

Allegato 4

**FADEM s.r.l.**

# **CODICE ETICO**

APPROVATO DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN DATA 25.09.2024

## PREMESSA

L'evoluzione di un mercato libero e concorrenziale comporta pressioni di competitività non sempre agevoli da affrontare e richiede un costante monitoraggio ed un continuo aggiornamento delle competenze professionali. In questo scenario è fondamentale investire nello sviluppo delle persone, nell'ottimizzazione dei processi, nelle nuove tecnologie e nell'applicazione di regole basate sulla correttezza dei comportamenti.

La **FADEM S.r.l.** (di seguito la "**Società**"), anche in relazione alle attività poste in essere dalle società del gruppo di appartenenza per le quali la Società esercita i poteri di direzione e coordinamento, ricerca e promuove la qualità dei servizi resi alla clientela, con l'obiettivo di creare valore nel tempo per tutti i portatori di interesse (*stakeholders*), instaurando relazioni durature, basate sull'integrità e sulla legalità dei comportamenti, nonché sulla fiducia, sulla competenza e sulla trasparenza nei rapporti.

Il presente Codice Etico (di seguito, il "**Codice**") traduce in principi e norme di comportamento i criteri etici adottati nel bilanciamento di aspettative ed interessi degli interlocutori coinvolti ed è quindi uno strumento di gestione strategica, oltre che di governo delle relazioni e dei comportamenti nel processo di creazione del valore.

## DESTINATARI DEL CODICE

Destinatari del codice etico sono tutti i soggetti legati alla società da rapporti di natura lavorativa, professionale o commerciale e quindi gli amministratori, i dipendenti, i collaboratori, i clienti, i fornitori e tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, operano con la stessa (di seguito i "**Destinatari**").

## 2. - OBIETTIVI DEL CODICE

Il Codice nasce con lo scopo di assicurare la diffusione dei valori portanti della Società e la loro comprensione e interiorizzazione da parte dei Destinatari, al fine di prevenire ragionevolmente i comportamenti illeciti e di perseguire obiettivi sociali che, insieme a quelli della crescita economica, determinano la legittimazione e la reputazione della Società stessa.

Il Codice, in particolare, è l'enunciazione dell'insieme dei doveri e delle responsabilità che ciascun Destinatario assume nei confronti di tutti gli altri *stakeholders* (azionisti, personale interno ed esterno, clienti, fornitori e clientela).

Ai Destinatari del Codice è richiesto di:

- agire e comportarsi in linea con quanto indicato nel Codice stesso;
- rispettare le politiche e le procedure interne che trovano una loro fonte anche nel Codice;
- segnalare all'Organismo di Vigilanza 231/2001 e/o al proprio superiore gerarchico tutte le violazioni del codice, non appena ne vengano a conoscenza;
- consultare il proprio superiore o l'Organismo di Vigilanza 231/2001 in relazione alle parti del Codice sulle quali necessitano di interpretazioni o chiarimenti.

### **3. - VALIDITA' DEL CODICE**

Il Codice, elaborato nel rispetto di valori e principi riconosciuti a livello nazionale ed internazionale, può essere soggetto a revisione in seguito all'esperienza acquisita nella sua applicazione sia mediante il contributo dei Destinatari dello stesso, che su proposta dell'Organismo di Vigilanza 231/2001.

### **4. - VALORI DI RIFERIMENTO**

#### **4.1 - Legalità**

Ciascun Destinatario regola la propria condotta nel pieno rispetto della normativa interna, di tutte le norme vigenti, nazionali ed internazionali (laddove applicabili), nonché della regolamentazione definita dalle autorità di vigilanza per quanto di competenza. I Destinatari devono essere a conoscenza della normativa relativa alle proprie mansioni. A tal fine, la Società si impegna a far conseguire ai Destinatari, anche attraverso l'erogazione di una formazione continua, la loro piena conoscenza. In nessun caso il perseguimento dell'interesse o del vantaggio della Società o del Gruppo può giustificare una condotta non corretta, disonesta ed illegale.

#### **4.2 - Lealtà e trasparenza**

Ciascun Destinatario mantiene una condotta personale integra, equilibrata e rispettosa dell'individualità altrui e ispira i propri comportamenti a principi di onestà, correttezza, trasparenza e buona fede nello svolgimento delle proprie attività. Gli amministratori e tutti i rappresentanti del *management* sono tenuti ad essere d'esempio per integrità, trasparenza e lealtà, e a disincentivare atteggiamenti non in linea con i valori della Società.

#### **4.3 - Attenzione alla persona**

La Società riconosce la centralità delle risorse umane e l'importanza di stabilire e mantenere con esse relazioni basate sulla fiducia reciproca. Pertanto la Società, nella gestione dei rapporti di lavoro e di collaborazione, si ispira al rispetto dei diritti dei lavoratori riconosciuti dalla legislazione nazionale e alla piena valorizzazione del loro apporto nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita professionale. E' dunque necessario evitare ogni forma di discriminazione e qualsiasi atteggiamento negativo basato su razza, nazionalità, sesso, aspetto fisico, orientamento sessuale, opinione politica o sindacale, indirizzo filosofico o convinzione religiosa. Ad ognuno viene richiesta sensibilità e rispetto nei confronti degli altri e di astenersi da qualsiasi comportamento considerato offensivo.

#### **4.4 - Lavoro di squadra**

Il *management* è tenuto ad incentivare il lavoro di squadra fra i collaboratori, a motivarli e coinvolgerli, a favorire incontri che sviluppino la socializzazione, a stimolare la costruzione di gruppi di lavoro interfunzionali efficienti ed efficaci, a partecipare con professionalità, massima collaborazione e orientamento al risultato, alle attività, alle iniziative ed ai progetti per i quali venga richiesto un contributo dei collaboratori.

#### **4.5 - Senso di appartenenza**

Ciascun Destinatario è tenuto a rispettare la Società nella sua totalità, operando con profitto e con la massima professionalità, a mantenere riservate le informazioni acquisite nello svolgimento delle proprie funzioni e ad utilizzare in modo oculato i beni e le risorse aziendali. Lo sviluppo dello spirito di appartenenza alla Società ed il mantenimento dell'immagine aziendale complessiva rappresentano obiettivi comuni che devono essere di riferimento ai comportamenti di tutti i Destinatari.

#### **4.6 - Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro**

La Società adotta ogni misura necessaria a prevenire i rischi per la salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e si impegna, nel contempo, a consolidare e diffondere la cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti i Destinatari, al fine di preservarne la salute, la sicurezza e l'integrità fisica.

I Destinatari si impegnano a rispettare e a conformarsi alle norme in materia di salute e sicurezza durante l'orario lavorativo.

È vietato fumare nei luoghi nei quali ciò possa generare pericolo per la sicurezza e per la salute delle persone.

Per quanto sopra espresso, la Società non accetterà alcun comportamento irresponsabile in violazione delle norme che tutelino la salute e la sicurezza dei lavoratori, basato su prassi, usi o supposta esperienza del lavoratore stesso. I lavoratori devono rispettare tali norme a prescindere dal fatto che tale violazione non abbia determinato alcuna situazione di pericolo per loro stessi oppure per terzi.

#### **4.7 - Tutela dei dati personali e sicurezza delle informazioni in formato elettronico**

La Società si impegna affinché il trattamento al quale sono sottoposti i dati raccolti nelle banche dati e negli archivi cartacei sia diretto esclusivamente all'espletamento da parte della Società delle finalità attinenti all'esercizio della propria attività.

La Società si impegna altresì a prevenire qualunque forma di utilizzo di tecnologie e sistemi informatici e dei dati ivi contenuti al fine di perpetrare comportamenti illeciti.

#### **4.8 - Conflitto d'interessi**

I Destinatari devono evitare situazioni o attività che possano condurre a conflitti di interesse o che potrebbero interferire con la propria capacità di prendere decisioni imparziali, ossia tutte quelle situazioni ove il perseguimento dell'interesse personale sia contrastante rispetto all'interesse o gli obiettivi aziendali nonché tutte quelle ipotesi in cui ciascun Destinatario possa trarre vantaggio o profitto indebito a causa delle conoscenze ricollegabili alla propria attività aziendale. Qualora si trovino in una situazione di conflitto di interessi, anche solo potenziale, coloro che operano per conto della Società devono comunicare tale circostanza all'Organismo di Vigilanza 231/2001, astenendosi dal compiere qualsiasi operazione.

#### **4.9 – Utilizzo e tutela del patrimonio aziendale**

Ciascun Destinatario è direttamente e personalmente responsabile della protezione e conservazione dei beni, fisici ed immateriali, e delle risorse, anch'esse materiali o immateriali, affidategli per espletare i suoi compiti.

È, inoltre, responsabile dell'utilizzo delle stesse in modo conforme all'interesse della Società.

Ciascun Destinatario è tenuto a rispettare la riservatezza in ordine al know-how scientifico, produttivo e commerciale della Società e alle scelte strategiche, al fine di tutelare la proprietà industriale e intellettuale nonché la crescita della stessa. Ciascun Destinatario è, quindi, tenuto alla massima confidenzialità, impegnandosi a non rivelare a soggetti non autorizzati informazioni riservate.

Sono soggette ad autorizzazione scritta la copia o la riproduzione (totale o parziale) di beni immateriali di terzi, la conversione o la modifica (totale o parziale), l'importazione o la distribuzione di tali beni. Per tutti i programmi installati sul computer e dispositivi mobili deve essere stata concessa la licenza d'uso corrispondente.

## **5. - ETICA NELLA GESTIONE DELLE ATTIVITA' AZIENDALI**

### **Premessa**

La società è pienamente consapevole che il raggiungimento dei suoi obiettivi non può prescindere dal rispetto della legge e dall'osservanza dei generali doveri di onestà, integrità, concorrenza leale, correttezza e buona fede nonché dei valori sopra descritti. Per tale motivo si impegna a verificare che essi siano condivisi ed accettati dai Destinatari del presente modello nonché da tutti gli *stakeholders*.

### **5.1 - Relazioni con i clienti**

La qualità della relazione con il mercato costituisce uno dei principali prerequisiti nel processo di creazione e distribuzione del valore. Professionalità, empatia, correttezza e cortesia rappresentano principi sui cui basare il dialogo quotidiano con la clientela. I comportamenti assunti devono essere improntati al rispetto della riservatezza delle informazioni acquisite nel corso dell'attività commerciale e nel rispetto della normativa in ambito della protezione dei dati personali.

Tali principi portano a una scelta accurata dei clienti, al fine di non intrattenere rapporti con soggetti coinvolti in attività illecite e con soggetti privi dei necessari requisiti di serietà, onestà ed affidabilità commerciale.

Il riconoscimento di commissioni a clienti attuali o potenziali deve corrispondere a prestazioni reali ed essere conforme alle regole della categoria del destinatario nonché alla normativa vigente ed alla normativa interna. Eventuali regali o inviti fatti a clienti devono essere di valore contenuto e corrispondere agli *“usi professionali e commerciali”* della categoria merceologica di prodotto e, in nessun modo, essere utilizzati al fine di ottenere favori speciali e/o indebiti vantaggi personali e/o professionali per se stessi e/o per persone collegate.

La Società si impegna a fornire prodotti e servizi di qualità per garantire la massima soddisfazione e tutela dei propri clienti, attuando sistemi di controllo interno atti a evitare che il prodotto o servizio offerti al cliente siano diversi per natura, origine, provenienza, qualità o quantità rispetto a quello pattuito.

## **5.2 - Relazioni con i fornitori, consulenti ed agenti**

I principi esposti nelle relazioni con la clientela sono di riferimento anche per i rapporti con i fornitori, consulenti ed agenti.

I Destinatari che sono a contatto con i fornitori, intesi in senso generale, devono dare prova di fedeltà e di integrità nonché rispettare la normativa

interna in essere; i soggetti preposti alla valutazione ed alla scelta dei fornitori devono poter decidere con la massima trasparenza ed in alcun modo non devono essere condizionati da eventuali vantaggi personali diretti od indiretti.

I Destinatari, laddove previsto, devono consultare un numero sufficiente di fornitori per ottenere i migliori prezzi e le condizioni più vantaggiose; dalla scelta dovranno emergere come alla base siano stati utilizzati buoni criteri di ordine tecnico ed economico e sia stata valutata la qualità dei prodotti e dei servizi offerti. In caso di gare d'appalto e/o di fornitura di servizi professionali deve essere garantita l'uguaglianza di tutti i candidati.

## **5.3 - Relazioni con le amministrazioni pubbliche**

L'assunzione di impegni con la pubblica amministrazione e con enti del settore pubblico sono attribuite unicamente alle funzioni aziendali preposte della Società, le quali sono tenute ad assolvere i propri compiti con integrità, indipendenza e correttezza.

In presenza di contributi, sovvenzioni o di finanziamenti ottenuti dallo Stato, da altro ente pubblico o dall'Unione Europea è necessario destinare tali risorse alle finalità che ne hanno determinato l'erogazione secondo le

modalità ed i tempi definiti. È fatto altresì divieto di utilizzare o presentare dichiarazioni o documenti falsi o attestanti cose non vere ovvero omettere informazioni dovute, e comunque porre in essere alcun artificio o raggirò al fine di conseguire le predette erogazioni o qualunque ingiusto profitto con danno dello Stato o di altro ente pubblico.

I fatti rappresentati e la documentazione presentata per l'ottenimento di finanziamenti, contributi, sovvenzioni o agevolazioni devono essere veritieri, accurati e completi.

E' fatto divieto di promettere od offrire a pubblici ufficiali, od in generale a dipendenti rappresentanti un ente pubblico, pagamenti o beni per promuovere o favorire, direttamente od indirettamente, gli interessi della Società. In caso di un'eventuale richiesta di un qualsiasi tipo di beneficio personale da parte di un pubblico funzionario, è necessario avvisare al più presto l'Organismo di Vigilanza 231/2001 e/o il proprio superiore gerarchico.

Eventuali riunioni e/o incontri con personale delle amministrazioni pubbliche devono vedere sempre la partecipazione di due o più persone preposte dalla Società alle relazioni con l'amministrazione pubblica interessata.

In caso di richiesta di informazioni oppure nel caso in cui un Destinatario

fosse chiamato ad offrire il proprio contributo a qualunque indagine, ispezione o forme simili di intervento di qualunque Autorità pubblica, amministrativa o giudiziale, il Destinatario è tenuto a fornire le informazioni ed i dati richiesti in maniera assolutamente trasparente, accurata, veritiera e completa.

## **6. - SISTEMA SANZIONATORIO, COMUNICAZIONE E FORMAZIONE**

Il Sistema Sanzionatorio applicato è quello previsto dalla normativa in vigore, dal contratto collettivo nazionale del lavoro applicabile e dalle eventuali singole pattuizioni con il Destinatario.

Il Codice viene diffuso nei confronti dei Destinatari tramite comunicazione individuale laddove applicabile e tramite pubblicazione sulla intranet di Gruppo e sul sito web della Società.

Specifici interventi formativi sono previsti dalla Società sul contenuto del Codice a favore dei Destinatari.



