principi e regole aziendali, promuovendo così un'interazione reciproca basata sulla fiducia, sincera e leale. Siamo tutti modelli di comportamento

- 1.1. Diritti umani
- 1.2. Leadership etica
- 1.3. Diversità, pari opportunità e pari partecipazione
- 1.4. Parlare apertamente
- 1.5. Rappresentanza dei lavoratori



1.1 Diritti umani

Ci assumiamo la responsabilità per i diritti umani

Principio aziendale

Il rispetto dei diritti umani è di fondamentale importanza. Siamo convinti che un'attività economica sostenibile sia possibile solo agendo in modo etico e con integrità. Nell'ambito delle nostre attività imprenditoriali, siamo pienamente impegnati nella nostra responsabilità in materia di diritti umani. Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo, il Comitato Aziendale Europeo del Gruppo Volkswagen e il Comitato Aziendale Globale del Gruppo Volkswagen hanno adempiuto a questa responsabilità nella Dichiarazione del Gruppo sui Diritti Sociali, le Relazioni Industriali e i Diritti Umani e delle Imprese, nota come Carta Sociale.

Confermiamo il nostro impegno nei confronti dei principali accordi e dichiarazioni internazionali, in particolare la Carta Internazionale dei Diritti Umani e le norme fondamentali del lavoro dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO). Le nostre attività imprenditoriali seguono i Principi Guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani (UN Global Compact), che determinano i capisaldi più importanti per le nostre azioni.

Il mio contributo

Come dipendente, posso anche dare il mio contributo al rispetto dei diritti umani. Considero i diritti umani una linea guida fondamentale e presto attenzione alle possibili violazioni dei diritti umani che si verificano intorno a me o di cui vengo a conoscenza. Se ho dubbi in merito a violazioni dei diritti umani nel mio ambiente professionale, le prevengo o le interrompo immediatamente. Se necessario, informo il mio superiore gerarchico o mi metto in contatto con uno dei contatti elencati nella sezione "Supporto".



Esempio

Qualcuno ti ha scritto informandoti che uno dei nostri fornitori non paga ai propri dipendenti il salario corretto e viola il diritto del lavoro tollerando settimane di 80 ore. Inoltre, la retribuzione di alcuni dipendenti del fornitore è inferiore al salario minimo.

Prendi le misure necessarie e informa il tuo superiore e l'AUDI Whistleblower System delle tue preoccupazioni sulle violazioni dei diritti umani. Loro esamineranno le accuse in modo più dettagliato e adotteranno le misure necessarie. Ciò può includere la cessazione dei rapporti commerciali con il fornitore in questione.

1.2 Leadership etica

Guidiamo sulla base dei nostri valori

Principio aziendale

Abbracciamo i nostri valori, principi e regole aziendali, ci assumiamo la responsabilità della crescita personale e aziendale e diamo l'esempio. Svolgiamo i nostri doveri e gestiamo i nostri poteri e ruoli in modo appropriato, equo e responsabile. Ciò vale anche per i rapporti personali sul posto di lavoro, in particolare nella misura in cui possono essere sfruttate le dipendenze esistenti in materia di occupazione o gerarchia. Le nostre decisioni sono sempre trasparenti, mostrano buon senso, sono guidate dall'integrità e sono prese nel migliore interesse della Società e dei suoi dipendenti, partner commerciali e azionisti. Rafforziamo la fiducia e plasmiamo il cambiamento nell'azienda attraverso la nostra leadership basata sui valori.

Il mio contributo

Sono consapevole della mia funzione di modello di comportamento sia all'interno dell'Azienda che in un contesto più ampio. La mia condotta e le mie azioni sono sempre guidate dall'integrità e dal senso di responsabilità e si basano sul presente Codice Etico, sui nostri valori, principi e regole aziendali. Sostengo l'interazione reciproca in uno spirito di fiducia, onestà e correttezza e sono aperto a diversi punti di vista.

Esempio

Per completare un progetto, il tuo team vorrebbe saltare un passaggio del processo. Dicono che il passaggio non sia necessario. Tu sottolinei che le regole stabilite devono essere seguite, indipendentemente da eventuali pressioni. Insieme, cercate una soluzione che rispetti i requisiti e i nostri valori. Ti impegni a rivedere il processo in collaborazione con tutte le parti coinvolte e, ove possibile, a renderlo più snello. Ti impegni a farlo come manager e membro del team.

1.3 Diversità, pari opportunità e pari partecipazione

Viviamo la diversità

Principio aziendale

La diversità, le pari opportunità e la partecipazione paritaria sono principi importanti per una convivenza equa, non discriminatoria e rispettosa. Crediamo nella cooperazione in uno spirito di partenariato, nella tolleranza e nel rispetto reciproco. Promuoviamo la diversità nella forza lavoro e sosteniamo un ambiente di lavoro inclusivo.

Offriamo pari opportunità a tutti e rifiutiamo ogni forma di discriminazione. Ciò vale in particolare per la disparità di trattamento dovuta all'origine etnica o sociale, al colore della pelle, al sesso biologico, alla nazionalità, alla lingua, alla religione, all'ideologia, all'età, alle disabilità fisiche o mentali, all'identità di genere, all'orientamento sessuale, alle opinioni politiche o a qualsiasi altra caratteristica protetta dalla legge. Viviamo la diversità, sosteniamo attivamente l'inclusione e creiamo un ambiente che non solo incoraggia il coinvolgimento di tutti i dipendenti, ma promuove anche l'individualità di ogni dipendente nell'interesse dell'azienda.

I nostri dipendenti sono selezionati, assunti e sviluppati in base alle loro qualifiche e alle loro competenze.

Il mio contributo

Osservo i principi della diversità, delle pari opportunità e della partecipazione paritaria e incoraggio le persone intorno a me a fare lo stesso.

Se rilevo violazioni dei principi delle pari opportunità e della parità di partecipazione, come disparità di trattamento, molestie e bullismo, informo le persone coinvolte della loro cattiva condotta. Se non sono in grado di influenzare direttamente gli eventi, informo immediatamente il dipartimento Risorse Umane o mi metto in contatto con i contatti elencati nel capitolo "Supporto".

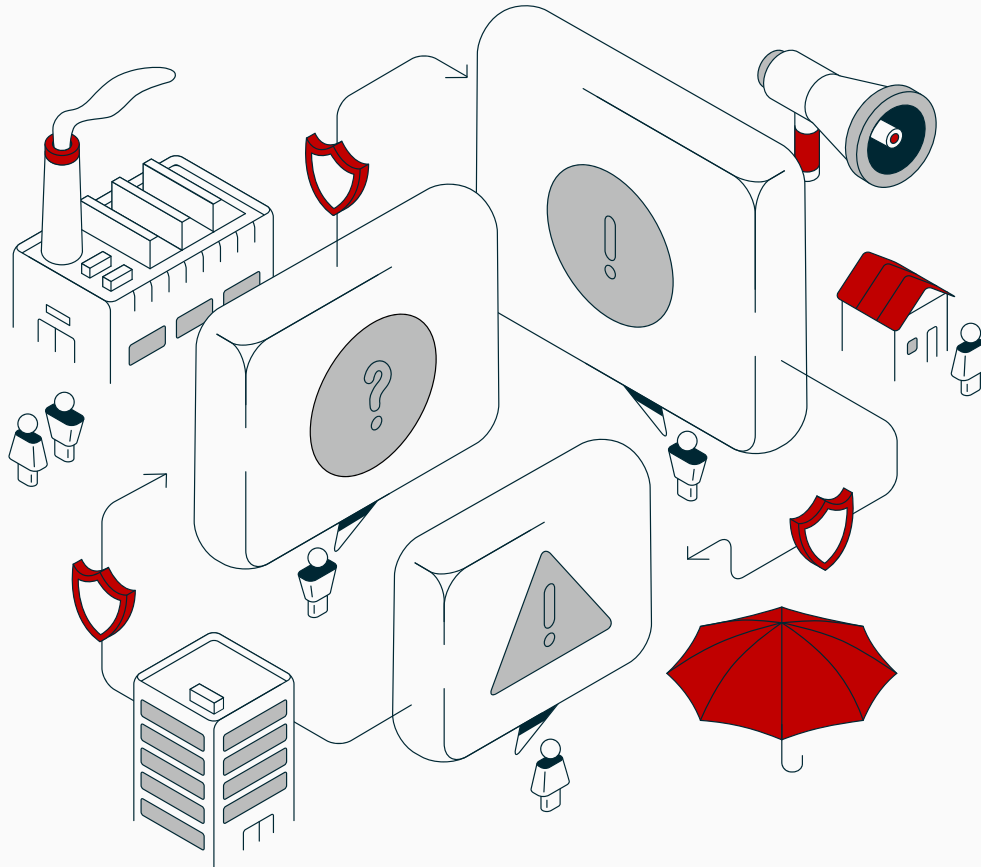
Esempio

Una collega che conosci personalmente ti dice che una candidata per un posto di lavoro è stata probabilmente rifiutata perché indossa il velo, anche se era la candidata più qualificata per il lavoro.

Contribuisci a chiarire la situazione informando immediatamente il tuo superiore gerarchico o il dipartimento risorse umane competente, oppure segnala questa condotta al Whistleblower System in modo che possano essere adottate le misure appropriate.

1.4 Parlare apertamente

Parliamo apertamente quando qualcosa non va



Principio aziendale

Vogliamo imparare dagli errori e migliorare continuamente. Questo è il motivo per cui parliamo di inosservanze, o non appena qualcosa non sembra giusto, anche se è imbarazzante e scomodo. Per fare ciò, promuoviamo una cultura dell'integrità e cerchiamo attivamente un dialogo all'interno del nostro team e con i nostri supervisor. Chiediamo consigli e supporto in caso di domande e problemi. Proteggiamo tutti coloro che contribuiscono a questa cultura.

Per noi, il rispetto delle regole esterne e interne è sempre un dato di fatto. Non tolleriamo comportamenti scorretti. Crediamo che chiudere un occhio non possa mai essere la soluzione giusta. Questo è il motivo per cui reagiamo immediatamente e in modo appropriato a comportamenti scorretti e violazioni delle nostre regole.

I manager danno sempre l'esempio attraverso una condotta conforme alle nostre regole e alla normativa. Svolgono questa importante funzione supportando i dipendenti nel rispetto delle regole, promuovendo una cultura dell'errore e dando seguito alle violazioni.

Il mio contributo

Il mio primo punto di contatto per domande, dubbi o il ragionevole sospetto di una violazione delle normative interne o esterne è il mio superiore gerarchico o, in alternativa, posso chiedere consiglio agli esperti in materia. Anche il dipartimento risorse umane e i rappresentanti dei lavoratori, nonché la funzione Compliance, sono disponibili per fornire supporto. Inoltre, devo segnalare qualsiasi ragionevole sospetto di gravi violazioni normative tramite il Whistleblower System. In qualità di dipendente di livello dirigenziale, sono obbligato a segnalare qualsiasi sospetto di questo tipo.

Esempio

Il termine per una proposta di decisione presentata a una commissione è scaduto e ti accorgi che tu e il tuo team avete commesso un errore. Sapete che non è possibile prendere una decisione significativa sulla base dei dati forniti.

Informa immediatamente il tuo superiore gerarchico e i dipartimenti responsabili della commissione. Trovate insieme un modo per correggere il documento. Inoltre, tu e il tuo team discutete di come evitare tali errori in futuro.

1.5 Rappresentanza dei lavoratori

Lavoriamo insieme in stretta collaborazione – costruttiva, cooperativa ed equa

Riconosciamo il diritto fondamentale di tutti i dipendenti di istituire sindacati e rappresentanze dei lavoratori.

Ci impegniamo a lavorare con i rappresentanti dei lavoratori con franchezza e fiducia, a condurre un dialogo costruttivo e cooperativo e a cercare un giusto equilibrio di interessi. I rapporti professionali con i rappresentanti dei lavoratori fanno parte della nostra cultura aziendale.

La salvaguardia del futuro del Gruppo e dei suoi dipendenti avviene in uno spirito di gestione cooperativa dei conflitti e di impegno sociale, sulla base e con l'obiettivo di garantire la competitività economica e tecnologica. L'efficienza economica e la protezione del posto di lavoro sono obiettivi uguali e condivisi.

SIAMO COLLEGHI AFFIDABILI

Prendiamo sul serio la nostra responsabilità sul posto di lavoro e proteggiamo ciò che è prezioso per il nostro team, la nostra azienda e i nostri clienti.

- 2.1. Salute e sicurezza sul lavoro
- 2.2. Gestione dei beni aziendali
- 2.3. Sicurezza e protezione delle informazioni, del know-how e della proprietà intellettuale

2.1 Salute e sicurezza sul lavoro

Rispettiamo e promuoviamo la salute e la sicurezza

Principio aziendale

Prendiamo molto sul serio la nostra responsabilità per la sicurezza e la salute dei nostri dipendenti. Promuoviamo la salute e la sicurezza sul lavoro in linea con quanto previsto dalle leggi e dai regolamenti nazionali e con la politica di salute e sicurezza sul lavoro della Società.

La salute e la sicurezza sul lavoro per tutti i dipendenti sono fondamentali per garantire un futuro sostenibile alla nostra azienda e per posizionarla come datore di lavoro attraente. Tutti gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali sono generalmente prevenibili. Il nostro obiettivo è quindi quello di garantire la protezione e la promozione della salute fisica e mentale. Ciò richiede la cooperazione e la partecipazione di tutti.

Il mio contributo

Rispetto le normative e le istruzioni in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Non metto in pericolo la mia salute e la mia sicurezza o quella del mio team o di terzi. Li sostengo, non guardo dall'altra parte e accetto aiuto.

Nell'ambito della mia area di responsabilità, adotto tutte le misure appropriate e legali per garantire un ambiente di lavoro sicuro. Attiro l'attenzione su azioni o condizioni non sicure.

Contribuisco attivamente al mantenimento e alla promozione della mia salute partecipando volontariamente ad attività di prevenzione sanitaria e promozione della salute. Seguo le istruzioni, partecipo ai corsi di formazione e allineo le mie azioni quotidiane con loro.

Esempio

Noti che un dispositivo nel tuo reparto sembra avere un difetto elettrico.

Non attivare il dispositivo e avvisa il superiore gerarchico responsabile per coordinare ulteriori misure. Non è consentito riparare da soli le apparecchiature elettriche perché ciò potrebbe essere pericoloso.

2.2 Gestione dei beni aziendali

Proteggiamo i nostri beni – materiali o immateriali

Principio aziendale

Rispettiamo i beni materiali e immateriali della Società e non li utilizziamo per scopi non commerciali, ma esclusivamente per raggiungere gli obiettivi di business della società. Sono possibili eccezioni se le politiche e le linee guida interne consentono l'uso privato.

Il mio contributo

Aderisco alle regole della Società ed esercito la massima attenzione nella gestione dei beni della Società.

Esempio

Un software di fascia alta è installato sul tuo laptop aziendale. Un amico che lo sa ti chiede di prestargli il tuo laptop in modo che possa utilizzare uno di questi programmi per scopi privati.

Dici di no, perché sai che la proprietà e l'IT dell'azienda non devono essere messi a disposizione di terzi.

2.3 Sicurezza e protezione delle informazioni, del know-how e della proprietà intellettuale

Proteggiamo le informazioni e la proprietà intellettuale

Principio aziendale

Siamo consapevoli del valore del know-how aziendale e ci impegniamo a tutelarlo. Rispettiamo la proprietà intellettuale di concorrenti, partner commerciali e altre terze parti.

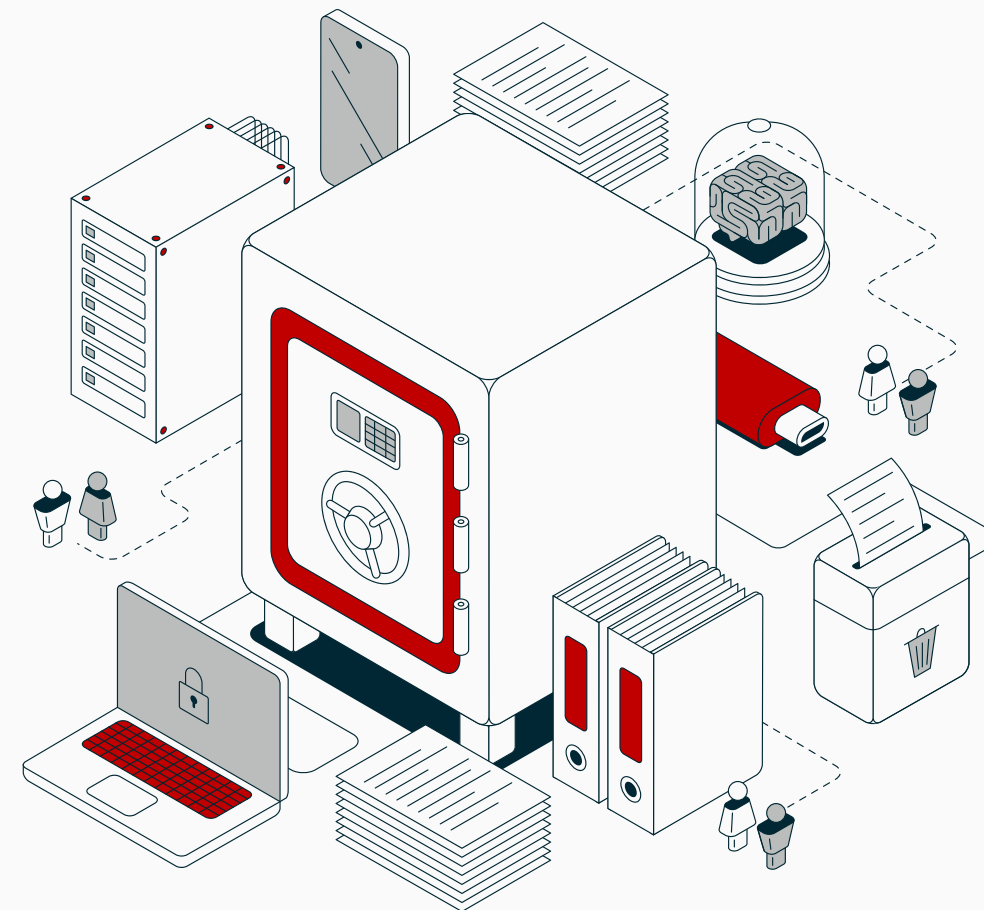
Il mio contributo

Gestisco con cura tutte le informazioni aziendali e non le divulgo a persone non autorizzate. Pongo particolare attenzione alle informazioni relative al know-how tecnico, ai brevetti, ai segreti commerciali e aziendali.

Esempio

La tua invenzione tecnica sta per entrare in produzione in serie. Pensi di dirlo a un collega quando lo incontri in treno mentre torni a casa.

Tieni presente che anche le idee e i brevetti sono proprietà intellettuale di proprietà della Società e pertanto non devi discuterne in pubblico. In caso di dubbi, contatta il tuo superiore gerarchico o il dipartimento competente.



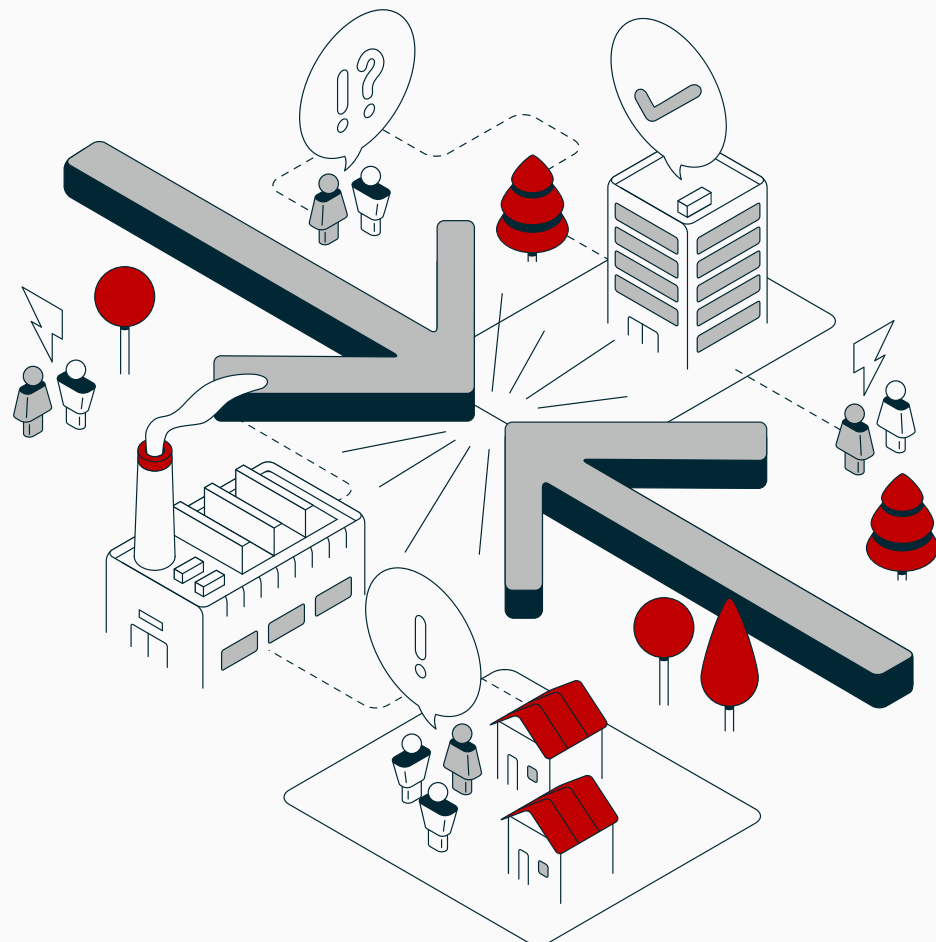
SIAMO PARTNER RESPONSABILI

La fiducia è la nostra più grande risorsa. Ecco perché ci affidiamo a relazioni commerciali oneste, affidabili, trasparenti e leali.

- 3.1. Conflitti di interesse
- 3.2. Gratuità
- 3.3. Divieto di corruzione
- 3.4. Divieto di insider trading
- 3.5. Divieto di riciclaggio di denaro e finanziamento del terrorismo
- 3.6. Concorrenza leale e libera
- 3.7. Partner commerciali, approvvigionamento e vendite
- 3.8. Contabilità e rendicontazione finanziaria
- 3.9. Controllo delle esportazioni

3.1 Conflitti di interesse

Assumiamo decisioni basate sui fatti, evitando così conflitti di interesse



Principio aziendale

Agiamo con integrità. Questo è il motivo per cui è particolarmente importante per noi evitare di creare potenziali conflitti di interesse quando svolgiamo le nostre responsabilità lavorative e riconoscere e divulgare possibili conflitti che affrontiamo o che osserviamo. Esiste già un potenziale conflitto di interessi se gli interessi finanziari privati o personali dei dipendenti influenzano o potrebbero influenzare le loro decisioni aziendali.

I conflitti di interesse possono derivare sia dai dipendenti stessi che da persone a loro legate, in particolare a seguito di coinvolgimento in altre società, attraverso un impiego secondario, in relazione a membri o in relazione alla situazione finanziaria personale dei dipendenti. In questo contesto, possono essere rilevanti anche i rapporti commerciali con soggetti terzi, quali altre società del Gruppo o fornitori.

Il mio contributo

Se mi rendo conto di trovarmi di fronte a un potenziale conflitto di interessi o sospetto di trovarmi di fronte a un potenziale conflitto di interessi, informo immediatamente il mio superiore gerarchico e il dipartimento Risorse Umane e la funzione Compliance competenti e divulgo i fatti. In caso di conflitto, cerchiamo insieme una soluzione che salvaguardi gli interessi della Società.

Esempio

Il tuo superiore gerarchico ti chiede di controllare le offerte di diverse società di consulenza IT. Si scopre che una delle offerte più vantaggiose proviene da un'azienda di proprietà di un buon amico.

Informa il tuo superiore gerarchico della situazione, documenta il possibile conflitto di interessi e ritirati dal processo decisionale per evitare qualsiasi apparenza di conflitto di interessi.

3.2 Gratuità

Verifichiamo attentamente tutte le Gratuità

Principio aziendale

I nostri prodotti e servizi definiscono chi siamo. Pertanto, le gratuità sotto forma di regali e inviti sono consentite solo se appropriate.

Le nostre politiche interne sulla gestione di regali, inviti e pranzi di lavoro stabiliscono quali gratuità sono appropriate e quali misure devono essere adottate quando le si accetta e/o le si concede.

Il mio contributo

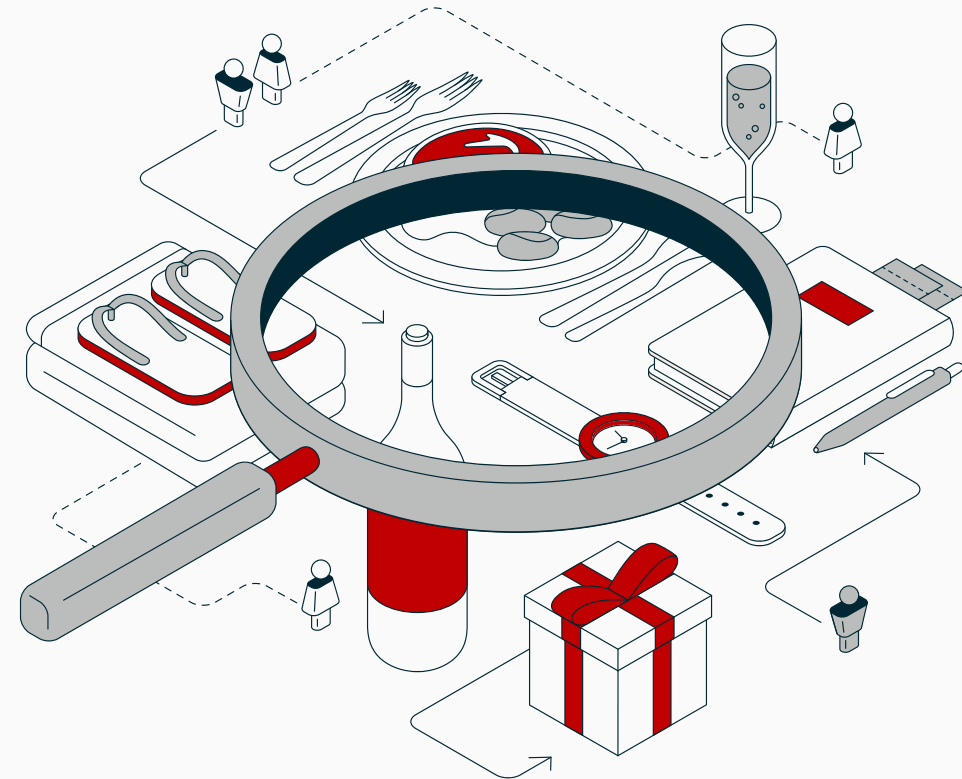
Acquisisco familiarità con le politiche sulla gestione di regali, inviti e pranzi di lavoro e le osservo rigorosamente.

Verifico se il mio comportamento è appropriato e se potrebbe influenzare le mie decisioni aziendali.

Esempio

I dipendenti di un partner commerciale ti regalano le cuffie Bluetooth come regalo di compleanno. Anche se sei sicuro che accettare questo regalo non influisca sui rapporti commerciali, dovresti comunque rivedere la gratuità e la sua adeguatezza in modo critico sulla base della regolamentazione in vigore sulle gratuità.

In caso di dubbio, chiedi consiglio al tuo superiore gerarchico e decidi insieme se accettare o rifiutare il regalo.



3.3 Divieto di corruzione

Non corrompiamo gli altri e non accettiamo a nostra volta tangenti

Principio aziendale

La corruzione è vietata in tutto il mondo. Corruzione significa che qualcuno abusa della propria posizione professionale per ottenere un vantaggio per sé o per terzi e quindi danneggiare gli altri.

Vantaggi come inviti e regali, soprattutto quando si ha a che fare con funzionari pubblici, possono essere una prova di corruzione. Pertanto, i benefici dovrebbero essere eccezioni nelle transazioni commerciali. I benefici possono essere concessi o accettati solo nell'ambito delle regolamentazioni interne e delle leggi applicabili.

Il mio contributo

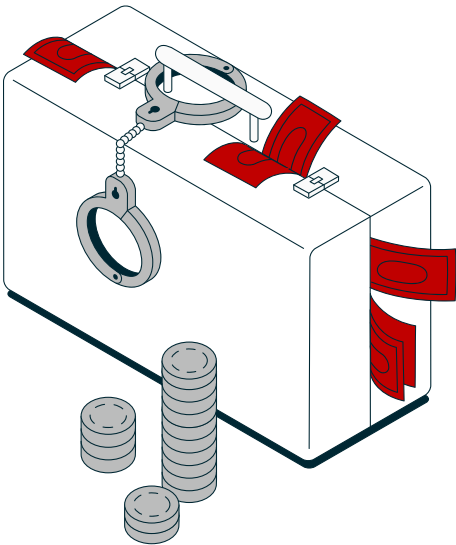
Non corroppo gli altri e non accetto io stesso una tangente, ed evito anche l'apparenza di un'influenza impropria. Mi tengo informato consultando la regolamentazione interna prima di offrire o accettare regali ed estendere o accettare inviti.

Se ricevo segnalazioni relativi a fatti di corruzione, informo immediatamente uno dei contatti elencati nel capitolo "Supporto".

Esempio

Ti rechi presso un fornitore per ispezionare i componenti per la produzione locale. Durante la tua visita diventa evidente che i componenti hanno difetti significativi. Il tuo contatto presso il fornitore ti offre una somma di denaro per indurti ad ignorare i difetti e per convincerti ad accettare gli articoli difettosi.

In nessun caso accetti il denaro. Contatta immediatamente il tuo superiore gerarchico o la funzione Compliance competente. Qualsiasi tentativo di corruzione non è tollerato in nessuna circostanza.



3.4 Divieto di insider trading

Non condividiamo informazioni privilegiate

Principio aziendale

Trattiamo le informazioni relative alla performance del Gruppo in conformità con i requisiti del mercato dei capitali e non tolleriamo alcuna attività di insider trading. Le informazioni privilegiate sono informazioni di natura precisa che non sono state rese pubbliche e che, se rese pubbliche, potrebbero avere un effetto significativo sul prezzo dello strumento finanziario in questione, ad esempio azioni e quote. Possiamo utilizzare internamente le conoscenze relative a progetti e processi rilevanti per l'insider trading solo in conformità con le politiche interne applicabili e non possiamo divulgare tali conoscenze a terzi, inclusi i familiari, ad esempio un coniuge.

Il mio contributo

Non svolgo attività di insider trading, né formulo raccomandazioni di questo tipo a terze parti o induco terze parti ad impegnarsi in insider trading. Inoltre, non divulgo informazioni privilegiate a meno che ciò non sia richiesto nel corso del mio normale lavoro e rispetto la regolamentazione interna in vigore. Mi impegno a familiarizzare con le normative interne applicabile.

Se ho accesso ad informazioni privilegiate, non acquisto o vendo strumenti finanziari sulla base di tali informazioni. Ciò vale non solo per le negoziazioni con azioni di società quotate appartenenti al Gruppo o loro derivati, ma anche con le negoziazioni con strumenti finanziari in generale, ovvero anche con quelli dei fornitori.

Esempio

Per il tramite del tuo lavoro vieni a conoscenza che l'acquisizione di una grande azienda conosciuta in tutto il mondo sta per essere annunciata a breve. Nell'ambito del tuo lavoro, sei stato informato che il prezzo delle azioni della Società aumenterà in modo significativo una volta che questa transazione sarà stata annunciata. Sai che un tuo caro amico sta valutando se vendere le sue azioni del nostro Gruppo. Prendi in considerazione l'idea di dire al tuo amico che dovrebbe astenersi dal vendere le sue azioni.

Non fare soffiate al tuo amico per nessun motivo. Poiché le informazioni di cui si è a conoscenza non sono pubbliche, ma di conoscenza privilegiata, non è consentito in nessun caso condividere tali informazioni con altri. La trasmissione diretta o indiretta di queste informazioni vi renderebbe perseguibili penalmente.

3.5 Divieto di riciclaggio di denaro e di finanziamento del terrorismo

Ci impegniamo in favore di pratiche commerciali trasparenti

Principio aziendale

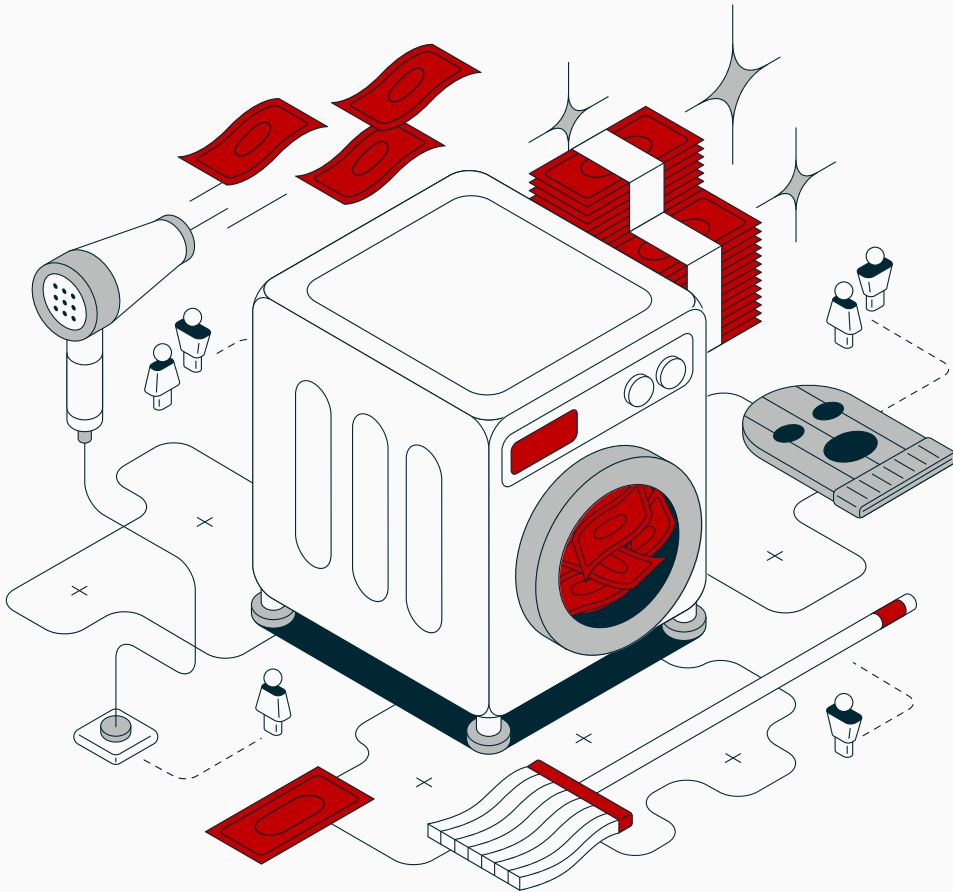
Il riciclaggio di denaro si verifica quando fondi o altri beni provenienti direttamente o indirettamente da reati penali vengono messi in circolazione nell'economia legale, facendo apparire legale la loro fonte. Il finanziamento del terrorismo si verifica quando vengono messi a disposizione denaro o altre risorse per commettere atti criminali di terrorismo o per sostenere organizzazioni terroristiche. La responsabilità giuridica non richiede che la persona coinvolta sia consapevole del fatto che il denaro viene riciclato attraverso la transazione in questione. Il coinvolgimento involontario nel riciclaggio di denaro può già essere un reato penale per le parti coinvolte.

Verifichiamo attentamente l'identità dei clienti, dei partner commerciali e di altre terze parti con cui desideriamo intrattenere rapporti commerciali. Il nostro obiettivo dichiarato è quello di condurre affari esclusivamente con partner affidabili che operano in linea con le disposizioni di legge e che utilizzano risorse provenienti da fonti legittime.

Assegniamo senza indugio i pagamenti in entrata ai servizi corrispondenti e li registriamo di conseguenza. Garantiamo flussi di cassa trasparenti e aperti.

Il mio contributo

Non intraprendo alcuna azione che possa violare le disposizioni sul riciclaggio di denaro in patria o all'estero. Sono attento e valuto immediatamente qualsiasi comportamento sospetto da parte di clienti, partner commerciali e altre terze parti. Se ci sono informazioni che danno sufficienti motivi di sospetto, mi metto immediatamente in contatto con la persona di contatto responsabile della prevenzione del riciclaggio di denaro. Rispetto tutte le disposizioni applicabili per la registrazione e l'iscrizione nel sistema contabile di transazioni e contratti nell'ambito della mia area di responsabilità.



Esempio

Ricevi un'e-mail con una fattura da un fornitore sconosciuto con una richiesta urgente di pagamento immediato in contanti o trasferimento su un conto bancario estero.

Non accettare questa richiesta, ma contatta immediatamente il tuo superiore gerarchico e la persona di contatto responsabile della prevenzione del riciclaggio di denaro.

3.6 Concorrenza leale e libera

Ci impegniamo per una concorrenza leale e libera

Principio aziendale

La libera e leale concorrenza è tutelata dalla normativa antitrust valida in tutto il mondo. Il rispetto di tale normativa garantisce che non vi siano indebite distorsioni della concorrenza nei mercati rilevanti, a vantaggio di tutti gli operatori del mercato.

In particolare, sono vietati gli accordi e le pratiche concordate tra concorrenti diretti a prevenire o a restringere la libera concorrenza.

Ciò comprende in particolare gli scambi sui prezzi e sulle componenti dei prezzi, le condizioni di lavoro, la ripartizione dei raggruppamenti di clienti e dei territori e le restrizioni sulle innovazioni. Inoltre, è vietato lo scambio di informazioni sensibili sotto il profilo della concorrenza. È inoltre vietato l'abuso di posizione dominante sul mercato. Inoltre, è necessaria la corretta attuazione delle procedure di controllo delle concentrazioni per quanto riguarda le cooperazioni e le transazioni.

Le condotte anticoncorrenziali hanno il potenziale non solo di danneggiare in modo significativo la buona reputazione dell'Azienda, ma possono anche comportare pesanti multe, sanzioni e richieste di risarcimento per danni.

Operiamo esclusivamente sulla base dei principi del merito e dell'economia di mercato, nonché della libera e aperta concorrenza. Ci piace misurarci con i nostri concorrenti, rispettando sempre leggi e regolamenti e osservando i principi etici.

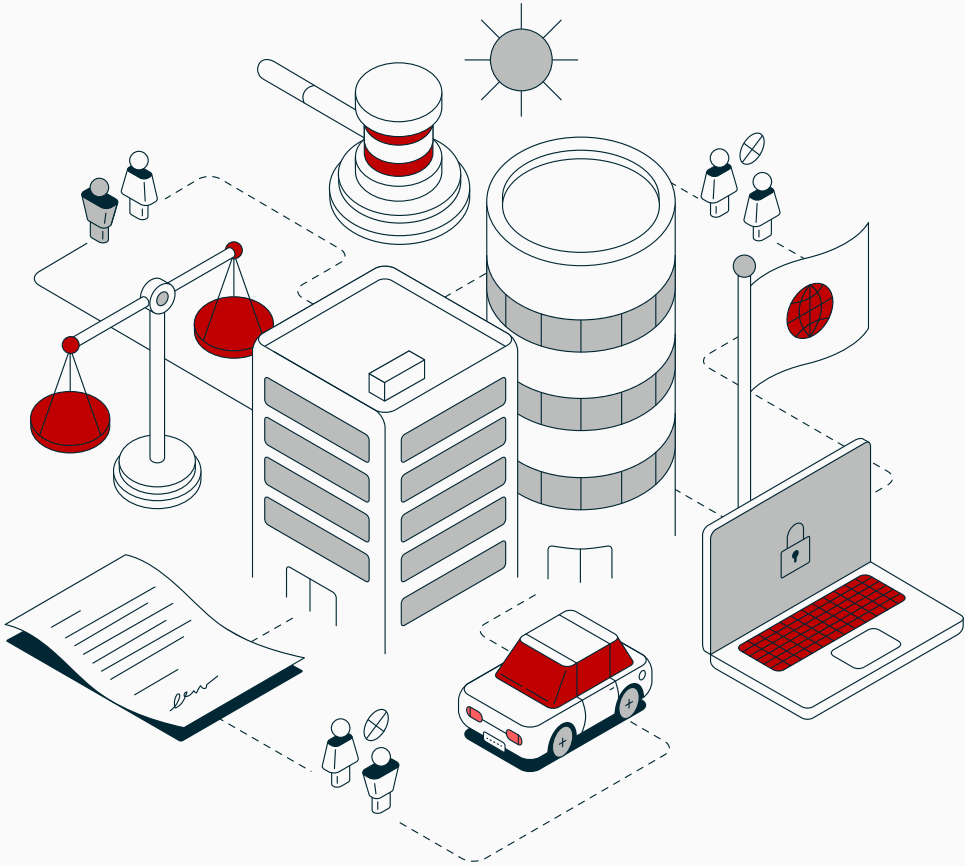
Non stipuliamo alcun accordo anticoncorrenziale con concorrenti, fornitori o clienti. Se la nostra azienda detiene una posizione dominante sul mercato, non abusiamo di questa posizione.

Rispettiamo le disposizioni antitrust specifiche per i sistemi di distribuzione nei nostri rapporti con i nostri partner di distribuzione autorizzati.

Il mio contributo

Ogni volta che entro in contatto con i concorrenti, mi assicuro che non vengano fornite o ricevute informazioni che consentano di trarre conclusioni sulla condotta commerciale in essere o futura.

Nelle discussioni o in qualsiasi altro contatto con i concorrenti, evito questioni che potrebbero essere rilevanti per la concorrenza tra loro.



Esempio

Un collega del reparto Procurement vorrebbe dare a un nuovo fornitore la possibilità di aggiudicarsi un ordine. Suggerisce di dare al potenziale fornitore un consiglio su come strutturare la sua offerta in modo che il prezzo sia inferiore rispetto alle altre offerte.

Spiegare al tuo collega che ciò significherebbe violare importanti norme volte a proteggere la libera concorrenza. Il suggerimento del tuo collega deve essere assolutamente respinto.

3.7 Partner commerciali, approvvigionamento e vendite

Verifichiamo attentamente con chi facciamo affari

Principio aziendale

Selezioniamo con cura fornitori, prestatori di servizi e aziende partner sulla base di criteri oggettivi e ci avvaliamo della concorrenza. Collaboriamo solo con partner commerciali in linea con i requisiti di legge, le regole interne e le linee guida.

Verifichiamo attentamente l'integrità dei potenziali partner commerciali prima di avviare relazioni commerciali e seguiamo i processi e le procedure di contatto stabiliti nelle regole e nelle procedure.

Al momento dell'acquisto o della vendita di prodotti e servizi, coinvolgiamo i reparti competenti nel processo in tempo utile in conformità con le procedure applicabili.

Il mio contributo

Mi accerto che l'integrità dei potenziali partner commerciali sia stata verificata prima di entrare in rapporti commerciali con gli stessi e seguo i processi e le procedure di contatto stabiliti nelle regole e nelle procedure. Non ho pregiudizi nei confronti di un fornitore, di un prestatore di servizi o di un'azienda partner senza una ragione oggettiva e promuovo la concorrenza.

Non acquisto alcun prodotto o servizio senza aver prima raccolto informazioni sul mercato e sui fornitori alternativi. Seguo le linee guida applicabili in materia di appalti e coinvolgo l'ufficio acquisti competente in una fase iniziale prima della fornitura pianificata e dell'esecuzione dei servizi in linea con i processi di acquisto validi.

Mi assicuro che la remunerazione sia corrisposta solo per i servizi effettivamente resi e che i pagamenti siano commisurati ai servizi resi.

Rispetto inoltre le procedure di riferimento prima di commissionare le società del Gruppo.

Esempio

L'ufficio acquisti locale ha indetto una gara d'appalto per macchinari e individuato diversi potenziali fornitori. L'appalto viene aggiudicato ad un fornitore che non si classifica al primo posto in tutti i criteri di valutazione. Il responsabile commerciale del fornitore è imparentato con uno degli acquirenti che non ha rivelato questa circostanza. I fatti indicherebbero un trattamento preferenziale sospetto sulla base di un possibile conflitto di interessi. Informa immediatamente il tuo superiore gerarchico e riporta il fatto al Whistleblower System.

3.8 Contabilità e rendicontazione finanziaria

Ci impegniamo a mantenere una corretta contabilità finanziaria e una corretta rendicontazione

Principio aziendale

Rispettiamo rigorosamente le disposizioni di legge in materia di contabilità e rendicontazione finanziaria. La trasparenza e la correttezza sono le nostre massime priorità, perché eventuali irregolarità possono avere gravi conseguenze per la Società e per i responsabili. A tal fine, informiamo regolarmente tutti gli operatori del mercato dei capitali sulla nostra situazione finanziaria e sugli sviluppi dell'attività. Pubblichiamo puntualmente i nostri bilanci periodici in conformità alle normative contabili nazionali e internazionali.

Il mio contributo

Organizzo i processi in modo tale da garantire che tutti i dati finanziari aziendali siano inseriti correttamente e tempestivamente nel sistema contabile. In caso di domande sulla corretta registrazione dei dati, mi metto in contatto con il mio superiore gerarchico o con l'ufficio finanziario competente.

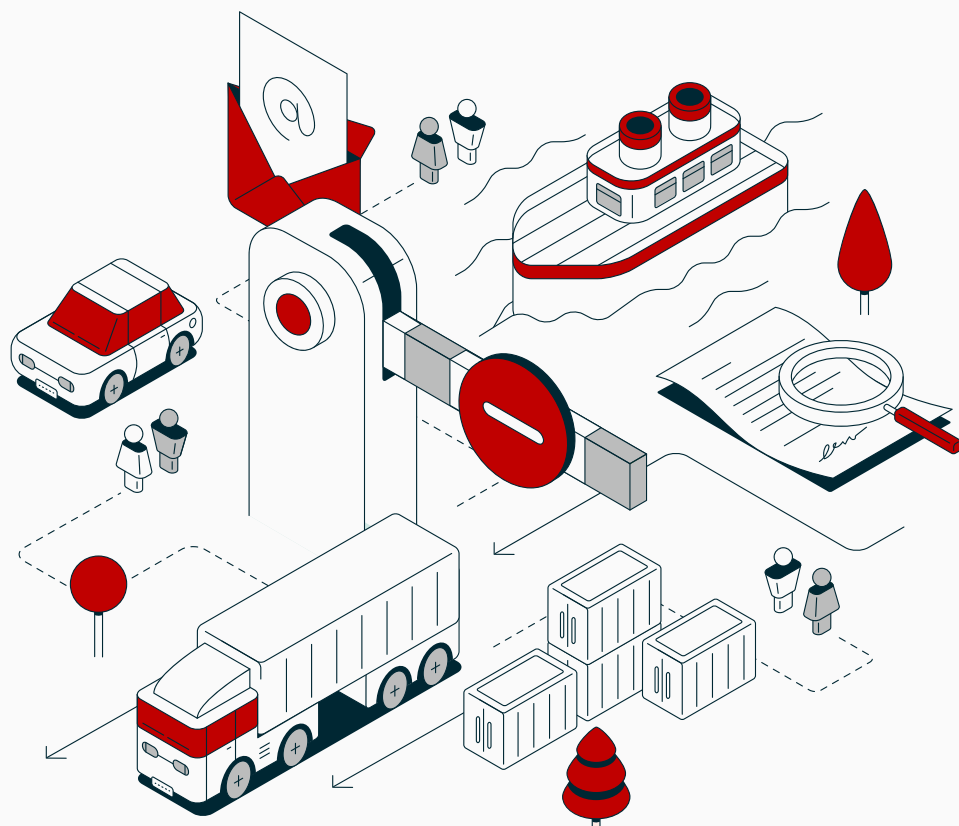
Esempio

Hai urgente bisogno di nuove attrezzature. Tuttavia, il budget del tuo dipartimento per l'anno fiscale in corso è già stato esaurito. Prendi comunque in considerazione l'acquisto dell'attrezzatura e la registrazione del costo nell'anno fiscale successivo, quando il tuo budget sarà aggiornato.

Non intraprendere azioni di questo genere. Le voci devono essere sempre assegnate correttamente. La registrazione imprecisa delle scritture può avere gravi conseguenze per l'Azienda e per il singolo dipendente.

3.9 Controllo delle esportazioni

Garantiamo il rispetto di tutte le normative nel commercio transfrontaliero



Principio aziendale

Siamo consapevoli della nostra responsabilità sociale nell'adempiere agli obblighi di controllo delle esportazioni e di sanzioni e ci impegniamo espressamente a rispettare la legislazione pertinente.

I processi e le transazioni commerciali transfrontalieri possono essere soggetti a divieti, restrizioni, requisiti di approvazione o altre misure di vigilanza ai sensi delle normative sul controllo delle esportazioni. Questi possono riguardare i partner commerciali, i beni, i paesi, le risorse finanziarie o l'uso previsto. Questo vale sia per le tecnologie e i software, sia per i beni e i prodotti. Inoltre, si applica ai trasferimenti transfrontalieri temporanei e alle trasmissioni tecniche, ad esempio via e-mail o cloud. Inoltre, alcune importazioni possono essere soggette a norme sul controllo delle esportazioni. Garantiamo il rispetto delle normative vigenti in materia di controllo delle esportazioni e delle relative politiche interne.

Il mio contributo

Ho la responsabilità di verificare regolarmente di avere familiarità con le informazioni interne e le politiche in materia di controllo delle esportazioni. In questo modo mi tengo aggiornato sul fatto che il mio lavoro quotidiano sia soggetto alle normative sul controllo delle esportazioni.

Se vengo a conoscenza di violazioni delle norme sul controllo delle esportazioni nella mia area di responsabilità, intraprendo immediatamente tutte le azioni possibili per prevenire o porre rimedio a tali violazioni. In caso di dubbio, chiedo consiglio al referente responsabile per il controllo delle esportazioni.

Esempio

Affidi lo sviluppo di un componente software a un'azienda partner di lunga data. Per compensare la pressione sui costi, il partner suggerisce di commissionare alcune delle attività di sviluppo a una filiale al di fuori dell'UE. La controllata ha sede in un paese che si trova nella lista dei paesi A - sotto embargo - definita dall'unità di controllo delle esportazioni del Gruppo.

Potrebbero esserci regolamenti di embargo che vietano determinate attività nel paese. Questo deve essere coordinato sia internamente che con le autorità di controllo delle esportazioni prima di poter trovare un accordo.

Contatta la funzione di controllo delle esportazioni competente per coordinare i passaggi successivi.

SIAMO BUONI CITTADINI D'IMPRESA

Ci assumiamo la responsabilità nei confronti della società e ci assicuriamo che la nostra azienda contribuisca allo sviluppo sostenibile.

- 4.1. Comunicazione e marketing
- 4.2. Lobbying politico
- 4.3. Rapporti con i pubblici ufficiali
- 4.4. Donazioni e sponsorizzazioni sociali
- 4.5. Tasse e dogane
- 4.6. Protezione dei dati
- 4.7. Sicurezza informatica
- 4.8. Conformità del prodotto
- 4.9. Protezione dell'ambiente

4.1 Comunicazione e marketing

Comunichiamo in modo chiaro e rispettoso

Principio aziendale

Ci assicuriamo che la nostra comunicazione sia chiara e coerente per mantenere la fiducia di clienti, investitori e altri stakeholder. Prima di impegnarsi e/o eseguire qualsiasi misura di comunicazione o di marketing, tali misure devono essere coordinate con il dipartimento competente. La ponderatezza e l'interazione rispettosa con gli altri sono per noi imprescindibili.

Il mio contributo

Non rilascio alcuna dichiarazione pubblica a nome della mia Azienda e rimando sempre eventuali richieste al dipartimento di Comunicazione. Se faccio commenti in occasione di eventi pubblici, commerciali o culturali o su Internet, chiarisco che sto esprimendo esclusivamente la mia opinione personale. Consulto le linee guida sui social media della Società per consigli sulla corretta condotta nei social network.

Esempio

Su Internet si leggono commenti di qualcuno che critica le condizioni di lavoro di un partner software. Sai che i commenti sono falsi.

Anche se desideri chiarire immediatamente i fatti, contatta prima il dipartimento competente, perché è in grado di rispondere in modo esaustivo e appropriato a queste osservazioni.

4.2 Lobbying politico

Rappresentiamo le posizioni della nostra azienda in modo responsabile e chiaro

Principio aziendale

In qualità di membro della società, possiamo promuovere in modo specifico le posizioni dell'azienda durante i processi decisionali, come quelli relativi ai piani legislativi, attraverso l'attività di lobbying politico. Conduciamo l'attività di lobbying politico in modo centralizzato e in linea con i principi di apertura, responsabilità e rendicontazione. Va da sé che la nostra interazione con i partiti politici e i gruppi di interesse si basa sul principio della neutralità. Non è consentito esercitare un'influenza indebita sulla politica o sulla legislazione.

Il mio contributo

Non cerco di intervenire nelle decisioni politiche per conto della Società se non sono autorizzato a farlo. Se sono autorizzato a farlo, osservo le procedure interne applicabili nello svolgimento delle mie funzioni.

Esempio

Hai un conoscente che lavora per l'autorità responsabile delle valutazioni di impatto ambientale. L'azienda per cui lavorate ha bisogno di un'approvazione da parte di questa autorità per l'ampliamento di un edificio per uffici. Pensi di contattare il tuo conoscente per spiegare la posizione della tua azienda in merito a questa approvazione.

Una comunicazione trasparente e chiaramente documentata con i funzionari pubblici è particolarmente importante al fine di rappresentare adeguatamente gli interessi della Società ed escludere fin dall'inizio qualsiasi apparenza di influenza indebita.

Prendi le distanze da questo progetto per evitare di creare fraintendimenti sulla tua idoneità a rappresentare una posizione aziendale.

4.3 Rapporti con i pubblici ufficiali

Esercitiemo cautela nei rapporti con i funzionari pubblici

Principio aziendale

Alla luce della legislazione nazionale e internazionale, vi è un aumento del rischio di corruzione nei rapporti con i funzionari pubblici. Di questo viene tenuto conto nelle nostre procedure interne, che definiscono il quadro di riferimento per quanto riguarda le gratuità. In particolare, non effettuiamo pagamenti agevolati o accelerativi, ovvero pagamenti a funzionari pubblici che facilitino o accelerino atti ufficiali regolari o di routine.

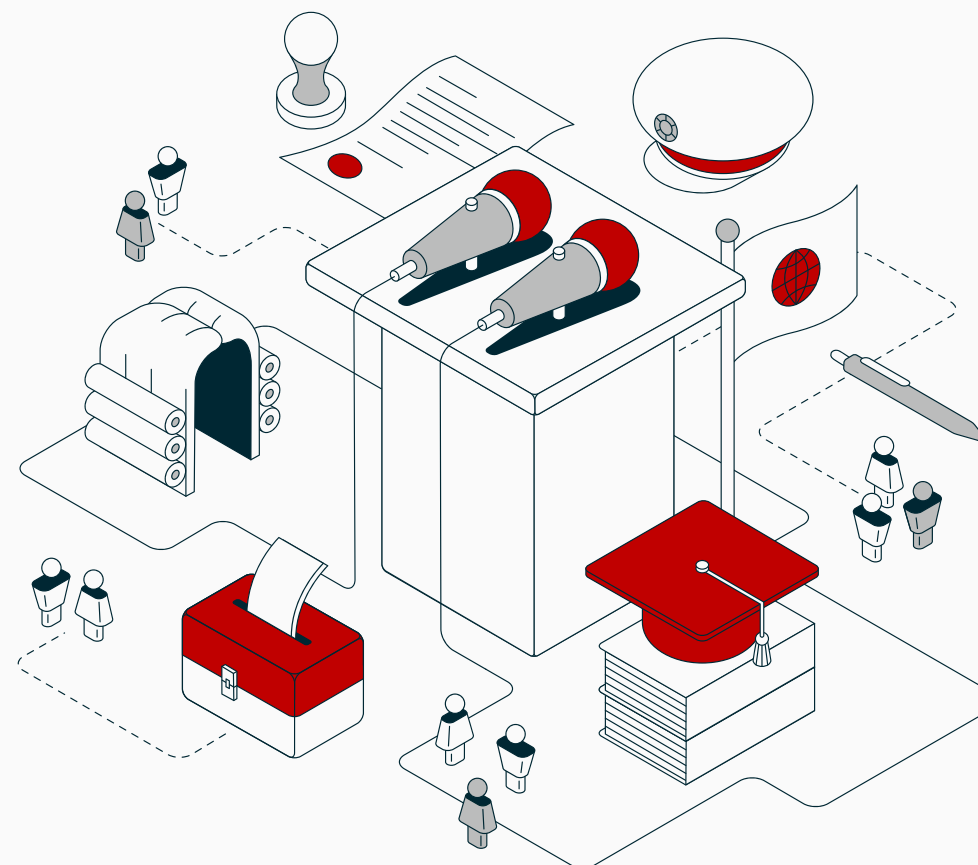
Il mio contributo

Sono consapevole che c'è un aumento del rischio di corruzione quando si ha a che fare con i funzionari pubblici. Pertanto, familiarizzo con la regolamentazione applicabile. Comprendo di avere l'obbligo vincolante di consultare il dipartimento Compliance a questo proposito.

Esempio

Sei il rappresentante dell'azienda per la gestione delle licenze di importazione presso le autorità doganali. Un funzionario doganale fornisce supporto durante l'intero processo. Una volta espletate le formalità, vorresti esprimere il tuo apprezzamento con un regalo aziendale appropriato.

Indipendentemente dalla loro adeguatezza, astieniti dall'offrire gratuità a funzionari pubblici per la prestazione di servizi da parte loro.



4.4 Donazioni e sponsorizzazioni sociali

Ci impegniamo per la società in molti modi

Principio aziendale

Effettuiamo donazioni, ovvero contributi volontari senza un servizio di restituzione da parte del destinatario, e sponsorizzazioni, ovvero contributi basati su un servizio di restituzione concordato contrattualmente per obiettivi sociali, per ottenere un impatto positivo in termini di reputazione e percezione pubblica. Al fine di evitare conflitti di interesse e garantire un comportamento standard all'interno della Società, le donazioni e le misure di sponsorizzazione sono consentite solo nell'ambito del rispettivo quadro giuridico e in conformità con le regole interne applicabili dei brand e delle società del Gruppo.

Le donazioni e le misure di sponsorizzazione sono concesse solo in conformità con un processo di approvazione trasparente. Concediamo pagamenti e/o benefici non monetari per scopi scientifici, caritatevoli, culturali o religiosi. Inoltre, concediamo donazioni esclusivamente ad istituzioni riconosciute come benefiche e/o fiscalmente privilegiate.

Il mio contributo

Se ritengo che una particolare misura di sponsorizzazione meriti di essere sostenuta, prendo un primo contatto con i dipartimenti competenti dell'azienda, ad esempio Comunicazione, Relazioni Esterne e Risorse Umane.

La concessione delle donazioni deve essere trasparente, cioè lo scopo, il destinatario della donazione e la gestione finanziaria devono essere documentati e verificabili. Rispetto i processi interni e le condizioni generali e non avvio alcuna donazione che possa danneggiare la reputazione della nostra Azienda.

Esempio

Sei un tifoso di una particolare squadra di calcio e vorresti fornire un sostegno finanziario sotto forma di sponsorizzazione aziendale.

Le decisioni di sponsorizzazione sono prese in conformità con tutti i processi applicabili, in consultazione con tutti i dipartimenti interessati e si basano su criteri oggettivi. Assicurati di controllare il giusto processo da seguire e, in caso di dubbi o quando richiesto dal processo, mettiti in contatto anche con il tuo dipartimento Compliance.

4.5 Tasse e dogane

Rispettiamo scrupolosamente le normative fiscali e doganali

Principio aziendale

In qualità di azienda globale, siamo consapevoli della nostra responsabilità sociale nell'adempiere ai nostri obblighi in materia di commercio estero, tasse e dogane e sosteniamo esplicitamente il rispetto della legislazione nazionale e internazionale.

Il mio contributo

Disegno le strutture e i processi interni in modo tale da garantire che le imposte e le dogane a carico delle rispettive società del Gruppo siano calcolate correttamente, tempestivamente e integralmente, siano rese note nella rendicontazione e siano versate alle autorità fiscali competenti.

Se sono in possesso di informazioni relative a una violazione delle norme fiscali e doganali nella mia area di responsabilità, intraprendo tutte le azioni possibili per prevenire o fermare tale violazione. Se ciò non è possibile, mi metto in contatto con la persona di contatto appropriata nel dipartimento fiscale e doganale.

Esempio

Sei responsabile della registrazione di alcune transazioni aziendali, ad esempio le spese generali come le spese di manutenzione e i costi di produzione, nel bilancio di esercizio. All'inizio dell'esercizio, un progetto supera determinati parametri di controllo. Ricevi quindi l'istruzione di effettuare una registrazione tra le spese di manutenzione, anche se la transazione si riferisce indiscutibilmente ad un investimento e deve quindi essere considerata quale costo di produzione capitalizzato.

Registri la voce in linea con i requisiti di legge. Tutte le transazioni commerciali devono essere registrate correttamente in base al diritto commerciale e alle normative fiscali, poiché queste registrazioni contabili costituiscono la base per la dichiarazione dei redditi. Gli errori contabili possono pertanto comportare dichiarazioni fiscali errate e gravi conseguenze ai sensi delle leggi fiscali e doganali per la Società e per i dipendenti responsabili.

4.6 Protezione dei dati

Trattiamo i dati con attenzione



Principio aziendale

Attribuiamo grande importanza alla gestione dei dati in modo responsabile, sicuro e trasparente. Raccogliamo, elaboriamo, utilizziamo e memorizziamo i dati personali esclusivamente in conformità con i requisiti di legge. Proteggiamo i dati personali di clienti, dipendenti, compresi ex dipendenti e candidati, e partner come fornitori e partner di sviluppo.

Il mio contributo

Gestisco i dati personali con riservatezza e le mie azioni sono chiare e trasparenti. Integro la protezione dei dati nelle mie azioni e nei miei processi e garantisco la sicurezza di tutti i dati nella mia area di responsabilità. Mi assumo la responsabilità e presto attenzione allo scambio sicuro di dati lungo tutta la catena del valore. In caso di dubbio, mi rivolgo al mio superiore o al dipartimento di protezione dei dati competente.

Esempio

Sei in viaggio d'affari e dimentichi il tuo laptop aziendale in treno.

Segnala immediatamente l'accaduto al service desk IT competente e, ove possibile, informa il tuo superiore gerarchico.

4.7 Sicurezza informatica

Proteggiamo i nostri sistemi IT

Principio aziendale

Rispettiamo la sicurezza informatica e rispettiamo le normative vigenti in materia di sicurezza delle informazioni. Le norme sulla sicurezza delle informazioni forniscono linee guida per diversi gruppi di lavoro e sono rilevanti per tutti i dipendenti.

Il mio contributo

Acquisisco familiarità con le normative vigenti in materia di sicurezza informatica e osservo le norme in esse contenute. Nell'ambito della catena della sicurezza informatica, do il mio contributo attivo essendo sempre vigile e garantendo che le mie competenze di base in materia di sicurezza informatica siano sempre aggiornate.

Esempio

Lavori nello sviluppo tecnico e ricevi un'e-mail che sembra essere stata inviata da un membro del Consiglio di Amministrazione. L'e-mail richiede l'invio urgente di documenti riguardanti un prototipo. Ti viene chiesto di rispondere personalmente a questa e-mail e di non coinvolgere altri colleghi.

Tratta l'e-mail con cautela, potrebbe trattarsi di un attacco di phishing. I dati del prototipo sono strettamente riservati e l'accesso a questi dati è strettamente limitato.

Non lasciarti mettere sotto pressione. Verifica insieme al tuo superiore gerarchico se l'e-mail è autentica, ad esempio contattando l'ufficio del relativo membro del Consiglio di Amministrazione. Inoltre, segnala ogni tentativo di phishing al team di Information Security.

4.8 Conformità del prodotto

Ispiriamo il mondo con i nostri prodotti

Principio aziendale

I nostri prodotti ispirano innumerevoli persone in tutto il mondo. Diamo la massima priorità alla conformità e alla sicurezza dei nostri prodotti. Abbiamo la responsabilità di garantire che i rischi per la salute, la sicurezza, l'ambiente e i beni dei nostri clienti o di terzi derivanti dall'uso di questi prodotti siano esclusi, ove possibile.

In conformità con le disposizioni di legge, sviluppiamo i nostri prodotti secondo lo stato dell'arte della tecnologia, tenendo conto di altri obblighi vincolanti come ulteriori requisiti di sicurezza derivanti dallo stato delle conoscenze scientifiche. Ciò è sistematicamente garantito da strutture consolidate e processi stabili. Una volta immessi sul mercato, i nostri prodotti vengono costantemente monitorati sul campo in modo da poter avviare tempestivamente le opportune misure in caso di eventuali difformità. Non scendiamo a compromessi al riguardo.

Il mio contributo

Nel mio lavoro quotidiano mi attengo scrupolosamente a tutte le disposizioni in materia. Mi pongo obiettivi realistici. In caso di conflitto di obiettivi, la conformità dei nostri prodotti ha sempre la massima priorità, indipendentemente dai tempi e dai costi. Per questo motivo, mi impegno a rispettare i nostri processi definiti e a migliorarli continuamente. Identifichiamo e colmiamo insieme le lacune dei processi per soddisfare tutti gli obblighi vincolanti. In caso di domande o dubbi sulla conformità dei prodotti, mi rivolgo al mio superiore gerarchico o al team PCMS.

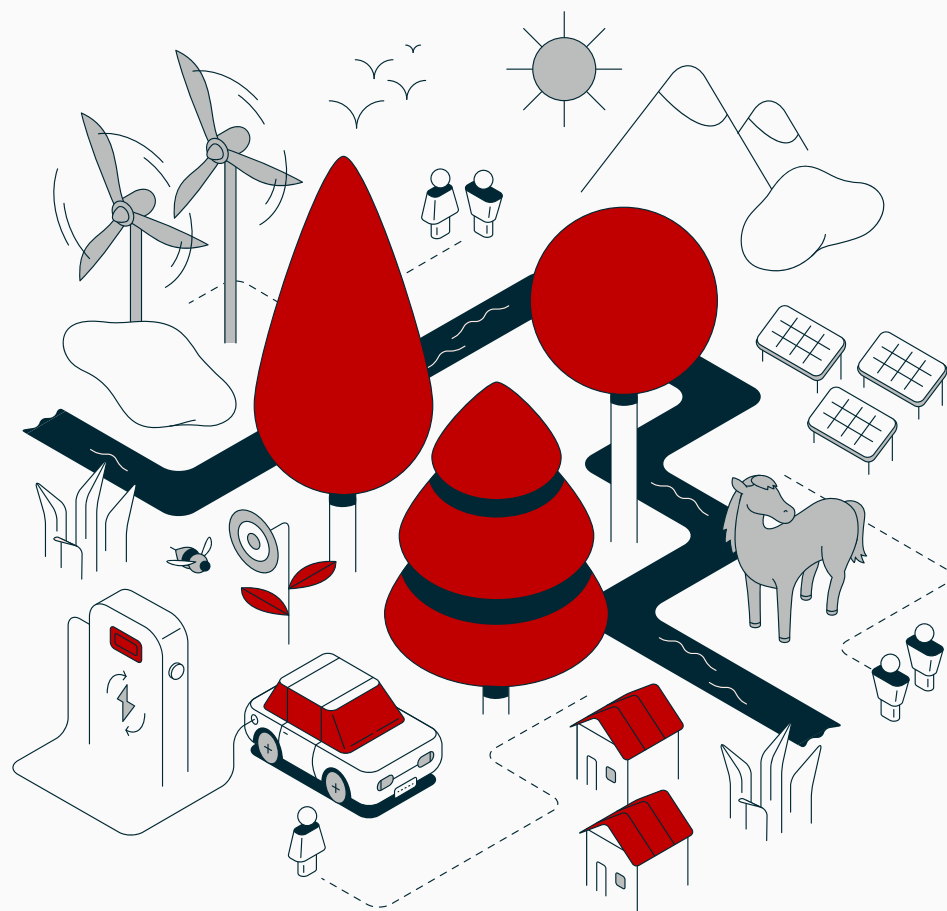
Esempio

Durante un tour del magazzino, noti che un prodotto non è conservato correttamente. Il prodotto contiene un materiale che potrebbe causare danni al prodotto stesso e ad altri prodotti immagazzinati nelle vicinanze e creare rischi per la sicurezza dei dipendenti. Non ci sono rischi per l'ambiente.

Segnala immediatamente la situazione al tuo superiore gerarchico e assicurati che il modo in cui il prodotto viene conservato sia controllato e che vengano assunte le misure necessarie per prevenire possibili danni o rischi per la sicurezza durante lo stoccaggio e la distribuzione.

4.9 Protezione dell'ambiente

Ci assumiamo la responsabilità per l'ambiente e la sostenibilità



Principio aziendale

In qualità di impresa commerciale globale, siamo responsabili della compatibilità ambientale e della sostenibilità dei nostri prodotti, sedi e servizi. La nostra azienda aspira ad essere un fornitore globale di mobilità sostenibile e un modello per la protezione dell'ambiente. Ci concentriamo su tecnologie rispettose dell'ambiente, avanzate ed efficienti, che implementiamo durante l'intero ciclo di vita dei nostri prodotti. Fin dalle prime fasi di sviluppo e produzione, ci assicuriamo di gestire con cura le risorse naturali, di ridurre continuamente l'impatto ambientale e di rispettare le leggi e i regolamenti sulla protezione dell'ambiente.

Inoltre, valutiamo costantemente la compatibilità ambientale dei prodotti e dei processi produttivi, ottimizzandoli ove necessario.

Siamo un membro responsabile della società e un partner politico. Cerchiamo un dialogo con questi attori sui concetti di mobilità del futuro e sulla definizione di uno sviluppo ecologicamente sostenibile.

Il mio contributo

Nel mio lavoro sono attento alla protezione dell'ambiente e utilizzo le risorse e l'energia in modo economico ed efficiente. Mi assicuro che le mie attività abbiano il minor impatto possibile sull'ambiente e che rispettino le leggi e i regolamenti sulla protezione ambientale.

Esempio

Noti che un serbatoio in uno dei capannoni perde e che grandi quantità di fluido utilizzato nel processo di produzione si riversano sul pavimento. Nessun altro sembra aver notato la perdita e sei preoccupato che l'intero serbatoio possa defluire.

Informa immediatamente uno dei dipendenti responsabili e richiama l'attenzione sul problema. Non contare sul fatto che qualcun altro segnali la perdita.

SUPPORTO

Offriamo supporto nella gestione del Codice Etico.

Prevenzione dei comportamenti scorretti, punti di contatto e sistema di segnalazione

Il nostro Codice Etico fornisce il quadro vincolante per agire con integrità e nel rispetto delle regole all'interno del nostro Gruppo. In qualità di dipendenti del Gruppo, abbiamo la responsabilità di rispettare i principi del nostro Codice al fine di prevenire Violazioni Normative ed evitare così danni alla Società. Le violazioni delle leggi e delle politiche interne vengono immediatamente indagate. A seconda della gravità della violazione, questa può avere conseguenze disciplinari, civili o penali per i dipendenti interessati. Anche un comprovato comportamento scorretto può avere un impatto sulla retribuzione. Questo è il motivo per cui parliamo con il nostro supervisore o chiediamo immediatamente il parere di un esperto se abbiamo domande o dubbi, o se sospettiamo che ci sia stata una violazione delle normative interne o esterne. Il dipartimento Risorse Umane e i rappresentanti sindacali sono a disposizione per fornire supporto. Possiamo anche contattare in qualsiasi momento il Compliance Officer della Società o il servizio di consulenza Compliance all'indirizzo:

E-mail: compliance@ducati.com

Inoltre, possiamo inviare segnalazioni relative a violazioni normative tramite il Whistleblower System del Gruppo Volkswagen. Possiamo comunicare il nostro nome, oppure possiamo fare la segnalazione in forma anonima. Siamo consapevoli che il Whistleblower System del Gruppo

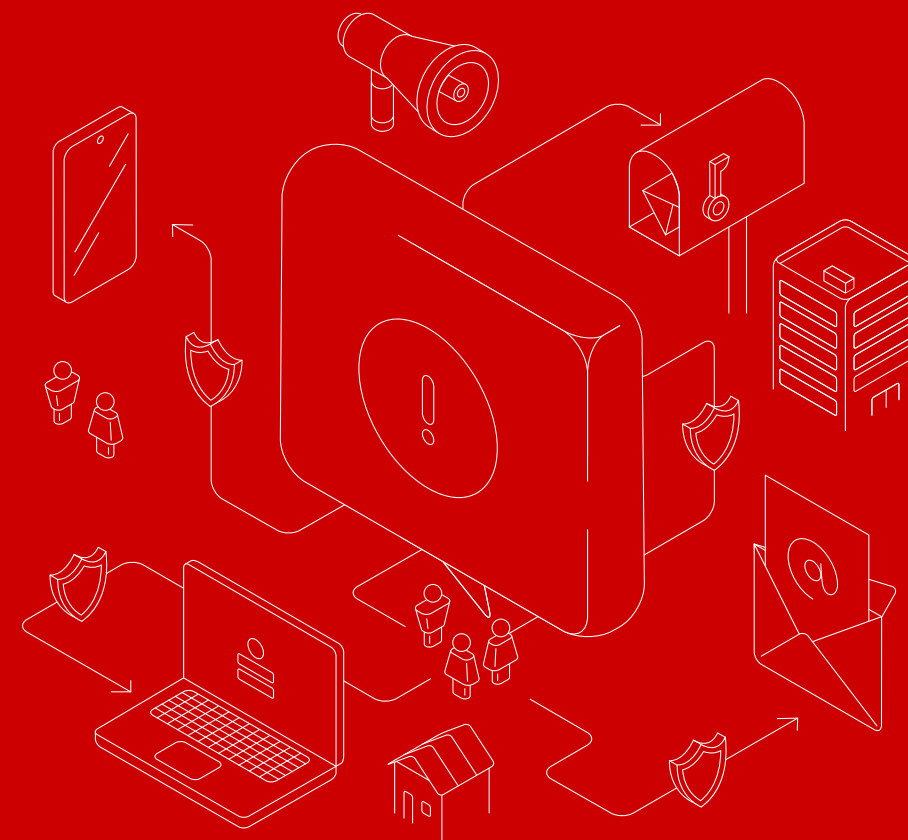
Volkswagen ha la responsabilità di indagare sulle segnalazioni relative a gravi violazioni normative.

Una grave violazione normativa è una violazione significativa dei nostri valori etici come stabilito nel Codice Etico. Allo stesso modo, anche le violazioni di leggi o regolamenti statutari che possono influenzare in modo significativo la reputazione o gli interessi finanziari della Società sono considerate gravi violazioni normative. In tutti gli altri casi dovremmo prima chiedere consiglio al nostro supervisore, al dipartimento Risorse Umane o alla Compliance.

I manager hanno una particolare funzione come modelli di comportamento. Le decisioni che assumono per la Società devono sempre tenere conto dei valori e delle normative.

Lo scopo del Whistleblower System è quello di proteggere la nostra Azienda, il segnalante e tutte le persone che contribuiscono all'indagine e alla cessazione della cattiva condotta.

La discriminazione nei loro confronti è di per sé considerata una grave violazione normativa.



Allo stesso tempo, il sistema di segnalazione protegge gli interessi delle persone coinvolte. Per loro, la presunzione di innocenza si applica fino a quando non viene dimostrata una violazione. Il lavoro del Whistleblower System si basa su processi uniformi e sul trattamento confidenziale e professionale delle segnalazioni. L'abuso del sistema di segnalazione non è tollerato e sarà gestito di conseguenza.

Potenziati violazioni del Codice Etico per i partner commerciali, inclusi rischi gravi, violazioni dei diritti umani e violazioni ambientali da parte di fornitori diretti e indiretti, possono anche essere segnalate al Central Investigation Office.

Possiamo accedere al Whistleblower System attraverso i seguenti canali:

Contatti dell'Audi Investigation Office:

Indirizzo postale: Audi AG
Whistleblower System
85045 Ingolstadt , Germania

E-mail: whistleblower-office@audi.de

Canale di segnalazione online:
È possibile inviare la propria segnalazione in oltre 65 lingue (anche in forma anonima) attraverso un canale di segnalazione via web.

<https://goto.speakup.report/audi>

Di persona: Audi Investigation Office
AUDI AG I/FG-H
85045 Ingolstadt, Germania

Segnalazione telefonica: Componi il numero telefonico del Paese in cui ti trovi (Italia: +800 147 694) e digita il codice organizzativo Audi 122237. L'Ufficio investigativo riceverà una trascrizione della tua registrazione vocale. L'elenco dei numeri di telefono è disponibile all'indirizzo <https://www.ducati.com/it/it/azienda/governance-risk-compliance/compliance/whistleblower-system>

App SpeakUp:



Scansiona il primo QR Code e scarica l'App "SpeakUp / Listen for a change" di People Intouch (solo per dispositivi personali)

Per parlare o scrivere il messaggio, scansiona il seguente secondo QR Code o, in alternativa, inserisci il codice di organizzazione Audi 122237



Inoltre, avvocati esterni esperti fungono da Ombudspersons (difensori civici) per noi. In qualità di consulenti legali, hanno il compito di ricevere segnalazioni su possibili violazioni normative, regolamenti interni o altri comportamenti dannosi per il Gruppo Volkswagen. Se necessario, e se l'identità del segnalante è nota, essi si mettono in contatto diretto nel caso in cui sia necessario un feedback da parte del segnalante. Una volta completata la fase iniziale, gli Ombudspersons inoltrano tutte le informazioni concordate con il segnalante, in forma anonima qualora il segnalante lo desideri, al nostro Whistleblower System per l'ulteriore elaborazione.

Dati di contatto degli Ombudspersons:

Internet: <https://www.ombudsmen-of-volkswagen.com>

DISPOSIZIONI SPECIFICHE PER DUCATI MOTOR HOLDING S.P.A. Il D.Lgs. 231/2001 e il ruolo dell'Organismo di Vigilanza

La Società ha istituito un proprio Organismo di Vigilanza ai sensi del D.Lgs. 231/2001 che ha facoltà di ricevere, anche in forma anonima, ogni segnalazione inerente il Codice Etico e più in generale la materia disciplinata da tale D.Lgs. I Destinatari che vengano a conoscenza di violazioni dei principi del Codice Etico commesse da dipendenti di Ducati Motor Holding S.p.A. possono segnalarle anche all'Organismo di Vigilanza, che ricopre anche la carica di ombudsman in relazione al Codice Etico. L'Organismo di Vigilanza è composto da 3 membri: uno interno e due professionisti esterni. Può essere contattato al seguente indirizzo:

Dati di contatto per i flussi informativi verso l'Organismo di Vigilanza e per le segnalazioni escluse dall'ambito di applicazione del D.Lgs. 24/2023 e rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001:

email: odv@ducati.com

Decreto Legislativo 24/2023 e Canale di Segnalazione ANAC

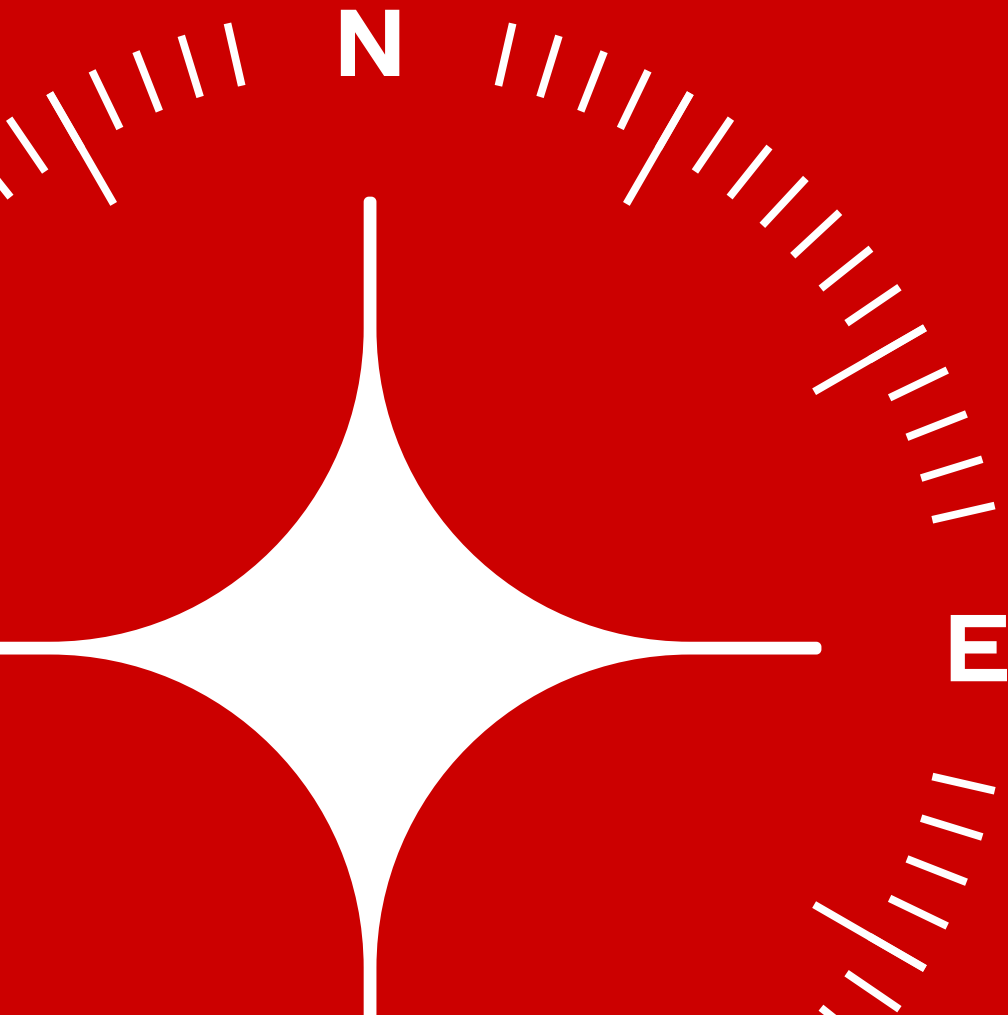
In ottemperanza alla Direttiva Europea 2019/1937, il Legislatore italiano ha emanato il Decreto Legislativo n. 24 del 10 marzo 2023 ("Decreto 24/2023") in materia di "protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione e recante disposizioni riguardanti la protezione delle persone che segnalano violazioni delle disposizioni normative nazionali". I Canali di Segnalazione Interna all'Investigation Office sono istituiti in conformità a quanto previsto dal Decreto 24/2023. Il Decreto 24/2023 chiarisce inoltre che in specifici casi possono essere effettuate segnalazioni anche all'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) come segue:

- non è prevista all'interno del contesto lavorativo l'attivazione obbligatoria del canale di segnalazione interna o tale canale, anche se obbligatorio, non è attivo o, anche se attivato, non è conforme a quanto previsto dalla legge;
- la persona segnalante ha già effettuato una segnalazione interna che non ha ricevuto seguito;
- la persona segnalante ha fondati motivi per ritenere che, se effettuasse una segnalazione interna, la segnalazione non avrebbe un seguito efficace o che la stessa segnalazione potrebbe comportare un rischio di ritorsione;
- la persona segnalante ha ragionevoli motivi per ritenere che la violazione possa costituire un pericolo imminente o evidente per l'interesse pubblico.

Ulteriori informazioni sul Whistleblower System del Gruppo Volkswagen e sulla segnalazione all'ANAC, agli ombudspersons e al relativo canale di segnalazione esterna sono disponibili su Internet all'indirizzo: <https://www.ducati.com/it/it/azienda/governance-risk-compliance/compliance/whistleblower-system>

AUTOTEST DI ORIENTAMENTO DECISIONALE

Se in qualsiasi momento non sono sicuro che il mio comportamento sia conforme ai principi enunciati nel nostro Codice Etico, devo pormi le seguenti domande:



1. Ho preso in considerazione tutti gli aspetti rilevanti e li ho valutati correttamente? (test di contenuto)
2. Sono sicuro che la mia decisione rientri nei limiti dei requisiti legali e aziendali? (test di legalità)
3. Sono in grado di mantenere la mia decisione quando viene rivelata? (test del supervisore)
4. Sono favorevole a che tutti i casi di questo tipo vengano decisi allo stesso modo in tutta l'azienda? (test di universalità)
5. Penso ancora che la mia decisione sia giusta quando la mia azienda deve giustificarla in pubblico? (test pubblico)
6. Accetterei la mia decisione se fossi coinvolto? (test di coinvolgimento)
7. Cosa direbbe la mia famiglia della mia decisione? (secondo parere)

Se la risposta alle domande 1-6 è "sì" e la risposta alla domanda 7 è positiva, è molto probabile che il mio comportamento sia conforme ai nostri principi. Se le domande rimangono senza risposta o se ho dei dubbi, devo contattare uno dei punti di contatto elencati in questo capitolo.



Allegato 3

Identità visiva D.O.C e Elenco Marchi D.O.C.



Ducati Official Club guide

Last update: November 2025

Indice

Index

> Marchio Ducati Official Club	3
The Ducati Official Club trademark	
> Combo Ducati Official Club	13
The Ducati Official Club combined logo	
> Regole per la costruzione del logo D.O.C.	20
Rules for the construction of the D.O.C. logo	

Marchio Ducati Official Club

The Ducati Official Club trademark



Official
Club



Il marchio Ducati Official Club viene utilizzato nei materiali gestiti e rilasciati da Ducati Motor Holding S.p.A. ai Ducati Official Club (D.O.C.) con lo scopo di dichiararne l'ufficialità.

Il marchio Ducati Official Club è composto:

- > dal Marchio Ducati,
- > dalla dicitura "Official Club" in font Ducati Style Extended Bold,
- > da una linea di separazione dei due elementi.

Nel marchio Ducati Official Club le varianti colore sono:

- > dicitura Official Club nera su fondo bianco,
- > dicitura Official Club bianca su fondo rosso e su fondo nero.

The Ducati Official Club trademark is used in the products managed and distributed by Ducati Motor Holding S.p.A. to the Ducati Official Clubs (D.O.C.) as a proof of official product.

The Ducati Official Club trademark consists of:

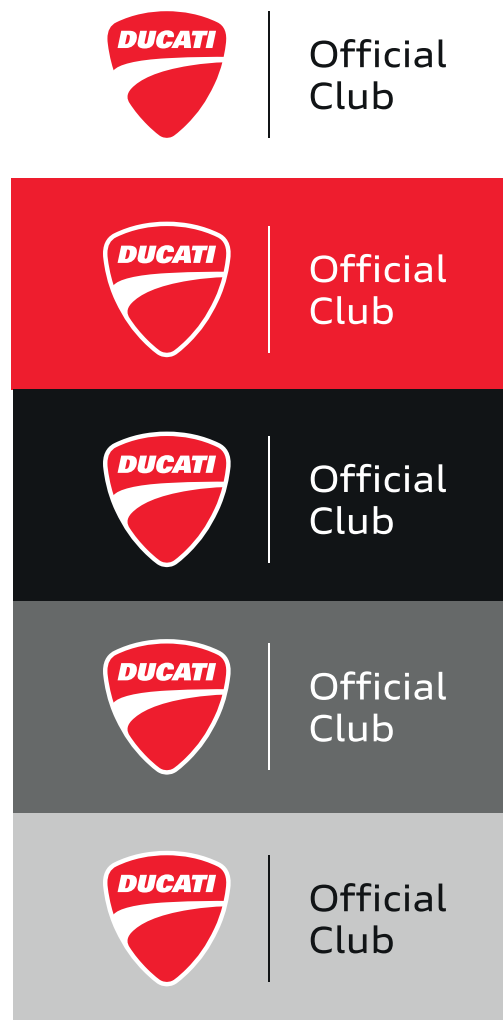
- > the Ducati Shield,
- > the "Official Club" wording in Ducati Style Extended Bold font,
- > a line separating the two elements.

Colour versions of the Ducati Official Club trademark are:

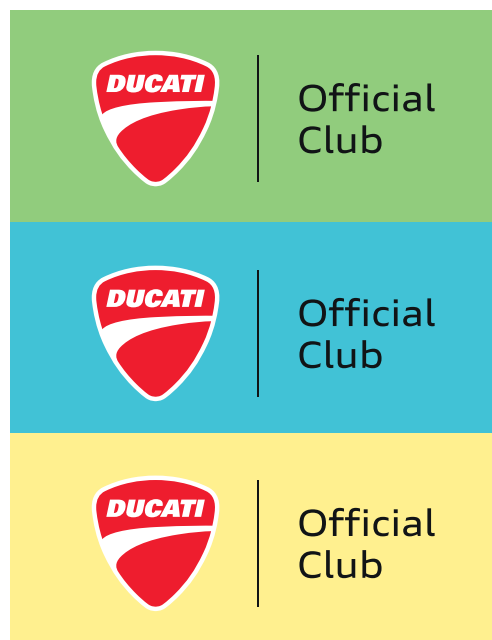
- > black Official Club wording on white background,
- > white Official Club wording on red and black background.

Marchio Ducati Official Club su fondi di colori diversi

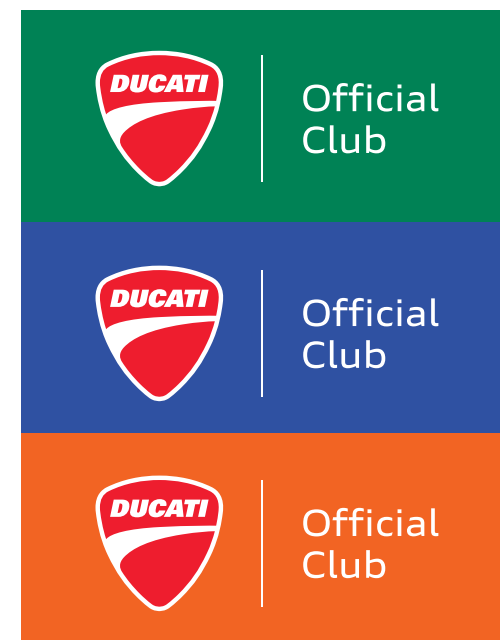
Ducati Official Club trademark on different background colours



Colori Istituzionali / Corporate colours



Esempi di colori generici chiari /
Examples of generic light colours



Esempi di colori generici scuri /
Examples of generic dark colours

Regole di applicazione Application guidelines



Official
Club

Base 1 cm

Nell'applicazione del marchio Ducati Official Club bisogna tenere conto della leggibilità del Marchio Ducati ospitato all'interno.

Il Marchio Ducati dovrà avere una base uguale o maggiore a 1 cm e la tecnica di riproduzione del marchio deve garantirne la corretta riproduzione evitando qualsiasi genere di deformazione.

When deciding the application of the Ducati Official Club trademark, the legibility of the Ducati Shield within the combined logo must be taken into account.

The Ducati Shield must have a base equal to or greater than 1 cm and the reproduction technique used must guarantee its correct reproduction avoiding any kind of deformation.

Marchio Ducati Official Club

The Ducati Official Club trademark



Esempi di applicazione

Examples of application

Patch



77x50 mm



77x50 mm



77x50 mm



77x50 mm

Spilla / Pin



35x17 mm

Il marchio Ducati Official Club

The Ducati Official Club trademark

DUCATI | Official Club

DUCATI | Official Club

DUCATI | Official Club

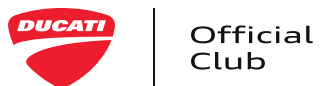
Nel marchio Ducati Official Club, lo scudetto può essere sostituito con il logo Ducati quando:

- > il marchio non può essere riprodotto in misura uguale o maggiore ad 1 cm di base,
- > ci sono limitazioni tecniche di riproduzione,
- > il prodotto dove trova applicazione ha uno sviluppo marcatamente orizzontale o verticale.

In the Ducati Official Club trademark the Shield can be replaced with the Ducati logo when:

- > the trademark reproduction base size cannot be equal to or greater than 1 cm,
- > there are technical restrictions for reproduction,
- > the development of product where the logo is applied is definitely horizontal or vertical.

Vietato Forbidden



TEXT OR LOGO



Official
Club



DUCATI | Official Club



DUCATI
Official Club



DUCATI | Official Club



DUCATI | Official Club
TEXT OR LOGO



È vietato:

- > modificare in alcun modo il marchio Ducati Official Club,
- > dividerlo per usarne solo una parte,
- > integrarlo ad altre diciture o loghi contaminando la sua distintività visiva.

It is prohibited to:

- > change the Ducati Official Club trademark in any way,
- > split the trademark and use only part of it,
- > add other elements to it, contaminating its visual distinctiveness.

Marchio Approved Ducati Official Club
The Approved Ducati Official Club trademark



Questo marchio certifica da quanto tempo il club è affiliato a Ducati.

This trademark certifies how long the Club it has been linked to the Ducati Brand.

Marchio Approved Ducati Official Club su fondi di colori diversi

The Approved Ducati Official Club trademark on different background colours



Esempi di colori generici chiari /
Examples of generic light colours

Esempi di colori generici scuri /
Examples of generic dark colours

Vietato Forbidden



Approved
Ducati Official Club



È vietato:

- > modificare in alcun modo il marchio Approved Ducati Official Club,
- > dividerlo per usarne solo una parte,
- > integrarlo ad altre diciture o loghi contaminando la sua distintività visiva.

It is prohibited to:

- > change the Approved Ducati Official Club trademark in any way,
- > split the trademark and use only part of it,
- > add other elements to it, contaminating its visual distinctiveness.

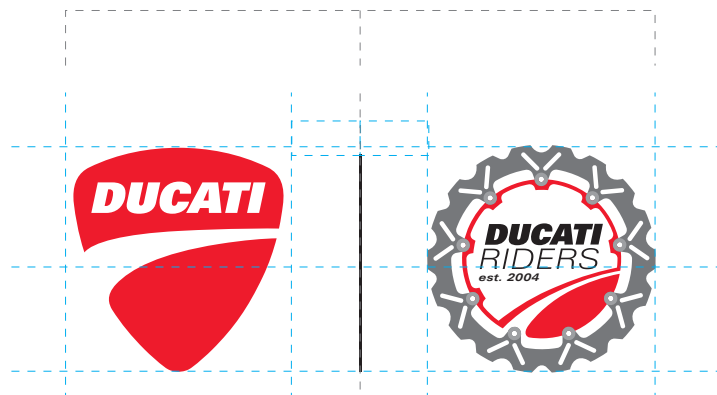
Indice

Index

> Marchio Ducati Official Club	3
The Ducati Official Club trademark	
> Combo Ducati Official Club	13
The Ducati Official Club combined logo	
> Regole per la costruzione del logo D.O.C.	20
Rules for the construction of the D.O.C. logo	

Combo Ducati Official Club

The Ducati Official Club combined logo



Ducati Official Club
Ducati Riders

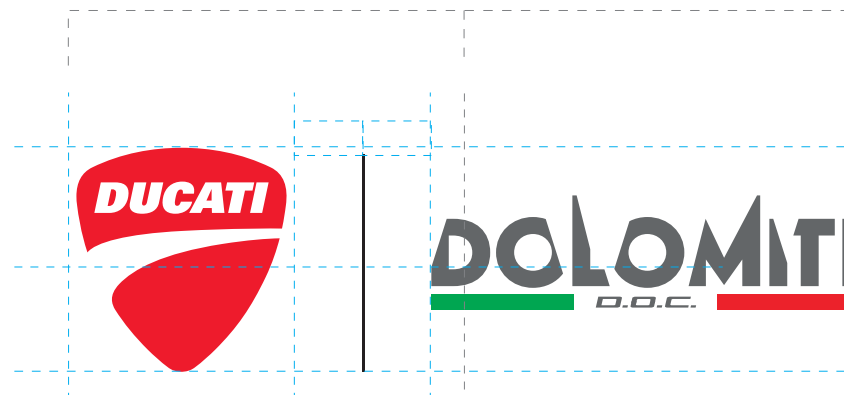
Il combo Ducati Official Club in uso ai D.O.C. è composto:

- > dal Marchio Ducati,
- > dal logo D.O.C.,
- > da una linea di separazione tra i due marchi,
- > dalla dicitura "Ducati Official Club" in font Ducati Style Extended Bold,
- > dal nome del Club in font Ducati Style Extended Regular.

Il nome del Club può essere riprodotto con il Ducati Style Extended Bold laddove la riproduzione del Regular non ne consente la leggibilità.

Il Marchio Ducati e il logo D.O.C. devono essere fra di loro proporzionati visivamente.

Se il logo D.O.C. presenta uno sviluppo marcatamente orizzontale, la scritta Ducati Official Club ed il nome del D.O.C. dovranno essere allineate centralmente rispetto allo spazio occupato dai due marchi soprastanti.



Ducati Official Club
Dolomiti

The Ducati Official Club combined logo used by the D.O.C. is made of:

- > the Ducati Shield,
- > the D.O.C. logo,
- > a line separating the two elements,
- > the "Ducati Official Club" wording in Ducati Style Extended Bold font,
- > the Club name wording in Ducati Style Extended Regular font.

The Club name can be reproduced with the Ducati Style Extended Bold font in case it is not readable if Regular font is used.

The Ducati Shield and the D.O.C. logo must be visually proportionate to each other.

If the D.O.C. logo development is distinctively horizontal, the Ducati Official Club wording and the D.O.C. name must be aligned centrally with respect to the above space where the two trademarks are reproduced.

Combo Ducati Official Club su fondi di colori diversi

Ducati Official Club combined logo on different background colours



Ducati Official Club
Ducati Riders



Ducati Official Club
Ducati Riders



Ducati Official Club
Ducati Riders



Ducati Official Club
Ducati Riders



Ducati Official Club
Ducati Riders

Colori Istituzionali / Corporate colours



Ducati Official Club
Ducati Riders



Ducati Official Club
Ducati Riders



Ducati Official Club
Ducati Riders

Esempi di colori generici chiari /
Examples of generic light colours



Ducati Official Club
Ducati Riders



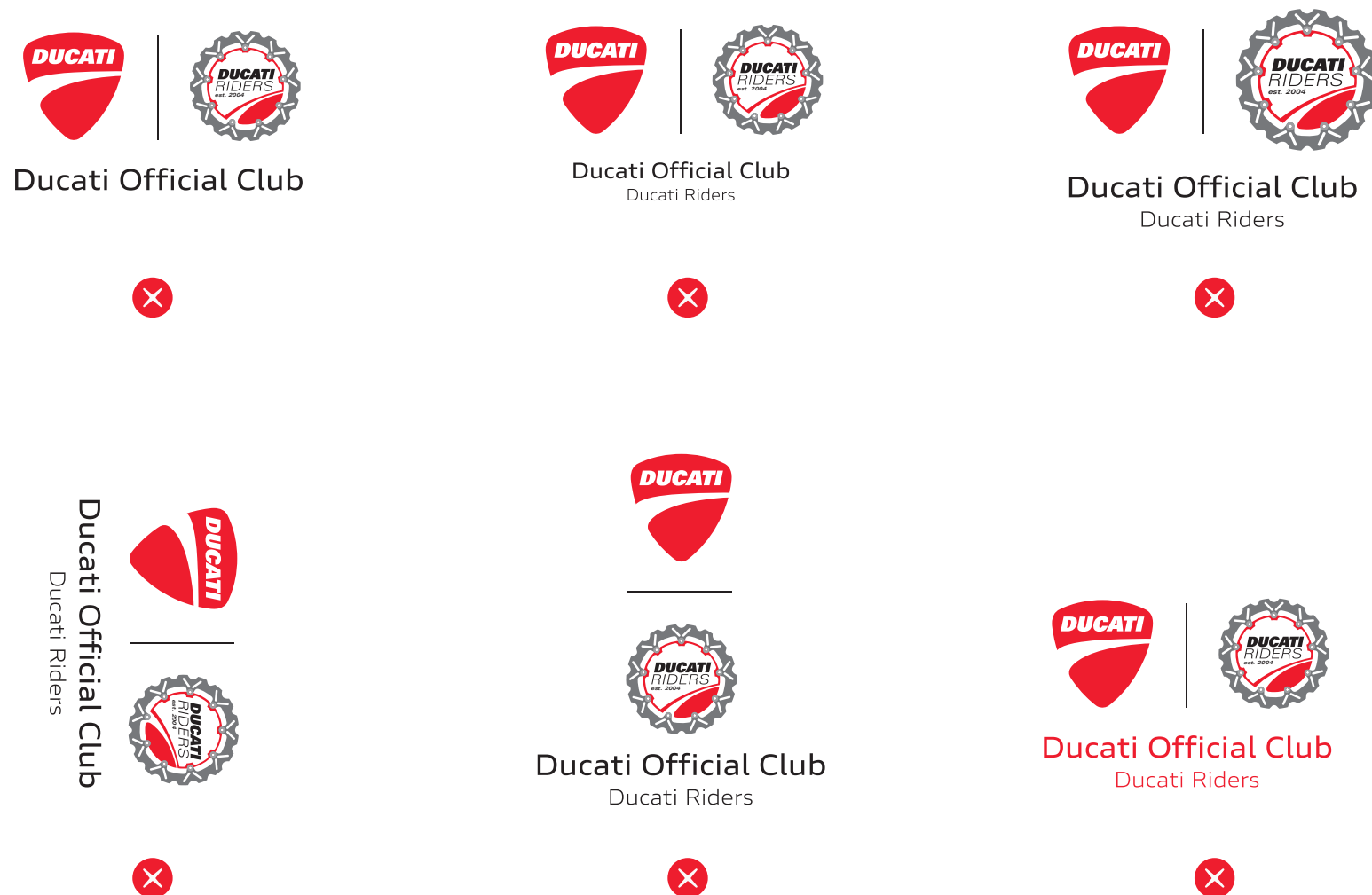
Ducati Official Club
Ducati Riders



Ducati Official Club
Ducati Riders

Esempi di colori generici scuri /
Examples of generic dark colours

Vietato Forbidden



- È vietato:
- > modificare in alcun modo il combo Ducati Official Club,
 - > integrarlo ad altre diciture o loghi contaminando la sua distintività visiva.
- It is prohibited to:
- > Change the Ducati Official Club combined logo in any way,
 - > Add other elements to it, contaminating its visual distinctiveness.

Esempi di applicazione del combo Ducati Official Club

Examples of application of Ducati Official Club combined logo

Rotolo in pvc / Pvc roll



Cappellino / Cap



Striscione / Banner



T-shirt



Fronte / Front



Retro / Back

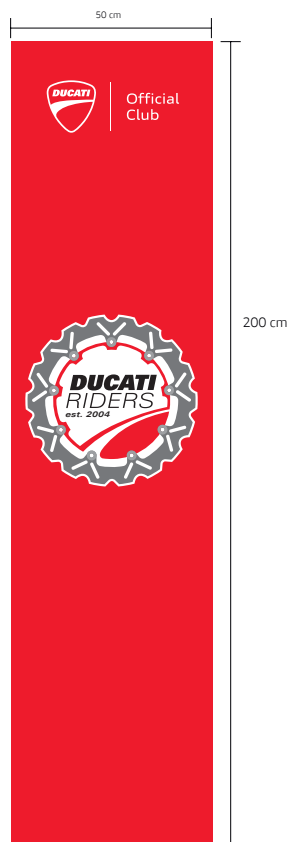
Adesivo / Sticker



Esempi di applicazione del logo D.O.C. e del marchio Ducati Official Club

Examples of application of D.O.C. logo and Ducati Official Club trademark

Bandiera / Flag



T-shirt



Rotolo in pvc / Pvc roll



In quei prodotti dove si vuole dare maggiore risalto al logo D.O.C. è possibile utilizzarlo separatamente, abbinandolo al marchio Ducati Official Club.

In products where the D.O.C logo is to be given prominence, it can be used separately together with the Ducati Official Club trademark.

Regole di utilizzo dei diversi loghi

Logos do and do not

Reason Why	Logo	Dove usare il logo Where to use the logo
Il club certifica da quanto tempo il club è legato al Brand Ducati The club certifies how long the Club it has been linked to the Ducati Brand		Punti di contatto istituzionali di Ducati/Club (2) Ducati's/Club's institutional touch points (2)
Il club comunica il suo legame con il Brand Ducati The Club communicates its connection with the Ducati Brand	 Ducati Official Club Ducati Riders	Materiali di comunicazione del club (1) Club's communication materials (1)
Il club esprime visivamente il suo amore per il Brand Ducati The Club visually expresses its love for the Ducati Brand		Ovunque Everywhere

(1) Ex. Annual Official DOC kit, DOC Events, Ducati events involving Clubs.

(2) Ex: Ducati website, Official Club Website, Social bios, Club identification Card, Club plaque.

Indice

Index

> Marchio Ducati Official Club	3
The Ducati Official Club trademark	
> Combo Ducati Official Club	13
The Ducati Official Club combined logo	
> Regole per la costruzione del logo D.O.C.	20
Rules for the construction of the D.O.C. logo	

Regole per la costruzione del Logo D.O.C.

Rules for the construction of the D.O.C. Logo

> Nel caso in cui il D.O.C. decidesse di costruire il proprio Logo inserendo Marchi Ducati, detto Logo D.O.C., potrà contenere solo ed esclusivamente i Marchi D.O.C. indicati ai seguenti punti 1, 2 e 3: / If the D.O.C. decides to construct its own Logo by inserting Ducati Trademarks, the D.O.C. Logo may only and exclusively contain the D.O.C. Trademarks indicated in points 1, 2 and 3:

1) Il Logo D.O.C. può contenere il Marchio Ducati riportato sotto che non potrà essere modificato, deformato, tagliato, scomposto interpretato con font che lo imita o assumere colori diversi da quelli istituzionali. Su sfondo bianco il logo Ducati attuale potrà essere rosso o nero su sfondo rosso o nero dovrà essere bianco. / The D.O.C. Logo can contain the Ducati Trademark shown below, which cannot be modified, deformed, cut, decomposed, interpreted with a font that imitates it or in any colour other than institutional ones. The current Ducati logo may be red or black on a white background, or white on a red or black background

DUCATI

DUCATI

DUCATI

DUCATI

2) Il Logo D.O.C. può contenere i seguenti due Marchi Ducati che non potranno essere modificati, deformati, tagliati, scomposti interpretati con font che li imitano. / The D.O.C. Logo can contain the two following Ducati Trademarks, which cannot be modified, deformed, cut, decomposed, interpreted with a font that imitates them.

DUCATI

DUCATI

3) Il logo D.O.C. può contenere i Marchi Desmo e Ducati Desmo indicati sotto che non potranno essere modificati, deformati, tagliati, scomposti interpretati con font che li imitano. / The D.O.C. Logo can contain the two Desmo and Ducati Desmo Trademarks indicated below, which cannot be modified, deformed, cut, decomposed, interpreted with a font that imitates them.

DESMO **DUCATI DESMO**

> Il D.O.C., nella costruzione del proprio Logo, può utilizzare inoltre solo la sagoma del Marchio Ducati scudetto o un'interpretazione dello stesso. Non è ammesso in nessun modo l'utilizzo della curva o un'interpretazione della stessa all'interno dello scudetto. / In addition, for the construction of its own Logo, the D.O.C. can only use the template of the Ducati Trademark shield or an interpretation of the same. It is not permitted in any way to use the curve or an interpretation of it within the shield.



Esempio ammesso di Logo D.O.C. che utilizza la forma dello scudetto / Example of permitted D.O.C. Logo using the shape of the shield



Esempio non ammesso di Logo D.O.C che utilizza la curva / Example of non-permitted D.O.C. Logo using the curve

Regole per la costruzione del Logo D.O.C.

Rules for the construction of the D.O.C. Logo

- > Il Logo D.O.C. può contenere immagini di motocicli Ducati solo se riprodotti in forma artistica (come per esempio sotto forma di disegno, rivisitazione grafica, in stile fumettistico) ma senza esporre il Marchio/nome del modello. L'interpretazione grafica della moto deve essere sottoposta all'approvazione del Centro Stile Ducati. / The D.O.C. Logo may contain images of Ducati motorcycles only if they are reproduced in artistic form (e.g. drawing, new graphic interpretation, comic-book style), but without displaying the Trademark/model name. The graphic interpretation of the motorcycle must be submitted to the approval of the Ducati Design Center.
- > Il Logo D.O.C. non deve contenere o avere riferimenti a marchi o loghi di terzi. / The D.O.C. Logo must not contain or have references to third-party trademarks or logos.
- > Il Logo D.O.C. non deve avere riferimenti politici e religiosi o essere offensivo nei riguardi di una determinata razza, religione, etnia o nazionalità. / The D.O.C. Logo must not have political or religious references or be offensive toward a particular race, religion, ethnicity or nationality.
- > Il Logo D.O.C. non deve incentivare all'uso di armi o all'abuso di alcol. / The D.O.C. Logo must not encourage the use of weapons or alcohol abuse.
- > Il Logo D.O.C. non deve contenere immagini o frasi contrari all'ordine pubblico o al buon costume e non deve essere contrario alla legge. / The D.O.C. Logo must not contain images or statements contrary to public order or morality and must not be contrary to the law.



Per informazioni o supporto rispetto all'applicazione di questa Corporate Identity contattare:
For any information or support regarding the application of this Corporate Identity, please contact:

> Paola Bosi: paola.bosi@ducati.com, Corporate and Creative Center



Allegato 4

ACCORDO SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Il presente Accordo sul Trattamento dei Dati Personali ("**DPA**") viene stipulato tra

(i) *Ducati Motor Holding S.p.A.* con sede legale in via Cavalieri Ducati n. 3 – Bologna ("**Titolare**" o "**Società**"); e

(ii) _____ con sede principale in _____ ("**Responsabile**"),

(di seguito denominati singolarmente come "**Parte**" e congiuntamente come "**Parti**").

Premesso che

1. in virtù del contratto stipulato tra il Titolare e il Responsabile in data _____ (il "**Regolamento DOC**"), il Responsabile si assume l'obbligo rispettare quanto pattuito con il Titolare;
2. l'attività svolta può di volta in volta comportare l'accesso del Responsabile o la comunicazione a quest'ultimo di informazioni del Titolare configurabili quali dati personali ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 del Consiglio e del Parlamento Europeo del 27 Aprile 2016 sulla protezione e la libertà di circolazione dei dati personali delle persone fisiche ("**GDPR**") e da ulteriori disposizioni e leggi applicabili in materia di protezione dei dati; e
3. le Parti convengono che i trasferimenti dei dati disciplinati dal DPA rientrano nell'ambito di applicazione dell'articolo 28 del GDPR e che il Responsabile si qualifica quale responsabile del trattamento ai sensi del GDPR nonché l'intenzione delle Parti è di utilizzare il DPA quale accordo contrattuale per disciplinare il trattamento dei dati.

Ciò premesso, al fine di prestare garanzie sufficienti sulla tutela della vita privata, delle libertà e dei diritti fondamentali delle persone fisiche circa il trasferimento dal Titolare al Responsabile dei dati personali, le Parti convengono quanto segue:



Articolo 1. Scopo del DPA e obblighi del Responsabile

1.1 Nel rispetto del General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 (d'ora in poi "GDPR" o Regolamento), nonché del D. Lvo n. 196/2003, "Codice in materia di protezione dei dati personali", come modificato e integrato dal D. Lvo n. 101/2018, di "Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2016/679 del parlamento europeo e del consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione e che abroga la direttiva 95/46/CE", il presente DPA è volto a disciplinare il trattamento dei dati personali svolto da _____], in qualità di Responsabile ex art. 28 del Regolamento, per conto e nell'interesse del Titolare, nell'ambito di trattative (di seguito, le "Trattative") e/o in esecuzione di contratti (di seguito, il/i "Contratto/i") relativamente ai soggetti qualificabili come interessati ai sensi dell'art. 4, comma 1, n. 1 del Regolamento.

1.2 Il Responsabile dichiara e garantisce che i dati personali con cui entrerà in contatto, tanto nell'ambito delle Trattative che in esecuzione del Contratto, sono e saranno raccolti, trattati e comunicati in conformità alla normativa di cui al Regolamento e al D. Lgs. n. 196/2003, previa idonea informativa privacy e sempre sul presupposto di una valida base giuridica.

1.3 Al riguardo, il Responsabile si impegna a tenere indenne e manlevare Ducati da ogni pregiudizio comunque derivante dalla mancata o non corretta esecuzione dei predetti obblighi, impegnandosi all'indennizzo verso Ducati in caso di danni, costi, spese (ivi incluse le spese legali) sostenute da quest'ultimo a seguito dell'eventuale irrogazione di sanzioni amministrative e/o ricorsi degli interessati.

1.4 Il Responsabile si impegna, altresì, a fornire a Ducati, dietro sua esplicita richiesta, documentazione idonea a comprovare l'assolvimento dei citati obblighi e a consentire ogni verifica che Ducati ritenga opportuno svolgere in relazione alla regolarità delle procedure adottate.

Articolo 2. Entrata in vigore e durata

2.1 Il presente DPA entrerà in vigore al momento della sua sottoscrizione per accettazione delle Parti e si applicherà ad ogni rapporto giuridico *inter partes* sottoscritto.

2.2 Durata del trattamento.

Fatte salve le disposizioni dei singoli Contratti, ove perfezionati, la durata del trattamento oggetto del presente accordo è legata agli stessi, al termine dei quali il Responsabile dovrà distruggere i dati trattati ovvero custodire, secondo le modalità di legge ed in conformità alla normativa privacy e propria policy, i dati strettamente necessari e per un periodo strettamente necessario per gli adempimenti di legge.



Articolo 3. Protezione dei dati personali di cui Ducati è Titolare

Le prescrizioni contenute nel presente articolo e negli articoli seguenti si considerano attuative delle prescrizioni legislative espresse dal Regolamento GDPR (in particolare ai sensi dell'art. 28 del Regolamento), con riferimento ai dati personali che _____ tratta per conto del Titolare.

Articolo 4. Definizioni

4.1 Le Parti convengono che i termini utilizzati in questo articolo, ma non altrimenti definiti qui di seguito o nel Contratto ove perfezionato, hanno i significati loro assegnati nel GDPR.

- "Contratto", si intendono il/i contratto/i di eventualmente stipulato/i tra il Titolare e _____, di cui il presente DPA si intende parte integrante, o comunque ogni e qualunque accordo contrattuale o altro atto giuridico intercorso tra la Ducati e _____ per disciplinare rapporti tra le Parti che implicano attività di trattamento di dati personali di cui Ducati è Titolare;
- "Diritto dell'Unione", si intende ogni fonte di diritto UE disciplinante la materia della protezione dei dati personali a cui sono soggetti il Titolare, il Responsabile ed eventuali Responsabili del responsabile;
- "Diritto o Legge dello Stato Membro", si intende ogni fonte di diritto dello Stato Membro disciplinante la materia del trattamento dei dati personali, cui sono soggetti le Parti: in particolare, il D. Lvo n. 196/2003, "Codice in materia di protezione dei dati personali", come modificato e integrato dal D. Lvo n. 101/2018 di "Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) ;
- "Regolamento", si intende il Regolamento UE 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati);
- "Dati personali trattati", si intendono i dati personali degli interessati trattati da _____ per conto del Titolare del trattamento e degli interessati medesimi, nel corso delle Trattative nonché nell'espletamento delle attività previste nel Contratto/i;
- "Trattamento", si intende qualsiasi operazione o insieme di operazioni, compiute con o senza l'ausilio di processi automatizzati e applicate a dati personali o insieme di dati personali nella disponibilità del Titolare, come la raccolta, la registrazione, l'organizzazione, la strutturazione, la conservazione, l'adattamento o la modifica, l'estrazione, la consultazione, l'uso, la comunicazione mediante trasmissione, diffusione o qualsiasi altra forma di messa a disposizione, il raffronto e l'interconnessione, la limitazione, la cancellazione o distruzione;



- “Servizi”, si intendono tutti i tipi di attività, ivi incluse quelle di cui al precedente articolo 1.2, svolte da _____ in favore del Titolare in esecuzione del presente DPA, così come del Contratto/i;
- “Titolare del trattamento”, si intende il Titolare del trattamento, così come definito all’art. 4, comma 1, n. 7) del Regolamento;
- “Responsabile del trattamento”, si intende il Responsabile del trattamento, così come definito all’art. 4, comma 1, n. 8) del Regolamento;
- “Sub-Responsabile”: si intende il Responsabile del trattamento incaricato da _____ per il trattamento di alcuni dati personali;
- “Misure di sicurezza adeguate”, si intendono le misure di sicurezza tecniche ed organizzative, così come definite dall’art. 32 del Regolamento;
- “Violazione dei dati personali”, si intende la violazione di sicurezza che comporta accidentalmente o in modo illecito la distruzione, la perdita, la modifica, la divulgazione non autorizzata o l’accesso ai dati trasmessi, conservati o comunque trattati.

Articolo 5. Condizioni Generali

5.1 _____ è stata selezionata dal Titolare per eseguire il “Contratto”, avendo questi dichiarato e garantito di fornire sufficienti garanzie nell’attuazione di adeguate misure tecniche e organizzative che soddisfino i requisiti posti dal Regolamento, garantendo la tutela dei diritti degli interessati nell’ambito dello svolgimento delle Trattative nonché nelle attività previste dall’oggetto del Contratto/i.

5.2 In relazione al trattamento dei dati personali nella disponibilità del Titolare, _____ assume la qualifica di Responsabile del trattamento, ai sensi dell’art. 28 del Regolamento, impegnandosi a limitare il trattamento a quanto strettamente necessario per l’esecuzione delle Trattative nonché del Contratto/i e a procedere al trattamento in questione soltanto sulla base delle istruzioni fornite dal Titolare mediante il contratto e il presente DPA.

5.3 _____, sottoscrivendo il presente DPA, si obbliga al rispetto dei principi e degli obblighi derivanti dal Regolamento, con particolare riferimento a quelli diretti al Responsabile del trattamento dal Regolamento e dal diritto dello Stato membro.

5.4 Gli elementi caratterizzanti il trattamento, come indicati all’art. 28, comma 3 del Regolamento, sono individuati in dettaglio come segue.

Articolo 6. Nomina di responsabili ex art. 28, comma 2 del Regolamento, nell’esecuzione dei Servizi

6.1 Il Titolare autorizza, in via generale, _____ ad avvalersi di Sub-Responsabili, in qualità di altri responsabili ex art. 28, comma 2 del Regolamento, nell’esecuzione dei Servizi (di seguito, i “Sub-Responsabili”).

6.2 I Sub-Responsabili di cui si avvale [nome del Club] sono soggetti agli stessi obblighi legislativi e contrattuali cui è soggetto _____ quale Responsabile.



6.3 In tal caso, _____ comunicherà i sub-responsabili e la loro aggiunta o sostituzione in modo tale da dare a Ducati l'opportunità di opporsi a tali modifiche.

6.4 Nel caso in cui il Responsabile, per l'esecuzione del "Contratto", si avvallesse di Sub-Responsabili stabiliti in Paesi diversi da quelli appartenenti allo Spazio Economico Europeo, il trasferimento dei dati personali sarà operato sulla base di una decisione di adeguatezza o comunque di garanzie adeguate, ai sensi degli articoli 44 e seguenti del Regolamento, ivi inclusa, se necessario, la sottoscrizione da parte dell'importatore dei dati delle clausole tipo di protezione dei dati approvate dalla Commissione europea ex art. 93, comma 2 del Regolamento o l'adozione di norme vincolanti di impresa ex art. 47 del Regolamento.

Articolo 7. Obblighi di riservatezza

Il Responsabile è tenuto alla riservatezza dei dati, anche una volta cessato il "Contratto", e deve imporre gli obblighi di riservatezza alle persone autorizzate al Trattamento dei dati personali di Ducati e dei dipendenti della stessa.

Articolo 8. Oggetto del trattamento

Gestione delle affiliazioni dei clienti Ducati attraverso la raccolta, registrazione e utilizzo dei loro dati personali.

Articolo 9. Natura del trattamento

Cartacea e informatizzata.

Articolo 10. Finalità del trattamento

Gestione dell'affiliazione dei clienti Ducati, organizzazione eventi e comunicazione

Articolo 11. Tipo di dati personali e le categorie degli interessati

- *dati personali comuni*: il nominativo;
- *dati identificativi*: indirizzo di residenza e domicilio, cittadinanza, indirizzo e-mail, numero di telefono, numero di *mobile*, codice fiscale, età, sesso, luogo e data di nascita, carta di identità,
- *categorie*: clienti affiliati al club.



Articolo 12. Obblighi del Responsabile e diritti del Titolare

12.1 Il Responsabile deve adottare tutte le misure di sicurezza necessarie affinché i dati siano trattati in modo: lecito, corretto, trasparente, con limitazione della finalità, con minimizzazione, con esattezza, con limitazione della conservazione, con integrità e riservatezza.

12.2 Il Responsabile deve adottare un adeguato livello di sicurezza tale da attenuare i rischi derivanti dalla distruzione, dalla perdita, dalla modifica, dalla divulgazione non autorizzata o dall'accesso, in modo accidentale o illegale, a dati personali trasmessi, conservati o comunque trattati.

12.3 Tenendo conto della natura del trattamento, dette misure di sicurezza, possono includere:

- la capacità di assicurare su base permanente la riservatezza, l'integrità, la disponibilità
- e la resilienza dei sistemi e dei servizi di trattamento;
- la capacità di ripristinare tempestivamente la disponibilità e l'accesso dei dati personali in caso di incidente fisico o tecnico;
- una procedura per testare, verificare e valutare regolarmente l'efficacia delle misure di sicurezza;
- prevedere una procedura interna per avvisare tempestivamente il Titolare in caso di data breach;
- tenere il registro dei trattamenti.

12.4 Il Responsabile deve assistere il Titolare, con misure di sicurezza adeguate, nell'agevolazione dell'esercizio dei diritti e nella soddisfazione delle richieste dell'interessato. 12.5 Il Responsabile deve assistere il Titolare nell'ottenimento dell'approvazione delle Autorità di controllo per la protezione dei dati personali, qualora fosse necessario.

Articolo 13. Audit di seconda parte

Il Responsabile dovrà mettere a disposizione del Titolare tutte le informazioni necessarie per dimostrare il rispetto degli obblighi previsti dalla normativa privacy vigente.

Articolo 14. Persone autorizzate al trattamento

_____ è tenuta:

14.1 nell'esercizio delle attività inerenti alle Trattative nonché al Contratto/i, ad adottare ogni misura ragionevole per assicurare l'affidabilità di ogni soggetto che avrà accesso ai dati personali nella disponibilità del Titolare, in ragione di qualunque rapporto lavorativo e di collaborazione instaurato con _____;

14.2 a garantire che i soggetti autorizzati al trattamento dei dati personali abbiano ricevuto adeguate istruzioni per il rispetto della normativa di cui al Regolamento;



Articolo 15. Potere di firma

Il presente documento dovrà essere firmato dalle Risorse delle Società che ne hanno i poteri.

Firma per il Responsabile

Firmato da _____

Nome: _____

Titolo: _____

Data: _____

Firma:



Allegato 5 Domain Name Agreement

DOMAIN NAME AGREEMENT

Il presente contratto sul nome di dominio (il "Contratto") è stipulato da e tra

DUCATI MOTOR HOLDING S.p.A., Società a Socio Unico, soggetta all'attività di Direzione e Coordinamento di Audi AG, con sede legale in via Cavalieri Ducati n. 3, Bologna - Italia, qui rappresentata dal legale rappresentante *pro-tempore* Francesco Milicia e Patrizia Cianetti (di seguito "**DUCATI**")

e

Nome del Club: _____, di nazionalità _____, codice fiscale e partita IVA _____, con sede legale in via _____, qui rappresentato dal suo legale rappresentante *pro-tempore* _____ (di seguito denominato "**D.O.C.**")

(di seguito, ciascuno singolarmente indicato anche come "Parte" e congiuntamente come "Parti")

PREMESSE

PREMESSO CHE, DUCATI è titolare esclusivo di diversi marchi, nomi di dominio e diritti di proprietà intellettuale.

PREMESSO CHE, DUCATI ha sviluppato un progetto denominato "*Ducati Official Club*" (di seguito "D.O.C.") al quale si affiliano i club che condividono i valori di Ducati, sottoscrivendo un apposito Regolamento D.O.C..

PREMESSO CHE, in virtù della loro affiliazione al "*Ducati Official Club*", tali club affiliati godono di una serie di privilegi e servizi che DUCATI mette a loro disposizione per sostenere le loro attività.

PREMESSO CHE, in considerazione del Regolamento D.O.C. ("**Regolamento D.O.C.**" Allegato 1) sottoscritto dal D.O.C. (*nome del D.O.C. specifico*) _____ ("**D.O.C.**") in data (*data di sottoscrizione del Regolamento D.O.C.*) _____ e ai fini della sua affiliazione al "*Ducati Official Club*" (di seguito "**Affiliazione D.O.C.**"), DUCATI intende autorizzare il D.O.C. a registrare ed utilizzare il nome di dominio "_____".

TUTTO CIÒ PREMESSO, in considerazione di quanto riportato sopra e dei seguenti termini e condizioni, le Parti convengono quanto segue.

Art. 1 - Premesse e Allegati



1.1. Le premesse di cui sopra e gli Allegati sono da considerare come parte integrante del presente Contratto.

Art. 2 - Ambito di applicazione del Contratto

2.1. Con riferimento al Regolamento D.O.C. sottoscritto dal D.O.C. ai fini dell'Affiliazione D.O.C., DUCATI autorizza il D.O.C. a registrare, a proprie spese, e utilizzare il nome di dominio " _____ " ("**Nome di Dominio**").

2.2. Il D.O.C. si impegna a garantire che i contenuti del sito web associato al Nome di Dominio (e più in generale le condizioni di utilizzo del Nome di Dominio) siano conformi alle disposizioni previste dal Regolamento D.O.C.

Art. 3 - Durata e risoluzione

3.1. I diritti del D.O.C. di cui al precedente articolo 2 saranno concessi fino a quando sarà in vigore la suddetta Affiliazione D.O.C. o fino a quando DUCATI eventualmente revocherà - per qualsiasi motivo - la presente autorizzazione concessa ai sensi del presente Contratto (di seguito "**Periodo**").

3.2. Alla scadenza del Periodo, il D.O.C. provvederà immediatamente (i) a trasferire, a titolo gratuito, la titolarità del Nome di Dominio a DUCATI o a un soggetto da questa indicato, oppure (ii) a cancellare, a titolo gratuito, il Nome di Dominio, a discrezione di Ducati, su semplice richiesta scritta di quest'ultima. Il D.O.C. si impegna a svolgere tutte le attività necessarie per consentire il suddetto trasferimento.

Art. 4 - Penali

4.1. Il D.O.C. dovrà corrispondere EUR 50,00 (cinquanta) al giorno per ogni giorno di ritardo nel trasferimento del Nome di Dominio a DUCATI oltre la scadenza del Periodo, ai sensi dell'art. 3.2 del Contratto. L'applicazione della penale per ritardo, ritenuta equa dalle Parti, non pregiudica e si aggiunge ai diritti di DUCATI ai sensi della Legge e del presente Contratto.

Art. 5 - Canoni e costi di mantenimento

5.1. Il D.O.C. si impegna a mantenere il Nome di Dominio durante il Periodo. In particolare, il D.O.C. sarà responsabile del pagamento di tutti i canoni di mantenimento del Nome di Dominio durante il Periodo.

5.2. Resta altresì inteso che gli eventuali costi per l'eventuale trasferimento del Nome di Dominio a DUCATI o a un soggetto da questa indicato e/o la cancellazione del Nome di Dominio - ai sensi dell'art. 3.2 - sarà totalmente a carico del D.O.C.

Art. 6 - Diritti di proprietà intellettuale di Ducati

6.1. Fatti salvi i diritti concessi nei limiti del presente Contratto e del Regolamento D.O.C., il D.O.C. (comprese le sue società controllanti e capogruppo, le sue affiliate, le sue controllate) si impegna, sia durante il Periodo che in qualsiasi momento:

i) a non depositare o tentare di depositare o utilizzare segni (come marchi, nomi di dominio o qualsiasi altro diritto di Proprietà Intellettuale) che siano identici o confondibili con i diritti di Proprietà Intellettuale di DUCATI;



ii) a non contestare la titolarità o la validità dei diritti di Proprietà Intellettuale di DUCATI, né aiutare altri a farlo, né agire in modo da compromettere o diminuire il valore degli stessi.

6.2. Il D.O.C. si impegna a non trasferire e/o cedere e/o concedere in uso e/o in licenza il Nome di Dominio a soggetti diversi da DUCATI.

Art. 7 - Garanzie e violazioni

7.1. Il D.O.C. si impegna a rispettare la normativa vigente in materia di registrazione e utilizzo del Nome di Dominio.

7.2. Nulla di quanto contenuto nel presente Contratto potrà essere interpretato come una dichiarazione o garanzia che il Nome di Dominio non stia violando alcun diritto di proprietà intellettuale valido ed esistente di terzi.

7.3. Qualora una terza parte sostenga che un diritto di proprietà intellettuale è stato violato dalla registrazione e/o dall'uso del Nome di Dominio, il D.O.C. informerà prontamente DUCATI in forma scritta e farà il possibile per far ritirare tale contestazione, trovare un compromesso o difendersi da essa, a sue spese, coordinando tutte le attività con DUCATI.

7.4. In nessun caso DUCATI potrà essere ritenuta responsabile per qualsiasi atto di violazione che possa derivare a terzi dalla registrazione e/o dall'uso del Nome di Dominio da parte del D.O.C., nonché di qualsiasi diritto di Proprietà Intellettuale di DUCATI, il cui uso sia stato eventualmente concesso al D.O.C. ai sensi del Regolamento D.O.C. e nell'ambito dell'Affiliazione D.O.C.

Art. 8 - Comunicazione

8.1. Qualsiasi avviso o comunicazione previsti dal presente Contratto saranno considerati efficaci se inviati via e-mail o fax ai seguenti rappresentanti e indirizzi o al diverso indirizzo che la Parte avrà specificato per iscritto.

A DUCATI:
club@ducati.com

Al D.O.C.:

Art. 9 - Legge applicabile e competenza

9.1. Il presente Contratto sarà interpretato ai sensi e in conformità con le leggi italiane.

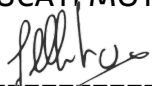
9.2. Qualsiasi disputa, controversia o reclamo derivante da, in virtù di o in relazione al presente Contratto e alle sue successive modifiche, ivi compresi, a titolo esemplificativo, la sua formazione, validità, efficacia vincolante, interpretazione, esecuzione, violazione o risoluzione, nonché i reclami extracontrattuali, saranno rimessi al e risolti dal Tribunale di _____, fatto salvo il diritto di DUCATI di intraprendere qualsiasi azione presso le autorità competenti (*ad es. OMPI, ecc.*) al fine di ottenere la cancellazione e/o il trasferimento/la riassegnazione del Nome di Dominio.



Art. 10 - Modifiche

10.1. Il presente Contratto non può essere emendato, modificato o integrato se non mediante un accordo scritto debitamente sottoscritto da entrambe le Parti.

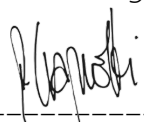
DUCATI MOTOR HOLDING S.p.A.



Francesco Milicia,
VP Global Sales and After Sales

Bologna, 04/12/2025

(data e luogo)



Patrizia Cianetti,
Direttore Marketing e Comunicazione

Bologna, 04/12/2025

(data e luogo)

D.O.C.

(nome e ruolo)

(data e luogo)



Allegato 6

D.O.C.-Dealer Relationship Golden Rules



Official
Club

Cosa dovrebbe fare un D.O.C. per il suo Concessionario?

1. Comunicazione e Pianificazione

- a) Lo staff del Club deve **mantenere una comunicazione aperta con il personale della Concessionaria**, in particolare con la direzione e con il referente assegnato (che deve essere inserito nel DCO come Supporting Dealer User).
- b) Redigere ogni anno, entro l'inizio della stagione motociclistica, un **calendario congiunto delle attività** che includa i principali eventi del Club, della Concessionaria e quelli organizzati insieme. Tenete Ducati informata di eventuali cambiamenti significativi.
- c) **Programmare incontri regolari** (almeno trimestrali) **con il Concessionario** per condividere informazioni in anticipo, aggiornamenti sulle attività e scambiarsi feedback. Preparare, insieme al Concessionario, una relazione semestrale e condividerla con Ducati entro la fine di giugno e di dicembre. Per la redazione e la condivisione del report vi invitiamo a seguire le linee guida dedicate.

2. Esperienze Locali

- a) **Collaborare con la Concessionaria per organizzare almeno 2 eventi congiunti all'anno**. Uno deve essere We Ride As One e gli altri possono essere test ride, anteprime esclusive di nuovi modelli, eventi celebrativi, corsi di sicurezza stradale, track days, uscite in moto, viaggi di più giorni, ritrovi per la visione di gare MotoGP, ecc.
- b) **Partecipare con i soci a tutte le attività congiunte** e agli **eventi organizzati dalla Concessionaria**.
- c) **Offrire supporto alla Concessionaria in almeno uno dei suoi eventi ogni anno**, ad esempio gestendo le uscite di gruppo e mettendo a disposizione soci esperti in qualità di guide.
- d) **La Concessionaria** deve essere un punto di riferimento per la comunità D.O.C.. Quando possibile, **sceglietela come luogo o punto di incontro per gli eventi del club**, ad esempio per la distribuzione del kit di benvenuto ai soci.

3. Community Management

- a) **Coinvolgere la Concessionaria nei vostri eventi**, invitando lo staff a partecipare ad attività come le uscite in moto e riservandogli un trattamento speciale.
- b) **Condividere con la Concessionaria i feedback e i suggerimenti dei soci del Club** relativi alla Concessionaria.

4. Promozione

- a) **Incoraggiare i soci a rivolgersi alla Concessionaria per prodotti e servizi e a consigliarla** ai propri contatti, ad esempio tramite passaparola, evitando di promuovere potenziali concorrenti come le officine indipendenti.
- b) **Promuovere la Concessionaria nella propria zona**, ad esempio organizzando congiuntamente un programma di referral per il Club, valido anche tra soci.
- c) **Informare la community del D.O.C. riguardo a tutte le prossime attività della Concessionaria**, soprattutto attraverso i vostri canali digitali (social media, sito web, notizie sull'App MyDucati, newsletter, ecc.).
- d) **Creare con il D.O.C. contenuti marketing durante uscite e attività selezionate**. Sono occasioni perfette per far conoscere la community Ducati e produrre materiale promozionale utilizzabile sia dalla Concessionaria che dal D.O.C..



Allegato 7

Advertising Principles del Gruppo VW



Communication and Advertising Principles

for the Volkswagen Passenger Cars brand



March 2023



Foreword

Dear colleagues,

Our common mission is to manage the Volkswagen Passenger Cars brand in a sustainable, transparent and responsible manner.

Our employees, our customers, our shareholders and the public rightfully deserve communication with respect, integrity and sincerity.

All of us who, on behalf of our brand, engage in communication and advertising messaging, carry part of the responsibility of painting the big picture: respecting our environment and treating all individuals with respect, sincerity and foremost equally. Both internally and externally, online and offline. We all demonstrate this attitude on a daily basis through responsible and conscious actions.

It's important to note that it is not about the initial intention behind our messages, but only about how these messages sit and are translated into our consumers' minds. Our incentive is to act attentively, weigh appropriately and decide farsightedly, every day.

The communication and advertising principles as well as the corresponding decision support help us fulfil our mission and claim. These instruments serve as a compass to preserve the reputation and values of the brand and actively shape the future.



Nelly Kennedy
Chief Marketing Officer

Jens Katemann
Head of Communications
Volkswagen Brand



Preliminary Remarks

The communication and advertising principles complement, among other things, the guidelines of the code of conduct and ensure that our communications, advertising activities and messages are in line with the ethical standards and corporate values of Volkswagen AG.

These principles are in line with our global standard, but also take into account the local and regional rules as well as other specificities such as cultural differences. In addition, the principles provide an overview of critical topics and representations that must be avoided in Volkswagen's communication and advertising.

1. Basic Rules

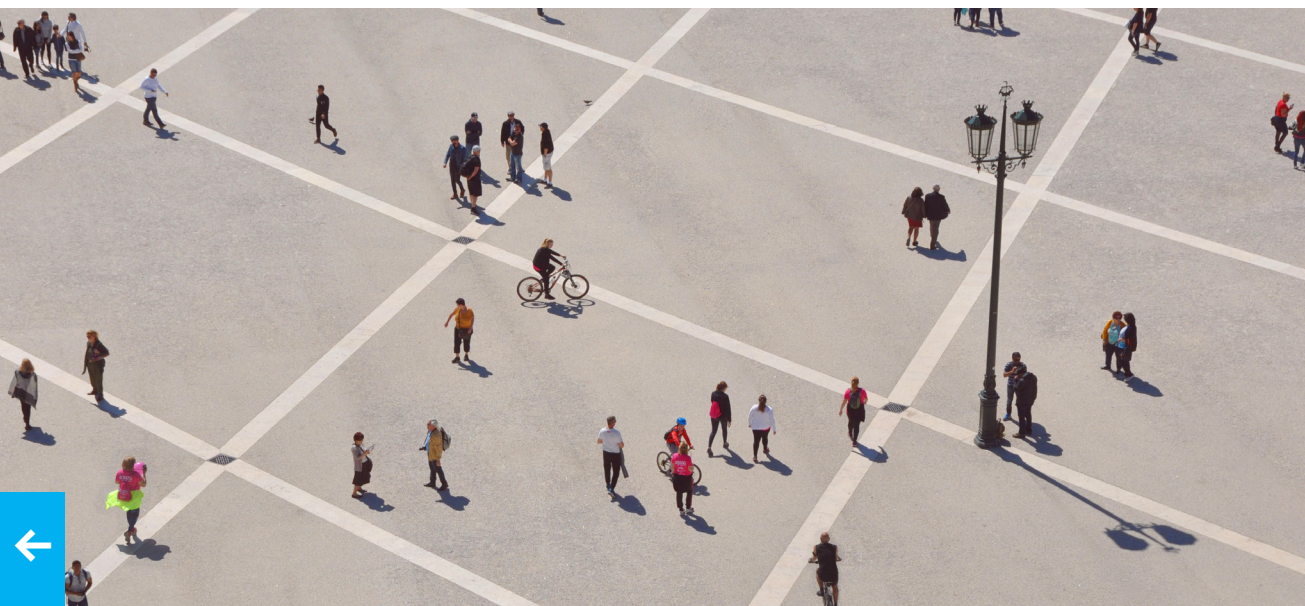
In particular, Volkswagen's communication and advertising activities do not:

- include, accept or tolerate any kind of racism or discrimination
- abuse consumer confidence or exploit lack of experience or knowledge
- contain realistically appearing horror figures
- contain mutilated people
- ridicule people with disabilities instead of promoting their inclusion
- insult or disparage religious beliefs
- portray any act of violence or war
- portray the death of a person, including suicide
- present a risk of imitating dangerous behaviour (e.g. smartphone at the wheel presented as acceptable behaviour)
- disrespect the right of privacy
- infringe rights of third parties (e.g. image copyrights, intellectual property rights)
- name or portray competitors or competing products in a discrediting, inaccurate or disparaging way
- create fear or exploit misfortune and suffering

Volkswagen promotes the following guidelines:

- When using symbols and images which have a basis in a local or indigenous culture, the company analyses the potential impact of commercialization of their symbol or image and obtains the informed consent of the representatives of this culture before using the symbols in product development or marketing processes.
- The material characteristics of the product, service or other subject of our advertising and communications are described, depicted or otherwise portrayed in a manner that is accurate and not false or misleading.
- Volkswagen marketing campaigns are reviewed especially considering vulnerable groups and groups often likely to be discriminated or which need special protection (e.g. children) to ensure that the groups do not feel degraded or the target of hatred or discrimination.
- Volkswagen identifies, assesses and monitors its risks and impacts on vulnerable groups related to content and visuals used in its communication and advertising.
- Anyone who develops communication and advertising assets must actively ensure that content is assessed and evaluated by competent, non-biased, multi-eyes principles.
- People whose names are officially associated or named with the brand must be chosen based on their integrity first (reputation etc.) and be continuously checked. People who are not named are only checked in case of suspicion. This is particularly applied to: public figures, influencers or brand ambassadors.
- Brand ambassadors are natural persons who, because of their reputation, communicative reach and/or status nationally or internationally, communicate orally, in writing or digitally as advocates and/or permit promotional communication of the types described above, including their person. This also includes, for example, testimonials and influencers.

Every agreement must be made in accordance with the applicable legal provisions as well as internal guidelines and processes, and in compliance with integrity and minimum standards.



2. Disparagement and Discrimination

Volkswagen communication and advertising activities do not contain, tolerate or stimulate:

- discrimination against people because of their gender, sexual orientation, skin colour, ancestry, ethnicity, origin, language, culture, religion, faith, political opinion, age, disability, or membership in a group or organisation
- degrading people because they are not in line with prevailing public perceptions in terms of their appearance, behaviour, characteristics or lifestyle
- any statements on violence or the trivialisation of violence towards people
- showing violence or dominant/aggressive behaviour as acceptable
- the impression that a person's dignity is not respected or that people are being objectified
- the reducing of people to their sexuality or suggestions of their sexual orientation
- exaggerated nudity conveying a degradation of gender
- any depictions of sexual or pornographic nature
- stereotypes that imply that a gender or the identification with a non-binary gender concept is inferior or unsuitable for the exercise of certain tasks or of a specific function



3. Children and Young People

Volkswagen communication and advertising activities do not contain, tolerate or stimulate:

- any behaviour of children which is not in accordance with the child's natural expressions, like sarcasm for example
- children in dangerous situations, unless this is needed to explain safety features
- criminal acts or other misconduct
- children as sexual objects
- realistic scenes which might cause stress for or fear to children, e.g. accidents, family conflicts
- any direct offer motivating children to buy or consume a product or service
- any direct invitation from children or to children for persuading their parents or others to purchase the goods or services advertised
- abuse of the special trust that children have in parents, teachers and other people of trust

4. Animals

Volkswagen communication and advertising activities do not contain, tolerate or stimulate:

- violence towards animals
- depictions of sexual or pornographic nature
- abusive behaviour towards animals as acceptable
- content in which animals are treated like objects



5. Environment

Volkswagen communication and advertising activities do not contain, tolerate or stimulate:

- violations of rules which protect the environment
- any kind of damage to the environment as acceptable
- any environment-related inadequate use of vehicles
- making fun of any behaviour aiming at environmental and resource protection

Decision Support Communication and Advertising Principles

The following questions are for reflection and decision making. They are to be answered to the best of your knowledge and conscience. They are carefully checked before publishing advertising and communication pieces. If you might consider answering “no” to one of the questions, kindly rethink your project.



How to use:

- Do the type and content of the advertising or communication pieces correspond to the legal and internal regulations, the code of conduct, the Volkswagen Group essentials and the communication and advertising principles?
(Compliance Check)
- Am I convinced that there is no violation of a prohibition of discrimination/equal treatment? Am I sure people could not feel insulted, stigmatized, degraded or discriminated against by this measure, particularly on the basis of their ethnic or national origin, gender, ideology, culture, religion, sexual orientation, skin colour, language, political views, social origin, age, disability, occupational group or other protected characteristics?
(Discrimination Check)
- Have I identified the context and potential risks that could arise from my market, my regional culture and history, my current societal environment and current events, and factored them into my decision?
(Context Check)
- Are the messages, content and type set in such a way that people, nature/environment and animals are presented respectfully, appreciatively and appropriately?
(Environment Check)
- Would I implement these measures if I myself or my family members (e.g. my children) or friends were involved?
- Would I implement these measures if I had to show it to my family or friends?
- Would I present these measures to an audience of friends or customers from other religious, ethnic or cultural background than myself?
(Involvement Check)
- Am I convinced that the type and content of these measures will be interpreted and understood in the interests of the company in public?
(Officiality Check)



Allegato 8

Linee Guida ACEM



Commitment to the European Road Safety Charter

Promotion & Advertising guidelines

The ACEM Promotion & Advertising guidelines commitment covers the following areas and entails the following actions:

1. Safety-oriented powered two-wheelers advertising content:
 - o All riders and passengers shown in a riding position shall always wear a certified helmet and be shown in compliance with the relevant road safety regulations.
 - o All promotion & advertisements, where deemed appropriate, shall show an insignia or a message denoting a helmet and a text recommending riders to ride responsibly and wear a certified helmet (e.g.: "ride safely, wear a helmet").
 - o When appropriate the advertisement shall indicate that the pictures have been shot on a circuit/closed road with a professional rider.
2. Promotion of safety-enhancing features:
 - o Manufacturers shall include in any promotion & advertisement details of any safety-enhancing features of the advertised powered two-wheeler.
3. Promotion of dealer training programmes:
 - o Manufacturers acknowledge the need for joint development and promotion of dealer training programmes on the Promotion & Advertising guidelines.
 - o Manufacturers shall include in any dealer training details of any safety-enhancing features of their powered two-wheelers with the corresponding promotional material.
4. Media information:
 - o Manufacturers shall inform the Media about and supply them with the ACEM Promotion & Advertising guidelines, with respect to the on-road testing of powered two-wheelers.

The ACEM Promotion and Advertisement guidelines will be implemented from January 2007. A transitional period of 12 months is foreseen for notification to the importers/distributors/dealers and clearing of the existing promotion & advertisement material.

A yearly monitoring will be undertaken under the responsibility of ACEM.