

COCA-COLA ITALIA S.R.L.

Modello di Organizzazione Gestione e Controllo

D. Lgs. 231/2001

P a r t e S p e c i a l e
- 7 -

**Reati in materia di segni di riconoscimento
e contro l'industria e il commercio**

Edizione dicembre 2011

Reati in materia di segni di riconoscimento
e contro l'industria e il commercio

INDICE

PARTE SPECIALE – 7 –

1.	Le fattispecie dei reati della Parte Speciale 7 (art. 25-bis e 25-bis. 1).....	4
	<i>REATI IN MATERIA DI SEGNI DI RICONOSCIMENTO</i>	4
	a. Contraffazione, alterazione o uso di marchi o segni distintivi ovvero di brevetti, modelli e disegni – Art. 473 c. p.	4
	b. Introduzione nello Stato e commercio di prodotti con segni falsi – Art. 474 c. p.	5
	<i>DELITTI CONTRO L'INDUSTRIA E IL COMMERCIO</i>	6
	a. Turbata libertà dell'industria o del commercio – Art. 513 c. p.....	6
	b. Illecita concorrenza con minaccia o violenza – Art. 513-bis c. p.	6
	c. Frodi contro le industrie nazionali - Art. 514 c. p.....	6
	d. Frode nell'esercizio del commercio - Art. 515 c. p.	6
	e. Vendita di prodotti industriali con segni mendaci – Art. 517 c. p.	7
	f. Fabbricazione e commercio di beni realizzati usurpando diritti di proprietà industriale – Art. 517-ter.....	7
2.	Funzione della Parte Speciale – 7 -	8
3.	Processi Sensibili nell'ambito di questa parte speciale	9
4.	Le fattispecie di reati in materia di segni di riconoscimento e opere dell'ingegno	10
	4.1 La normativa di riferimento.	10
	4.2 Marchio, ditta e segni distintivi.	10
	4.3 Invenzioni industriali (brevetti).	11
	4.4 Le sanzioni del D.Lgs. n. 231/2001.	12
5.	Regole generali.....	13
	5.1 Il sistema in linea generale.....	13
	5.2 Principi generali di comportamento	13
6.	Procedure specifiche	15
7.	I controlli dell'OdV	16

1. Le fattispecie dei reati della Parte Speciale 7 (art. 25-bis e 25-bis. 1)

Per quanto concerne la presente Parte Speciale n. 7, si provvede, nel seguito, a fornire una breve descrizione dei reati inseriti all'art. 25-bis¹ e 25-bis.1² del D. Lgs.231/2001, sostituiti e aggiunti dal comma 7 dell'art. 15, L. 23 luglio 2009, n. 99.



REATI IN MATERIA DI SEGNI DI RICONOSCIMENTO

a. Contraffazione, alterazione o uso di marchi o segni distintivi ovvero di brevetti, modelli e disegni – Art. 473 c. p.

Commette il reato in questione chiunque, potendo conoscere dell'esistenza del titolo di proprietà industriale, contraffà o altera marchi, segni distintivi, sia nazionali che esteri, di prodotti industriali, brevetti, disegni e modelli industriali.

Commette, altresì, il reato in esame chiunque, anche se non partecipa attivamente alla contraffazione o all'alterazione, fa uso di tali marchi, segni distintivi o brevetti contraffatti.

Affinché la fattispecie possa considerarsi realizzata, è necessario, peraltro, che i marchi, i segni distintivi, i brevetti, disegni e modelli, siano stati regolarmente registrati o brevettati, secondo le norme interne o le convenzioni internazionali.

(¹) Art. 25-bis. Falsità in monete, in carte di pubblico credito, in valori di bollo e in strumenti o segni di riconoscimento.

1. In relazione alla commissione dei delitti previsti dal codice penale in materia di falsità in monete, in carte di pubblico credito, in valori di bollo e in strumenti o segni di riconoscimento, si applicano all'ente le seguenti sanzioni pecuniarie:

- a) per il delitto di cui all'articolo 453 la sanzione pecuniaria da trecento a ottocento quote;
- b) per i delitti di cui agli articoli 454, 460 e 461 la sanzione pecuniaria fino a cinquecento quote;
- c) per il delitto di cui all'articolo 455 le sanzioni pecuniarie stabilite dalla lettera a), in relazione all'articolo 453, e dalla lettera b), in relazione all'articolo 454, ridotte da un terzo alla metà ;
- d) per i delitti di cui agli articoli 457 e 464, secondo comma, le sanzioni pecuniarie fino a duecento quote;
- e) per il delitto di cui all'articolo 459 le sanzioni pecuniarie previste dalle lettere a), c) e d) ridotte di un terzo;
- f) per il delitto di cui all'articolo 464, primo comma, la sanzione pecuniaria fino a trecento quote;
- f-bis) per i delitti di cui agli articoli 473 e 474, la sanzione pecuniaria fino a cinquecento quote.

2. Nei casi di condanna per uno dei delitti di cui agli articoli 453, 454, 455, 459, 460, 461, 473 e 474 del codice penale, si applicano all'ente le sanzioni interdittive previste dall'articolo 9, comma 2, per una durata non superiore ad un anno

(²)Art 25-bis.1. Delitti contro l'industria e il commercio.

1. In relazione alla commissione dei delitti contro l'industria e il commercio previsti dal codice penale, si applicano all'ente le seguenti sanzioni pecuniarie:

- a) per i delitti di cui agli articoli 513, 515, 516, 517, 517-ter e 517-quater la sanzione pecuniaria fino a cinquecento quote;
- b) per i delitti di cui agli articoli 513-bis e 514 la sanzione pecuniaria fino a ottocento quote.

2. Nel caso di condanna per i delitti di cui alla lettera b) del comma 1 si applicano all'ente le sanzioni interdittive previste dall'articolo 9, comma 2

La giurisprudenza ha indicato che si può intendere l'attività di contraffazione, in tema di marchi, come quelle operazioni che «fanno assumere al marchio falsificato caratteristiche tali da ingenerare confusione sulla autentica provenienza del prodotto, con possibile induzione in inganno dei compratori»⁽³⁾, mentre l'alterazione può essere considerata come una più semplice modificazione parziale di un marchio registrato, che viene ottenuta mediante l'eliminazione o aggiunta di elementi costitutivi marginali, in cui, peraltro, possono anche essere incluse le condotte di imitazione di marchi genuini. La stessa giurisprudenza, peraltro, ritiene comunque che in entrambe le condotte esposte l'imitazione che si pone in essere debba essere di un elevato livello, in mancanza del quale, si ritiene, non può esserci lesione della buona fede del consumatore, bene che la norma mira a tutelare.

Per il caso dei brevetti, invece, la giurisprudenza considera integrata la condotta di contraffazione non solo quando c'è una «riproduzione pedissequa del prodotto o del procedimento per i quali è stato concesso il brevetto» ma anche quando solamente non sia presente una «idea inventiva priva del carattere di concreta novità» e che si limiti a «riprodurre mediante soluzioni banali e ripetitive la struttura generale oggetto del brevetto, non apportando alcun elemento di concreta novità».

In relazione, invece, al significato di uso di marchi, segni distintivi o brevetti contraffatti, deve intendersi l'apposizione del marchio o del segno distintivo su un determinato prodotto, ovvero lo sfruttamento dell'opera dell'ingegno tutelata da brevetto.

Con l'introduzione, nella riformulazione dell'articolo del 2009 dell'art. 473 c.p., della locuzione “potendo conoscere l'esistenza del titolo di proprietà industriale”, diventa necessario per le aziende, ogniqualvolta debbano registrare un marchio, logo o brevettare una qualsiasi opera dell'ingegno, compiere complete e penetranti ricerche sulla possibile esistenza anteriore di segni distintivi già registrati o opere dell'ingegno già brevettate.

b. Introduzione nello Stato e commercio di prodotti con segni falsi – Art. 474 c. p.

La condotta descritta dalla norma dispone una sanzione quando, al di fuori dei casi previsti dall'articolo precedentemente esaminato, si introducono nel territorio dello Stato per trarne profitto, si pongono in vendita sia in Italia che all'estero, si detengono per vendere, si mettono in altro modo in circolazione prodotti industriali con marchi o altri segni distintivi, sia nazionali che esteri, contraffatti o alterati, al fine di trarre profitto.

⁽³⁾ Cass., 8 novembre 1956, in *Riv. Pen.*, 1957, II, 682; Cass. 25 ottobre 1972, in *Giur. It.*, 1973, II, 497; Cass. 10 dicembre 1974, in *Riv. Pen.*, 1975, 1031.

Anche per quanto riguarda questo reato, è necessario che i marchi e i segni distintivi (contraffatti) siano regolarmente registrati ai sensi della normativa nazionale o internazionale.

Affinché si integri la condotta del reato, è necessario che chi lo commette abbia come fine il raggiungimento di un "profitto". E' da intendersi come "profitto" ogni vantaggio economico, o economicamente valutabile, che una persona, fisica o giuridica, può ottenere, in qualsiasi modo, anche, ad esempio, sotto forma di mancata spesa.



DELITTI CONTRO L'INDUSTRIA E IL COMMERCIO

a. Turbata libertà dell'industria o del commercio – Art. 513 c. p.

Il reato in esame tutela il normale esercizio dell'attività industriale o commerciale, visto che punisce chiunque adoperi violenza sulle cose ovvero mezzi fraudolenti per impedire o turbare l'esercizio di un'industria o di un commercio.

b. Illecita concorrenza con minaccia o violenza – Art. 513-bis c. p.

Tale fattispecie mira a punire chiunque, nell'ambito di un'attività commerciale, industriale o comunque produttiva, commetta atti di concorrenza, usando violenza o minacce. L'articolo prevede delle aggravanti qualora tali atti riguardino attività finanziate, anche solo parzialmente, dallo Stato o da altri enti pubblici.

c. Frodi contro le industrie nazionali – Art. 514 c. p.

Il reato in esame punisce chi ponendo in vendita, o mettendo in altro modo in circolazione, prodotti industriali contrassegnati da marchi, nomi o segni distintivi contraffatti o alterati, cagiona un nocumento all'industria nazionale.

Questa ipotesi, peraltro, dà rilievo non solo ai marchi e segni distintivi registrati secondo la normativa nazionale od internazionale, ma anche a quelli che non lo sono, sancendo, quindi, un'ampia protezione del bene tutelato.

d. Frode nell'esercizio del commercio – Art. 515 c. p.

L'articolo in esame prevede che sia punito chiunque, nell'esercizio di un'attività commerciale, ovvero in uno spaccio aperto al pubblico, consegna all'acquirente una cosa mobile per un'altra, ovvero una cosa mobile, per origine, provenienza, qualità o quantità, diversa da quella dichiarata o pattuita. Tale fattispecie trova il proprio fondamento nell'esistenza di un contratto tra due parti.

e. Vendita di prodotti industriali con segni mendaci – Art. 517 c. p.

L'art. 517 c.p. punisce chiunque ponga in vendita, o metta altrimenti in circolazione opere dell'ingegno o prodotti industriali con nomi, marchi o segni distintivi nazionali o esteri, in modo da indurre in inganno il compratore sull'origine, provenienza o qualità dell'opera o del prodotto.

A differenza di quanto previsto dagli artt. 473 e 474 c.p., affinché il reato in esame venga ad esistenza, non è necessario che i nomi, i marchi, i segni distintivi siano registrati secondo le normative nazionali ed internazionali. Il bene tutelato, in questo caso, non è la fede pubblica, come si è potuto riscontrare in molti dei reati esaminati, ma l'ordine economico in senso generale, e quindi il potenziale acquirente dei beni messi in commercio secondo le modalità esposte.

f. Fabbricazione e commercio di beni realizzati usurpando diritti di proprietà industriale – Art. 517-ter.

L'articolo in esame, introdotto dalla l. 23 luglio 2009, n. 99, punisce chiunque fabbrichi o adoperi industrialmente oggetti o altri beni realizzati usurpando i diritti o in violazione di un titolo di proprietà industriale e chi, pur essendo a conoscenza dell'esistenza di tale titolo, introduca nel territorio dello Stato, o detenga per la vendita, ponga in vendita con offerta diretta ai consumatori o metta altrimenti in circolazione i suddetti oggetti e beni.

Anche in questo caso, si prevede espressamente che i diritti e i titoli di proprietà industriale tutelati dalla norma siano solo quelli regolarmente registrati ai sensi della normativa nazionale ed internazionale.

*

2. Funzione della Parte Speciale – 7 –

La presente Parte Speciale si riferisce a comportamenti posti in essere dagli Organi Sociali, Dipendenti, nonché dai Consulenti e *Partner* della Società, come già definiti nella Parte Generale, eventualmente coinvolti nei Processi Sensibili.

Obiettivo della presente Parte Speciale è che tutti i Destinatari, come sopra individuati, adottino regole di condotta conformi a quanto prescritto dalla stessa al fine di impedire il verificarsi dei Reati in essa considerati.

Nello specifico, la presente Parte Speciale ha lo scopo di:

- a) dettagliare le procedure che i Destinatari sono chiamati ad osservare ai fini della corretta applicazione del Modello;
- b) fornire all'OdV, e ai responsabili delle altre funzioni aziendali che con lo stesso cooperano, gli strumenti esecutivi per esercitare le attività di controllo, monitoraggio e verifica previste.

*

3. Processi Sensibili nell'ambito di questa parte speciale

I principali Processi Sensibili sono elencati nell'Allegato B della Parte Generale.

*

4. Le fattispecie di reati in materia di segni di riconoscimento e opere dell'ingegno

Con i termini “*proprietà industriale*” si fa riferimento genericamente ad un concetto di proprietà che è il risultato della creatività degli uomini.

La proprietà industriale è una delle possibili espressioni che si può ricondurre al più ampio *genus* della proprietà intellettuale.

Rientrano nell'ambito della proprietà industriale i marchi e i brevetti.

4.1 La normativa di riferimento.

Il legislatore ha raccolto, in un unico complesso normativo, gran parte delle norme sostanziali e procedurali concernenti i diritti di proprietà industriale: il D. Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 “*Codice della proprietà industriale, a norma dell'articolo 15 della L. 12 dicembre 2002, n. 273*” (c.d. Codice della Proprietà Industriale).

All'art. 1 il decreto specifica che la nozione di “proprietà industriale” comprende i concetti di: **(i)** marchio e altri segni distintivi, indicazioni geografiche, denominazioni di origine, disegni e modelli; **(ii)** invenzioni, modelli di utilità, topografie dei prodotti a semiconduttori, informazioni aziendali riservate e nuove varietà vegetali (brevetti).

Alle disposizioni del decreto citato, vanno aggiunte anche le normative di origine internazionale e comunitaria, tra cui la Convenzione di Parigi del 1883 e il Regolamento Comunitario sul marchio n. 40 del 1994.

A completamento del panorama legislativo concernente la ditta e l'insegna è da ricordare, infine, anche la disciplina posta dal codice civile, ai Capi III e IV, del Titolo VIII del Libro Quinto, sub. artt. 2563 – 2574.

4.2 Marchio, ditta e segni distintivi.

Per “*marchio*” si intende il segno distintivo dei prodotti o dei servizi dell'impresa, avente le seguenti principali funzioni:

- differenziazione dei prodotti di un'impresa da quelli dei concorrenti;
- indicazione della provenienza del prodotto (riconducibilità ad uno specifico produttore);
- garanzia di qualità del prodotto, come conseguenza di politica e serietà aziendale.

La tutela del marchio può essere ottenuta dal titolare del medesimo attraverso la registrazione presso le autorità competenti (per l'Italia Ufficio Marchi e Brevetti; possono essere effettuate anche registrazioni comunitarie e internazionali per le quali sono previste apposite procedure).

Attraverso la registrazione viene riconosciuto, in via di estrema sintesi, al titolare del marchio il diritto esclusivo di utilizzarlo e di poterne disporre liberamente, potendo, di contro, impedire che soggetti terzi utilizzino il marchio stesso.

Affinché un marchio possa essere registrato validamente, deve possedere i seguenti requisiti:

- *liceità*: ovvero, la sua non contrarietà a norme imperative, all'ordine pubblico e al buon costume;
- *verità*: non deve contenere al suo interno segni idonei ad ingannare il pubblico;
- *originalità*: composto, cioè, in modo da consentire l'individuazione dei prodotti contrassegnati fra tutti quelli dello stesso genere presenti sul mercato;
- *novità*: aspetto complementare all'originalità, ma da questa distinto, concernente la sua distinguibilità da altri marchi già esistenti.

La “*ditta*”, sebbene non espressamente inclusa nel novero degli strumenti giuridici tutelati dalle norme in esame, viene, comunque, ricondotta alla più ampia categoria dei segni distintivi: essa ha il compito di individuare e distinguere l'imprenditore.

4.3 Invenzioni industriali (brevetti).

Le “*invenzioni industriali*” sono idee creative che appartengono al campo della tecnica, consistendo nella soluzione originale ad un problema tecnico, suscettibile di applicazione concreta nel settore della produzione di beni o servizi.

Il brevetto è un titolo giuridico in forza al quale viene conferito un monopolio temporaneo di sfruttamento dell'invenzione.

Possono formare oggetto di brevetto per invenzione industriale le idee inventive raggruppabili in tre macro-categorie:

- (i) *invenzioni di prodotto*: che hanno ad oggetto un nuovo prodotto materiale;
- (ii) *invenzioni di procedimento*: che consistono in un nuovo metodo di fabbricazione di prodotti mediante, ad esempio, un nuovo processo di lavorazione;
- (iii) *invenzioni derivate*: che sono elaborate partendo dalla base di una precedente invenzione.

Affinché un'invenzione industriale possa essere brevettata deve avere le seguenti caratteristiche:

- *industrialità*: l'invenzione deve essere suscettibile di applicazione industriale;

- *novità*: l'invenzione deve innovare il panorama tecnico di riferimento (cd stato della tecnica);
- *liceità*: intesa come non contrarietà a norme imperative, all'ordine pubblico e al buon costume.

Situazione peculiare rivestono i “*modelli di utilità*”, i quali, consistendo in un *quid* volto a dare maggiore efficacia all'impiego di macchinari e prodotti già esistenti, presuppongono un'invenzione già esistente a cui possano essere applicati.

Diversa è, ancora, la funzione dei “*disegni e modelli*”: il brevetto, in questo caso, fornisce tutela ad alcune categorie di prodotti industriali consistenti in uno speciale ornamento, peculiare per la forma o per una particolare combinazione di linee e colori.

Il brevetto mira a tutelare l'inventore sia sotto un profilo morale (essere riconosciuto autore dell'invenzione) che patrimoniale (essere riconosciuto titolare dei diritti di sfruttamento economico dell'invenzione).

La concessione di un brevetto, da parte delle competenti Autorità (in particolare per l'Italia l'Ufficio Brevetti e Marchi), avviene a fronte dello svolgimento di una specifica procedura (cd. procedura di brevettazione).

4.4 Le sanzioni del D.Lgs. n. 231/2001.

Il D. Lgs 231/2001 stabilisce diverse sanzioni nei confronti degli enti che vengono giudicati responsabili in via amministrativa dei reati oggetto della presente Parte Speciale 7. Tali sanzioni si vanno a sommare alle tutele civilistiche e penali esperibili nei confronti della persona fisica che commette materialmente la condotta descritta dalla norma. In particolare, il decreto prevede:

- a) per quanto concerne i reati di cui al 473 e 474 c.p., elencati all'art. 25-bis del decreto:
 - la sanzione pecuniaria fino a cinquecento quote;
 - sanzioni interdittive non superiori ad un anno;
- b) per quanto riguarda i reati di cui agli artt. 513, 515, 517 e 517-ter c.p., previsti dal decreto all'art. 25-bis.1:
 - la sanzione pecuniaria fino a cinquecento quote;
- c) per i reati di cui agli artt. 513-bis e 517 c.p.:
 - la sanzione pecuniaria fino a ottocento quote;
 - sanzioni interdittive.

5. Regole generali

5.1 Il sistema in linea generale

Nell'espletamento di tutte le attività attinenti la promozione dei prodotti, incluse in particolar modo le attività di marketing, nonché nello svolgimento dell'attività di consulenza che vede coinvolta la divisione Servizi, oltre alle regole di cui al presente Modello, i Dipendenti i Consulenti/*Partner* di Coca-Cola Italia S.r.l., nella misura necessaria alle funzioni dagli stessi svolte, devono in generale conoscere e rispettare le regole dettate dalla Società in merito allo sfruttamento di qualsiasi tipologia di privativa industriale.

5.2 Principi generali di comportamento

La presente Parte Speciale prevede l'espresso divieto a carico dei Dipendenti, Consulenti/*Partner* di Coca-Cola Italia S.r.l. di:

- porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti tali che integrino, direttamente o indirettamente, le fattispecie di reato rientranti tra quelle sopra considerate;
- violare i principi e le procedure esistenti in azienda e/o previste nella presente Parte Speciale.

La presente Parte Speciale prevede, conseguentemente, l'espresso obbligo a carico dei soggetti sopra indicati di:

1. tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e delle procedure aziendali interne;
2. effettuare con tempestività, correttezza e buona fede tutte le comunicazioni previste ai sensi delle procedure aziendali nei confronti delle funzioni preposte alla gestione dei brevetti, marchi, opere dell'ingegno e segni distintivi e dell'OdV, non frapponendo alcun ostacolo all'esercizio delle funzioni di vigilanza da queste eventualmente esercitate.

La presente Parte Speciale prevede, conseguentemente, l'espresso obbligo a carico dei soggetti sopra indicati di:

- a) verificare, o far verificare dagli organi competenti, prima della registrazione di ogni marchio, logo o qualsiasi segno distintivo (inclusi nomi a dominio), che gli stessi non siano già stati registrati, sia a livello nazionale, che internazionale, che comunitario;
- b) ottenere, per ogni segno distintivo o opera dell'ingegno utilizzato dalla Società, di cui la stessa non è titolare, un regolare contratto di licenza;
- c) non utilizzare alcun tipo di segno distintivo o opera dell'ingegno di cui l'azienda non è titolare e per il quale non è stata concessa regolare licenza;

- d) non contraffare o alterare in alcun modo marchi e segni distintivi, la cui titolarità è riconducibile ad altre aziende;
- e) non porre in essere campagne marketing (incluse le campagne online, la realizzazione di brochures o di opuscoli) che sfruttino nomi e/o marchi di terzi; informare le agenzie che si occupano delle campagne marketing per conto di Coca-Cola Italia S.r.l. del divieto di utilizzare in dette campagne nomi o marchi di terzi senza una regolare licenza o autorizzazione;
- f) non utilizzare informazioni e processi che siano oggetto di diritti di privativa di terzi, in particolare nell'ambito dello svolgimento dell'attività di consulenza.

6. Procedure specifiche

Ai fini dell'attuazione delle regole elencate al precedente capitolo 5, devono rispettarsi, oltre ai principi generali contenuti nella Parte Generale del Modello, le procedure specifiche qui di seguito descritte, al fine di prevenire la commissione dei reati di cui alla presente parte speciale:

- verifica approfondita, sia a livello nazionale, che internazionale, attraverso le banche dati dell'Ufficio Brevetti e Marchi o qualsiasi altro mezzo idoneo, dell'esistenza pregressa di marchi o segni distintivi già esistenti, prima della registrazione di ogni marchio e segno;
- coordinarsi con le funzioni preposte, anche di gruppo, prima di procedere a qualsivoglia registrazione di segni distintivi (inclusi i nomi a dominio);
- verifica della titolarità, anche tramite le funzioni a ciò preposte a livello di gruppo, di ogni marchio, brevetto od altra opera dell'ingegno, da parte di ogni concessionario, prima della stipulazione di un contratto di licenza;
- nell'ambito dell'attività di consulenza non utilizzare e divulgare informazioni inerenti processi specifici di terzi, ovvero replicare o utilizzare processi, che siano oggetto di diritti di privativa di terzi;
- prima di porre in essere campagne marketing, assicurarsi che le funzioni presposte all'interno della società, qualora la campagna sia sviluppata internamente da Coca-Cola Italia S.r.l., ovvero le agenzie che si occupano per conto di Coca-Cola Italia S.r.l. delle citate campagne, abbiano compiuto le necessarie verifiche che il materiale utilizzato per dette campagne non violi i diritti di proprietà industriale di terzi.

7. I controlli dell'OdV

Fermo restando il potere discrezionale dell'OdV di attivarsi con specifici controlli a seguito delle segnalazioni ricevute (si rinvia a quanto esplicitato nella Parte Generale del presente Modello), l'OdV effettua periodicamente controlli a campione sulle attività potenzialmente a rischio di reati in tema di proprietà intellettuale, in relazione alle regole di cui al presente Modello e, in particolare, alle procedure interne in essere.

A tal fine, all'OdV viene garantito - nel rispetto della normativa vigente, per esempio in tema di *privacy* - libero accesso a tutta la documentazione aziendale rilevante.

*