



CODICE ETICO

Novembre 2021

Sommario

Definizioni	5
1. IL CODICE ETICO	7
1.1. Introduzione.....	7
1.2. Validità ed applicazione del Codice Etico.....	8
1.3. I rapporti con gli <i>Stakeholder</i>	8
2. PRINCIPI ETICI DI RIFERIMENTO	9
2.1. Principi generali.....	9
2.2. Conformità a leggi e regolamenti.....	9
2.3. Imparzialità.....	9
2.4. Onestà.....	9
2.5. Correttezza in caso di potenziali conflitti di interessi.....	9
2.6. Riservatezza.....	10
2.7. Equità dell'autorità.....	10
2.8. Relazioni con i soci.....	10
2.9. Trasparenza e completezza dell'informazione.....	10
2.10. Rapporti con Fornitori, Consulenti, Collaboratori, Clienti e <i>Partner</i>	11
2.11. Correttezza ed equità nella gestione ed eventuale rinegoziazione dei contratti.....	11
2.12. Qualità dei servizi e dei prodotti.....	11
2.13. Concorrenza leale.....	11
2.14. Tutela ambientale.....	12
2.15. Sicurezza dell'ambiente di lavoro e della salute dei lavoratori.....	12
2.16. Spirito di collaborazione e professionalità.....	12
2.17. Correttezza nella gestione della contabilità aziendale.....	12
3. CRITERI DI CONDOTTA	14
3.1. Criteri di condotta nelle relazioni in generale.....	14
3.1.1. Principi generali di coordinamento.....	14
3.2. Criteri di condotta in tema di registrazioni contabili.....	15
3.3. Criteri di condotta nelle relazioni con istituzioni e pubbliche amministrazioni.....	16
3.4. Criteri di condotta nella gestione di regali, omaggi e benefici.....	16
3.5. Criteri di condotta nelle comunicazioni verso l'esterno.....	17
3.6. Criteri di condotta nelle relazioni con il personale.....	17
3.6.1. Valore delle risorse umane.....	17
3.6.2. Le politiche di selezione.....	18
3.6.3. Costituzione del rapporto di lavoro.....	18
3.6.4. Integrità e tutela della persona.....	18
3.6.5. Lo sviluppo delle professionalità.....	19
3.6.6. Valutazione del personale e politica retributiva.....	19
3.6.7. Risorse umane e Codice Etico.....	20
3.6.8. Ambiente di lavoro e tutela della <i>privacy</i>	20
3.6.9. Utilizzo dei beni aziendali.....	20
3.6.10. Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.....	21
3.7. Criteri di condotta nelle relazioni con i Clienti.....	22
3.7.1. Imparzialità.....	22
3.7.2. Contratti e comunicazioni ai Clienti.....	22

3.7.3.	Stile di comportamento nei confronti dei Clienti.	22
3.7.4.	Controllo della qualità e della <i>customer satisfaction</i>	22
3.7.5.	Coinvolgimento della clientela.	22
3.8.	Criteri di condotta nelle relazioni con i Fornitori e i <i>Partner</i>	22
3.8.1.	Scelta del Fornitore.	22
3.8.2.	Integrità e indipendenza nei rapporti.	23
3.8.3.	Rapporto con i <i>Partner</i>	24
3.9.	Criteri di condotta nei rapporti con organizzazioni politiche e sindacali.	24
3.10.	Criteri di condotta in materia di antiriciclaggio.	25
3.11.	Criteri di condotta nella gestione di informazioni e beni aziendali.	25
3.11.1.	Comportamenti in materia di tutela di marchi, brevetti o opere dell'ingegno.	25
3.11.2.	Utilizzo di attrezzature, dispositivi e sistemi informatici aziendali.	25
3.12.	Doveri del personale.	26
4.	MODALITÀ DI ATTUAZIONE.	28
4.1.	Compiti dell'Organo Amministrativo e dell'Organismo di Vigilanza.	28
4.2.	Comunicazione e formazione.	28
4.3.	Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza.	28

Storia delle revisioni

Numero revisione	Data	Oggetto Modifica
0	23/11/2021	Prima emissione

Definizioni.

1. “**Area a Rischio**”: l’area in cui sono identificabili le attività e/o operazioni di PFM nel cui ambito sussiste il rischio di commissione dei Reati;
2. “**Assemblea**”: assemblea dei soci di PFM;
3. “**Attività Sensibili**”: le attività e/o operazioni di PFM nel cui ambito sussiste il rischio di commissione dei Reati;
4. “**CCNL**”: il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro attualmente in vigore ed applicato da PFM;
5. “**Clients**”: i clienti di PFM;
6. “**Codice Etico**”: il Codice Etico adottato da PFM;
7. “**Collaboratori**”: i soggetti che collaborano a qualsiasi titolo con la Società;
8. “**Consulenti**”: coloro che agiscono in nome e/o per conto di PFM sulla base di un mandato ovvero coloro che collaborano con la Società in forza di un contratto di collaborazione di qualsiasi natura;
9. “**Destinatari**”: tutti coloro ai quali si rivolge il Modello compresi i Dipendenti, i Consulenti, i Fornitori e i *Partner*;
10. “**Dipendenti**”: tutti i Dipendenti di PFM (compresi i dirigenti);
11. “**D.Lgs. 231/2001**” o “**Decreto**”: il Decreto Legislativo n. 231 dell’8 giugno 2001 e successive modifiche ed integrazioni;
12. “**Fornitori**”: i fornitori di beni e servizi della Società, professionali e non, inclusi quelli di natura finanziaria;
13. “**Linee Guida Confindustria**”: le Linee Guida per la costruzione dei modelli di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/2001 approvate da Confindustria in data 7 marzo 2002 e successivi aggiornamenti;
14. “**Modello**”: il modello di organizzazione, gestione e controllo previsto dal D.Lgs. 231/2001 ed implementato dalla Società;
15. “**Organi Sociali**”: l’Assemblea e l’Organo Amministrativo di PFM;
16. “**Organismo di Vigilanza**” o “**OdV**”: l’organismo interno preposto alla vigilanza sul funzionamento e sull’osservanza del Modello (come qui di seguito definito) e al relativo aggiornamento;

17. **“Organo Amministrativo”**: l’organo amministrativo di PFM;
18. **“P.A.”**: la Pubblica Amministrazione, inclusi i relativi funzionari ed i soggetti incaricati di pubblico servizio;
19. **“Partner”**: controparti contrattuali di PFM, sia persone fisiche sia persone giuridiche, con cui la Società avvenga ad una qualunque forma di rapporto di collaborazione contrattualmente regolato (associazione temporanea d’impresa - ATI, *joint venture*, consorzi, ecc.), ove destinati a cooperare con la Società nell’ambito delle Attività Sensibili;
20. **“PFM”** o la **“Società”**: PFM Sintesi S.r.l. con sede legale in Milano, Via E. Toti n. 4;
21. **“Reati”**: i reati ai quali si applica la disciplina prevista dal D.Lgs. 231/2001;
22. **“Stakeholder”**: si intendono per tali tutti i soggetti, pubblici o privati, italiani e stranieri – individui, gruppi, aziende, istituzioni – che abbiano a qualsiasi titolo contatti con PFM e/o abbiano comunque un interesse nelle attività che l’azienda pone in essere tra cui l’Organo Amministrativo, Dipendenti, soci, Consulenti e professionisti, Fornitori, Clienti, *Partner* e *competitor*, pubblica amministrazione, associazioni di categoria e a carattere sociale, partiti politici, sindacati, media ed autorità competenti in materia sia di sicurezza che ambiente che si relazionano con la Società;
23. **“Testo Unico Sicurezza”**: il decreto legislativo n. 81 del 9 aprile 2008, in *“Attuazione dell’articolo 1 della Legge 3 agosto 2007, n. 123, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro”*.

Nel presente documento, salvo che risulti diversamente, i termini utilizzati nelle definizioni al singolare valgono anche per il plurale e viceversa.

1. IL CODICE ETICO.

1.1. Introduzione.

PFM è una società costituita nel 2012, che ha per oggetto: (i) la raccolta, la gestione, la produzione, l'elaborazione e la vendita di informazioni e contenuti commerciali finalizzati al *marketing, web-marketing, e-mail marketing*, ivi compresa l'editoria medica e le pubblicazioni tecnico-scientifiche con qualsiasi supporto tecnico divulgativo funzionali alle esigenze del settore medico di riferimento, così come la fornitura di servizi accessori e funzionali alle esigenze degli utenti (in questo caso, personale medico e di ricerca); (ii) la raccolta, la gestione e la vendita di spazi pubblicitari anche su mezzi digitali legati alla gestione commerciale; (iii) l'assunzione di mandati di agenzia e rappresentanza riferibili all'attività su enunciata; (iv) la produzione, la gestione, il noleggio e il *licensing* di applicazioni *software* proprie o di terzi e la ricerca e lo sviluppo di soluzioni applicative informatiche e la loro gestione; (v) la ricerca, lo sviluppo e la gestione di soluzioni *internet, extranet, intranet* (a titolo esemplificativo e non esaustivo, portali *internet, web TV, web radio, video portali, ecc.*); (vi) le produzioni video (televisive, cinematografiche, *internet* e su altri mezzi *broadband* e *narrowband*); (vii) lo sviluppo e la gestione di soluzioni di comunicazione multimediale, informatiche, grafiche, di animazione digitale 2D e 3D; (viii) la gestione di archivi tradizionali e digitali, di banche dati e di data base; (ix) il commercio elettronico, cosiddetto "*e-commerce*" in conto proprio e la gestione dello stesso per conto di terzi; (x) il commercio all'ingrosso di prodotti farmaceutici, articoli medicali ed ortopedici; (xi) le attività prevalentemente orientate alla progettazione, allo sviluppo, alla produzione e alla commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico; (xii) l'analisi, valutazione e valorizzazione di qualsiasi attività imprenditoriale che abbia le caratteristiche dell'innovazione nel prodotto o nel processo o nella strategia di mercato; (xiii) il raggiungimento, attraverso l'acquisizione di partecipazioni sociali ovvero rami di azienda, di verticalizzazioni di mercato ovvero la creazione di gruppi integrati in settori ad alto valore aggiunto; (xiv) l'acquisizione da terzi in qualsiasi forma e a qualsiasi titolo: (a) della proprietà e titolarità di soluzioni tecniche, tecnologiche, strumenti informatici (sia *hardware* sia *software*), segni distintivi, *database*, materiali, brevetti o altri *asset* tutelati da diritti di proprietà intellettuale utili o necessari per lo svolgimento di tutte le attività che precedono; e (b) del diritto di utilizzo – ivi incluso il diritto di consentire il diritto di utilizzo a terzi – di soluzioni tecniche, tecnologiche, strumenti informatici (sia *hardware* sia *software*), segni distintivi, *database*, materiali o altri *asset* tutelati da diritti di proprietà intellettuale utili o necessari per lo svolgimento di tutte le attività che precedono; (xiv) lo sviluppo, la creazione, la definizione e ove applicabile la brevettazione e la registrazione di diritti di proprietà intellettuale relativi alla attività di ricerca, sviluppo, produzione e commercializzazione di cui ai punti precedenti, mirata alla costruzione di un portafoglio di beni immateriali ad alto contenuto tecnologico e non solo.

La Società opera in Italia ed ha la sua base operativa in Milano.

Il Codice Etico è uno strumento cardine per guidare i Destinatari al corretto comportamento e alla giusta condotta nei confronti di tutti gli *Stakeholder*.

Il raggiungimento degli obiettivi di PFM è perseguito, da parte dei Destinatari, con lealtà, serietà, onestà, competenza e trasparenza, nell'assoluto rispetto delle leggi e delle normative vigenti.

In particolare, PFM considera la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, il rispetto dell'ambiente, la salubrità dei propri luoghi di lavoro e la qualità dei propri processi produttivi come

fattori fondamentali nello svolgimento del proprio *business*. A tal proposito, in un'ottica di ricerca dell'eccellenza, PFM è sempre rivolta all'applicazione delle tecnologie più aggiornate e delle *best practice* in materia.

Con l'adozione del Codice Etico, PFM intende confermare e consolidare i valori e le responsabilità etiche nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, già costantemente assunti dai Destinatari.

Tutti i Destinatari sono tenuti ad accettare responsabilità, assetti, ruoli e regole del Codice Etico, accettando personalmente le responsabilità verso l'interno e verso l'esterno della Società.

La conoscenza e l'osservanza del Codice Etico da parte dei Destinatari sono condizioni primarie per la trasparenza e la reputazione della Società. È dovere di tutti i Destinatari conoscere il contenuto del Codice Etico, comprenderne il significato ed eventualmente attivarsi per chiedere chiarimenti in ordine allo stesso.

L'osservanza delle norme contenute nel presente Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali previste per i Dipendenti ai sensi dell'articolo 2104 del codice civile; ogni violazione da parte dei Destinatari costituisce, a seconda dei casi, un illecito disciplinare (sanzionabile nel rispetto della normativa applicabile) e/o un inadempimento contrattuale.

Per i Fornitori, i Consulenti e altre parti terze l'osservanza del Codice Etico è richiesta nei relativi contratti.

1.2. Validità ed applicazione del Codice Etico.

Il Codice Etico si applica a PFM, la quale si impegna a diffonderne i contenuti a tutti i Destinatari.

Il Codice Etico è parte integrante del Modello.

1.3. I rapporti con gli *Stakeholder*.

Nei rapporti con gli *Stakeholder* PFM impronta il proprio operato alla massima correttezza, trasparenza e collaborazione, nella piena osservanza delle leggi, delle regole di mercato e dei principi ispiratori della concorrenza leale, anche in applicazione al Codice Etico, ispirato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno e volto, inoltre, a migliorare i rapporti con tutti gli *Stakeholder*.

2. PRINCIPI ETICI DI RIFERIMENTO.

2.1. Principi generali.

Tutti i Destinatari, senza distinzioni ed eccezioni, sono impegnati ad osservare e far osservare i principi del Codice Etico nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità.

In particolare, la convinzione di agire in qualche modo a vantaggio della Società non consente e non giustifica l'adozione di comportamenti in contrasto con i suddetti principi.

2.2. Conformità a leggi e regolamenti.

PFM opera nell'assoluto rispetto delle leggi e delle normative vigenti, in conformità ai principi fissati nel Modello, nel presente Codice Etico e nelle procedure aziendali.

L'integrità morale è un dovere costante di tutti coloro che lavorano in PFM ed in nome e/o per conto di essa. Tale principio caratterizza i comportamenti di tutta l'organizzazione. L'Organo Amministrativo ed i Dipendenti, nonché coloro che a vario titolo operano con la Società sono, pertanto, tenuti nell'ambito delle rispettive competenze, a conoscere ed osservare le leggi ed i regolamenti vigenti nel proprio ambito operativo.

2.3. Imparzialità.

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con gli *Stakeholder* (la scelta dei Clienti da servire, i rapporti con i soci, la gestione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei Fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano), PFM vieta ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori.

2.4. Onestà.

PFM rifiuta e condanna il ricorso a comportamenti illeciti e si astiene dall'intraprendere o condividere qualunque forma di corruzione.

2.5. Correttezza in caso di potenziali conflitti di interessi.

Nella conduzione di qualsiasi attività, la Società opera per evitare di incorrere in situazioni di conflitto di interesse reale o anche soltanto potenziale.

I Destinatari, pertanto, devono sempre evitare situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse. Con ciò si intende, sia il caso in cui un Dipendente o Collaboratore persegua un interesse diverso dalla missione di impresa e dal bilanciamento degli interessi degli *Stakeholder* o si avvantaggi "personalmente" di opportunità d'affari dell'impresa, sia il caso in cui i rappresentanti dei Clienti o dei Fornitori o delle istituzioni pubbliche agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione nei loro rapporti con PFM.

Ciascun Destinatario è tenuto ad informare senza ritardo, tenuto conto delle circostanze, i propri superiori o referenti, delle situazioni o attività in relazione alle quali potrebbero essere titolari di interessi in conflitto con quelli della Società (o qualora di tali interessi siano titolari prossimi congiunti), ed in ogni altro caso in cui ricorrano rilevanti ragioni di convenienza. PFM deve essere sempre informata di eventuali conflitti ed esprimere all'interessato le proprie decisioni. I Destinatari rispettano le decisioni che in proposito sono assunte dalla Società.

2.6. Riservatezza.

Tutte le informazioni ottenute dai Destinatari nello svolgimento del proprio rapporto di lavoro e/o di collaborazione con la Società sono di proprietà della stessa Società.

La Società assicura, in conformità alle disposizioni di legge, la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e richiede a tutti i Destinatari l'utilizzo delle stesse esclusivamente in relazione all'esercizio delle proprie attività professionali.

È vietato utilizzare informazioni riservate per finalità diverse da quelle per le quali le stesse sono state comunicate, salvo il caso di espressa autorizzazione e comunque nella più rigorosa osservanza della legislazione vigente e delle regole aziendali interne alla Società.

2.7. Equità dell'autorità.

Nella gestione dei rapporti contrattuali che implica l'instaurarsi di relazioni gerarchiche – in special modo con i Dipendenti – PFM si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza, evitandone ogni abuso. In particolare, PFM garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità e autonomia del proprio personale e che le scelte di organizzazione del lavoro salvaguardino il valore dei Dipendenti.

2.8. Relazioni con i soci.

PFM si adopera affinché le *performance* economico/finanziarie siano tali da salvaguardare ed accrescere il valore dell'impresa, al fine di tutelare adeguatamente il rischio che il socio, ovvero i soci, assumono con l'investimento dei propri capitali.

Le informazioni e le comunicazioni ai soci sono sempre improntate al rispetto dei principi di veridicità, chiarezza e completezza.

2.9. Trasparenza e completezza dell'informazione.

Le informazioni fornite da PFM agli *Stakeholder* sono complete, trasparenti, comprensibili ed accurate, in modo tale che questi ultimi, nell'impostare i rapporti con la Società, siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti.

I Destinatari assicurano che l'immagine della Società appaia consona al prestigio e all'importanza del ruolo che la stessa ha acquisito nella comunità in cui opera.

I rapporti con gli organi di informazione sono riservati a specifiche funzioni aziendali o a terzi a ciò delegati che concordano preventivamente con le prime le modalità di gestione dei predetti rapporti.

2.10. Rapporti con Fornitori, Consulenti, Collaboratori, Clienti e *Partner*.

La Società imposta i rapporti con Fornitori, Consulenti, Collaboratori, Clienti e *Partner* esclusivamente sulla base di criteri di fiducia, qualità, professionalità e rispetto delle regole.

In particolare, con specifico riferimento alla selezione di Fornitori, Consulenti, Collaboratori, e *Partner* la Società assicura che tale attività sia ispirata esclusivamente a parametri di qualità, convenienza, capacità ed efficienza.

2.11. Correttezza ed equità nella gestione ed eventuale rinegoziazione dei contratti.

Chiunque operi in nome e/o per conto di PFM deve evitare di approfittare di lacune contrattuali o di eventi imprevisi o di rinegoziare i contratti al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza nelle quali l'interlocutore si sia venuto a trovare.

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti. Nella formulazione dei contratti la Società avrà cura di specificare in modo chiaro e comprensibile alla controparte i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste. La Società si impegna a non sfruttare condizioni di ignoranza o di incapacità delle proprie controparti.

2.12. Qualità dei servizi e dei prodotti.

PFM orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei Clienti, dando opportuna rilevanza alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi. Per questo motivo, PFM indirizza le proprie attività di ricerca, sviluppo e commercializzazione ad elevati *standard* di qualità dei propri servizi e prodotti.

2.13. Concorrenza leale.

PFM tutela e promuove il valore della concorrenza leale, astenendosi dall'assumere comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante.

A tal fine, PFM si impegna a non utilizzare segreti aziendali altrui e a non adottare condotte finalizzate ad intralciare il funzionamento delle attività di società concorrenti. La società si impegna, altresì, a non compiere atti fraudolenti idonei a produrre uno sviamento della clientela altrui e un danno per le imprese concorrenti.

2.14. Tutela ambientale.

PFM considera l'ambiente un bene primario e si impegna a diffondere e consolidare una cultura dell'ambiente attraverso una programmazione delle proprie attività che consenta di realizzare un giusto equilibrio tra la libertà di iniziativa economica e le esigenze ambientali.

2.15. Sicurezza dell'ambiente di lavoro e della salute dei lavoratori.

La Società ritiene di primaria importanza la salvaguardia della salute e della sicurezza dei propri lavoratori, ponendosi come obiettivo non solo il rispetto di quanto previsto dalle specifiche normative in materia, ma anche svolgendo un'azione costante volta al miglioramento delle condizioni di lavoro, al fine di prevenire qualsivoglia rischio per la salute e la sicurezza dei lavoratori. La Società, pertanto, si adegua alle vigenti normative in materia di sicurezza ed igiene dell'ambiente di lavoro, elaborando un efficiente sistema di prevenzione dei rischi.

Ciascun Destinatario deve osservare strettamente tutte le misure di sicurezza e di prevenzione stabilite dalla Società per evitare ogni possibile rischio per sé e per l'intera collettività.

2.16. Spirito di collaborazione e professionalità.

Ciascun Destinatario è chiamato a svolgere la propria attività con la professionalità richiesta dalla natura dei compiti e delle funzioni esercitate, adoperando il massimo impegno nel conseguimento degli obiettivi assegnati ed assumendo tutte le responsabilità che gli competono in ragione delle proprie mansioni.

Ciascun Destinatario svolge con diligenza le necessarie attività di approfondimento ed aggiornamento. La reciproca collaborazione tra i soggetti coinvolti a qualsiasi titolo in un medesimo progetto, processo o ciclo di attività rappresenta un principio imprescindibile per la Società.

Ogni Destinatario è quindi tenuto, con la propria condotta, a contribuire alla salvaguardia di tali valori.

2.17. Correttezza nella gestione della contabilità aziendale.

PFM impone il rispetto di tutte le normative applicabili e, in particolare, quelle relative alla redazione dei bilanci e ad ogni tipo di documentazione amministrativo-contabile obbligatoria.

Le scritture contabili sono tenute secondo i principi di trasparenza, verità, completezza, chiarezza, precisione, accuratezza e conformità alla normativa vigente. A sostegno di ogni operazione deve conservarsi adeguata documentazione, che consenta un'agevole registrazione contabile, la ricostruzione dell'operazione anche a ritroso e l'individuazione di eventuali responsabilità.

I Destinatari sono tenuti a collaborare alla corretta e tempestiva registrazione in contabilità di ogni attività di gestione e ad operare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente, in modo che il sistema amministrativo-contabile possa conseguire le proprie finalità.

I Destinatari sono tenuti a segnalare tempestivamente sia l'esistenza di errori od omissioni nel processo di rilevazione contabile dei fatti gestionali, sia l'esistenza di comportamenti non in linea con i principi indicati nel presente paragrafo.

3. CRITERI DI CONDOTTA.

3.1. Criteri di condotta nelle relazioni in generale.

3.1.1. Principi generali di coordinamento.

Ad ogni Destinatario è richiesta la conoscenza delle norme contenute nel presente Codice Etico e delle norme di riferimento, interne ed esterne, che regolano l'attività svolta nell'ambito della funzione di competenza.

Il personale della Società ha inoltre l'obbligo di:

- (i) osservare diligentemente le norme del Modello, astenendosi da comportamenti ad esse contrari;
- (ii) rivolgersi ai propri responsabili in caso di necessità di chiarimenti circa l'interpretazione e l'attuazione delle norme contenute nel presente Codice Etico e nel Modello;
- (iii) riferire eventuali violazioni o sospetti di violazione al diretto superiore o all'Organismo di Vigilanza della relativa Società;
- (iv) offrire la massima collaborazione per accertare le possibili violazioni.

Ogni responsabile di funzione aziendale della Società ha l'obbligo di:

- (i) costituire con il proprio operato un esempio per i propri collaboratori;
- (ii) orientare il personale dipendente e i collaboratori all'osservanza del presente Codice Etico e del Modello;
- (iii) adoperarsi affinché il personale dipendente comprenda che il rispetto delle norme del presente Codice Etico e del Modello costituisce parte essenziale della qualità della prestazione di lavoro;
- (iv) informare tempestivamente l'Organismo di Vigilanza della Società su notizie direttamente acquisite o fornite dal personale dipendente circa possibili casi di violazione delle norme;
- (v) attuare prontamente adeguate norme correttive, quando richiesto dalla situazione;
- (vi) impedire qualunque tipo di ritorsione.

Ogni Dipendente deve agire lealmente al fine di rispettare gli impegni assunti con la sottoscrizione del contratto di lavoro.

Ai Dipendenti è fatto divieto di comunicare, divulgare a terzi, usare o sfruttare, o permettere di far usare da terzi, per qualsiasi motivo non inerente all'esercizio dell'attività lavorativa, qualsiasi informazione, dato, notizia di cui siano venuti a conoscenza in occasione o in conseguenza del

rapporto di lavoro con la Società. A tal fine, i Dipendenti sono tenuti a rispettare le specifiche politiche aziendali adottate dalla Società in tema di sicurezza delle informazioni, volte a garantire l'integrità, la riservatezza e la disponibilità delle informazioni stesse.

Al fine di tutelare i beni aziendali, ogni Dipendente è tenuto ad operare con diligenza e attraverso comportamenti responsabili.

L'Organo Amministrativo e coloro che svolgono funzioni direttive all'interno della Società hanno la responsabilità di sorvegliare l'attività svolta dal personale soggetto alla loro direzione e controllo.

Di ciascuna Attività Sensibile deve essere conservato un adeguato supporto documentale che consenta di procedere in ogni momento a controlli in merito alle caratteristiche dell'operazione, al relativo processo decisionale, alle autorizzazioni rilasciate per la stessa e alle verifiche su di essa effettuate.

La Società, nelle proprie attività imprenditoriali, intende evitare qualsiasi contatto con soggetti a rischio di rapporti con organizzazioni criminali e si adopera per conoscere *Partner*, Fornitori, Consulenti e Collaboratori verificandone l'attendibilità commerciale e professionale.

La Società considera un principio imprescindibile il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti in tutti i Paesi in cui opera. È da considerarsi proibita qualsiasi condotta che possa integrare un comportamento rilevante di una qualsivoglia fattispecie di reato, e in particolare contemplata dal Decreto, realizzata da sola o in concerto con altri.

La Società non inizierà o proseguirà nessun rapporto con chi non intenda allinearsi a tali principi.

3.2. Criteri di condotta in tema di registrazioni contabili.

La Società si impegna a far sì che ogni operazione e transazione eseguita sia correttamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua e sia sempre possibile verificarne *ex post* il relativo processo di decisione, autorizzazione e svolgimento. A tal fine, ogni operazione contabile deve avere un adeguato supporto documentale, così da poter procedere in qualsiasi momento all'effettuazione di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuino i soggetti che hanno autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione medesima.

Le scritture contabili – tutte le documentazioni che rappresentano numericamente fatti gestionali, incluse le note interne di rimborso spese – devono essere tenute in maniera accurata, completa e tempestiva, nel rispetto delle procedure aziendali in materia di contabilità, al fine di una fedele rappresentazione della situazione patrimoniale e finanziaria e dell'attività di gestione della Società.

Tale documentazione di supporto deve essere agevolmente reperibile ed archiviata secondo opportuni criteri che ne consentano una facile consultazione da parte sia di enti interni che esterni abilitati al controllo.

La Società promuove l'informazione e la formazione interna in tema di fiscalità e si adopera affinché sia garantita alle funzioni aziendali competenti la più ampia diffusione e conoscenza delle *policy/procedure* adottate in materia di predisposizione delle dichiarazioni fiscali e liquidazione e calcolo dei tributi.

Tutti i Dipendenti e Collaboratori sono tenuti a fornire tempestivamente, per quanto di propria competenza, dati e informazioni completi, chiari e veritieri; ugualmente tutti i Dipendenti e Collaboratori sono tenuti a comunicare – nei termini previsti dalle procedure aziendali – ogni informazione in loro possesso che sia rilevante ai fini delle scritture contabili.

I bilanci e le comunicazioni sociali previsti dalla legge e dalla normativa speciale applicabile devono essere redatti con chiarezza e rappresentare in modo corretto e veritiero la situazione patrimoniale e finanziaria della Società.

I Dipendenti sono tenuti ad informare tempestivamente i propri responsabili e/o l'Organismo di Vigilanza dell'eventuale riscontro di omissioni, gravi trascuratezze o falsificazioni della contabilità e/o della documentazione sulla quale si basano le registrazioni contabili.

3.3. Criteri di condotta nelle relazioni con istituzioni e pubbliche amministrazioni.

I rapporti con istituzioni, con la P.A. e con enti dalla stessa partecipati di qualsiasi natura devono essere trasparenti e coerenti con la politica adottata dalla Società e devono essere intrattenuti dalle funzioni aziendali a ciò formalmente delegate.

È fatto espresso divieto a Dipendenti e/o Collaboratori della Società di:

- (i) effettuare elargizioni in denaro a pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio;
- (ii) offrire denaro o doni, salvo che si tratti di doni od utilità d'uso di modico valore ed in ogni caso tali da non pregiudicare l'integrità o la reputazione di una delle parti e da non poter essere intesi come finalizzati ad ottenere vantaggi impropri;
- (iii) accordare altri vantaggi di qualsiasi natura (come promesse di assunzioni dirette o di prossimi congiunti, attribuire incarichi a soggetti segnalati, ecc.) in favore di rappresentanti della P.A., che possano determinare le stesse conseguenze previste al punto precedente;
- (iv) accettare o ricevere denaro, omaggi o doni da parte di Fornitori o altri soggetti terzi.

I comportamenti sopradescritti sono vietati anche nel caso in cui derivino da costrizione o induzione operata dal pubblico ufficiale o dall'incaricato di pubblico servizio; in tali ipotesi, il Dipendente ha il dovere di segnalare tale circostanza al proprio superiore gerarchico, il quale è tenuto a sua volta a riferirlo all'Organismo di Vigilanza.

3.4. Criteri di condotta nella gestione di regali, omaggi e benefici.

La Società non tollera alcuna forma di corruzione, sia nel contesto delle interazioni commerciali dirette sia per il tramite di terze parti che operano per conto della Società.

Non è ammessa alcuna forma di regalo, che possa anche solo potenzialmente essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia o che comunque sia rivolta ad acquisire

trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a PFM. In particolare, è vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici italiani ed esteri, all'Organo Amministrativo di PFM o ai familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Tale disposizione concerne sia i regali promessi o offerti sia quelli ricevuti – anche da e nei confronti di *Partner* commerciali. Si precisa che per regalo si intende anche qualsiasi tipo di beneficio offerto o ricevuto (viaggi a condizioni scontati, promessa di un'offerta di lavoro, denaro ecc.).

In ogni caso PFM si astiene da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dai codici etici – se noti – delle aziende o degli enti con cui ha rapporti.

Gli omaggi di PFM si caratterizzano perché volti a promuovere l'immagine di PFM.

I regali e gli omaggi offerti da PFM devono essere gestiti nel rispetto delle regole e procedure aziendali adottate dalla Società. I Dipendenti che ricevono omaggi o benefici non consentiti dal Modello agli stessi applicabile e/o dal presente Codice Etico, sono tenuti, secondo le procedure stabilite, a darne tempestiva comunicazione al proprio superiore o referente che ne valuta l'appropriatezza.

3.5. Criteri di condotta nelle comunicazioni verso l'esterno.

La comunicazione di PFM verso gli *Stakeholder* è improntata al rispetto del diritto dell'informazione; in nessun caso è permesso divulgare notizie o commenti falsi o tendenziosi.

Ogni comunicazione deve essere svolta nel rispetto delle leggi, delle regole e delle pratiche di condotta professionale e deve essere realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività, salvaguardando, tra le altre, le informazioni sensibili e i segreti industriali.

La scelta del mezzo di contatto più idoneo alla trasmissione delle informazioni viene decisa, di volta in volta, a seconda dello scopo che si prefigge la comunicazione e/o in relazione al destinatario.

Per garantire completezza e coerenza delle informazioni, i rapporti con i *mass media* possono essere tenuti esclusivamente con il coordinamento delle funzioni aziendali di PFM a ciò preposte.

3.6. Criteri di condotta nelle relazioni con il personale.

3.6.1. Valore delle risorse umane.

La Società tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute da ciascun Dipendente e Collaboratore.

La Società garantisce l'integrità fisica e morale dei suoi Dipendenti, ambienti di lavoro sicuri e salubri, nonché condizioni di lavoro rispettose dei diritti umani e della dignità individuale.

La Società favorisce le condizioni che permettano alle persone che in essa e per essa operano di poter esprimere al meglio le proprie competenze e personalità, escludendo arbitrarie discriminazioni, nonché ispirando tutte le relazioni a principi di equità, correttezza e lealtà, basati su criteri meritocratici.

3.6.2. Le politiche di selezione.

Al fine di contribuire allo sviluppo degli obiettivi di impresa, ed assicurare che tali obiettivi siano da tutti perseguiti nel rispetto dei principi etici e dei valori cui PFM si ispira, la politica aziendale è volta a selezionare ciascun Dipendente, Consulente, Collaboratore secondo i valori di onestà, lealtà, serietà, professionalità e di preparazione tecnica.

Nell'ambito della selezione, condotta nel rispetto delle pari opportunità e senza discriminazione alcuna sulla sfera privata e sulle opinioni dei candidati, PFM opera affinché le risorse acquisite corrispondano ai profili effettivamente necessari alle esigenze aziendali, evitando agevolazioni di ogni sorta.

In ogni caso PFM adotta opportune misure per evitare favoritismi o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e di assunzione del personale.

3.6.3. Costituzione del rapporto di lavoro.

Il personale della Società è assunto con regolare contratto di lavoro. Non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare.

È fatto esplicito divieto da parte della Società di selezionare ed impiegare minori in età non lavorativa.

Non è consentita l'assunzione o comunque l'utilizzo – anche per il tramite di società di somministrazione – di lavoratori stranieri privi del permesso di soggiorno previsto dalla legge vigente, ovvero il cui permesso sia scaduto e del quale non sia stato chiesto, nei termini di legge, il rinnovo.

La definizione del livello retributivo minimo dei Dipendenti è in linea con quanto definito dal CCNL.

Al momento dell'assunzione ogni Collaboratore riceve accurate informazioni in merito alle mansioni da svolgere, agli elementi normativi e contributivi, alle norme e alle procedure da adottare al fine di evitare possibili rischi legati allo svolgimento della sua attività lavorativa.

3.6.4. Integrità e tutela della persona.

PFM si impegna a tutelare l'integrità morale del proprio personale garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona, nonché il rispetto della regolamentazione sull'orario di lavoro (ad esempio rispetto della normativa vigente in tema di orari di lavoro, godimento di ferie, riposi, permessi e congedi).

Per questo motivo la Società salvaguarda i propri lavoratori da atti di violenza psicologica e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze (a titolo esemplificativo, ingiurie, minacce, isolamento o eccessiva invadenza, limitazioni professionali).

Non sono ammesse molestie sessuali e devono essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona (a titolo esemplificativo, l'esposizione di immagini con espliciti riferimenti sessuali, allusioni insistenti e continuate).

Il Dipendente o Collaboratore che ritiene di essere stato oggetto di molestie o di essere stato discriminato per motivi legati all'età, al sesso, alla sessualità, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose ecc., può segnalare l'accaduto alla Società, che valuterà l'effettiva violazione del Codice Etico (secondo le modalità descritte nell'ultimo capitolo del presente documento). Eventuali disparità di trattamento non sono tuttavia considerate discriminatorie, se giustificate o giustificabili sulla base del ruolo e di criteri oggettivi.

La Società favorisce l'equilibrio fra la vita lavorativa e la vita privata dei propri lavoratori e si impegna a garantire un ambiente lavorativo flessibile che consenta agli stessi di gestire al meglio la loro vita lavorativa.

3.6.5. Lo sviluppo delle professionalità.

PFM si impegna a creare e mantenere le condizioni necessarie affinché le capacità e le conoscenze di ciascuno possano ulteriormente ampliarsi nel rispetto dei valori aziendali, seguendo una politica basata sul riconoscimento dei meriti e delle pari opportunità e prevedendo specifici programmi volti all'aggiornamento professionale e all'acquisizione di maggiori competenze.

In ragione di quanto precede, al Dipendente è richiesto di coltivare e sollecitare l'acquisizione di nuove competenze, capacità e conoscenze, mentre i responsabili di funzione devono porre la massima attenzione nel valorizzare ed accrescere la professionalità dei propri Dipendenti creando le condizioni per lo sviluppo delle loro capacità e la realizzazione delle loro potenzialità.

3.6.6. Valutazione del personale e politica retributiva.

La valutazione dei Dipendenti è effettuata in maniera allargata coinvolgendo le funzioni aziendali responsabili della gestione del personale e, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato.

Nello svolgimento della valutazione del personale sono presi in considerazione elementi esclusivamente oggettivi quali: quantità e qualità del lavoro, serietà, impegno, puntualità, affidabilità, scarsa conflittualità, spirito di iniziativa, flessibilità, capacità di dialogo, socializzazione, disponibilità a lavorare in *team*.

La politica retributiva della Società mira a valorizzare l'impegno, la capacità, l'efficienza e la professionalità del personale Dipendente.

3.6.7. Risorse umane e Codice Etico.

PFM promuove e cura costantemente la diffusione e la conoscenza del Codice Etico, in modo particolare tra il proprio personale dipendente.

Allo scopo di assicurare la corretta comprensione del Codice Etico la Società predispone un piano di informazione che assicuri la completa divulgazione e spiegazione dello stesso.

Inoltre, la Società provvederà ad organizzare, in caso di modifica del proprio Modello e/o del presente Codice Etico, anche corsi di formazione ed aggiornamento sulle eventuali modifiche apportate ai predetti documenti.

3.6.8. Ambiente di lavoro e tutela della *privacy*.

PFM si impegna a creare un ambiente di lavoro che garantisca a tutti coloro che, a qualunque titolo interagiscono con la Società, condizioni rispettose della dignità personale e nel quale le caratteristiche dei singoli non possano dare luogo a discriminazioni o condizionamenti.

PFM si impegna, inoltre, alla tutela della *privacy* in merito alle informazioni attinenti alla sfera privata e le opinioni di ciascuno dei propri Dipendenti e, più in generale, di quanti interagiscono con la Società. In particolare, il rispetto della dignità del lavoratore dovrà essere assicurato anche attraverso il rispetto della *privacy* nella corrispondenza e nelle relazioni interpersonali tra Dipendenti, attraverso il divieto di interferenze in conferenze o dialoghi e attraverso il divieto di intromissioni o forme di controllo che possano ledere la personalità dei Dipendenti medesimi.

3.6.9. Utilizzo dei beni aziendali.

I Dipendenti e i Collaboratori devono agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi assunti dal contratto di lavoro e/o lettera di incarico e da quanto previsto dal presente Codice Etico. In particolare:

- a) ogni Dipendente e Collaboratore è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni della Società; egli è inoltre responsabile della protezione delle risorse a lui affidate, ed ha il dovere di informare le strutture aziendali preposte riguardo ad eventuali minacce o eventi dannosi per la Società stessa;
- b) ogni Dipendente e Collaboratore è tenuto a non effettuare impieghi distorti dei beni della Società attraverso l'utilizzo di sistemi contabili, di *reporting* di controllo finanziario, di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto delle leggi vigenti;
- c) ogni Dipendente e Collaboratore è tenuto, durante l'utilizzo di strumenti informatici della Società, ad osservare quanto stabilito dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di garantire

la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici, e ad utilizzare i mezzi informatici al fine di ampliare e approfondire le proprie conoscenze tecniche.

PFM vieta i seguenti comportamenti:

- a) utilizzare gli strumenti in dotazione (programmi, *e-mail*, *internet*, telefono, *fax*, ecc.) per scopi diversi e non connessi all'attività lavorativa;
- b) scaricare programmi o installare *software* non autorizzati, o differenti da quelli forniti dalla Società;
- c) inviare messaggi di posta elettronica che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- d) navigare su siti *internet* con contenuti indecorosi;
- e) diffondere informazioni personali, riservate e qualsiasi altro materiale della Società.

La Società si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture attraverso l'impiego di sistemi di controllo, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti (Legge sulla *privacy*, Statuto dei Lavoratori, ecc.).

3.6.10. Salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.

PFM si impegna a diffondere e consolidare una cultura della sicurezza nei luoghi di lavoro, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutto il personale aziendale. Inoltre, la Società opera per preservare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei lavoratori, nonché l'interesse degli altri *Stakeholder*.

Obiettivo di PFM è proteggere le proprie risorse umane, patrimoniali e finanziarie, ricercando costantemente le sinergie necessarie non solo all'interno della Società, ma anche con i Fornitori ed i Clienti.

La Società è costantemente attenta all'evoluzione degli scenari di riferimento in tema di salute e sicurezza sul lavoro e al conseguente mutamento delle minacce a cui sono esposti i lavoratori; per tale ragione, realizza interventi di natura tecnica ed organizzativa, attraverso:

- a) una corretta gestione dei rischi, della salute e della sicurezza;
- b) una continua analisi del rischio e della criticità dei processi aziendali e delle risorse da proteggere, anche mediante un costante scambio di informazioni con i Dipendenti;
- c) l'adozione delle migliori tecnologie;
- d) il controllo e l'aggiornamento delle metodologie di lavoro;
- e) l'apporto di interventi formativi e di comunicazione.

PFM, inoltre, si adopera per il miglioramento continuo dell'efficienza delle strutture aziendali e dei processi che contribuiscono alla continuità dei servizi erogati.

3.7. Criteri di condotta nelle relazioni con i Clienti.

3.7.1. Imparzialità.

PFM si impegna a non discriminare arbitrariamente i Clienti.

3.7.2. Contratti e comunicazioni ai Clienti.

La Società si impegna affinché i contratti e le comunicazioni ai Clienti e committenti siano:

- a) chiari e semplici;
- b) conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- c) completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del Cliente.

3.7.3. Stile di comportamento nei confronti dei Clienti.

PFM orienta il proprio comportamento nei confronti dei Clienti al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo, etico e di elevata professionalità.

3.7.4. Controllo della qualità e della *customer satisfaction*.

PFM si impegna a garantire adeguati *standard* di qualità dei servizi e delle ricerche offerte sulla base di livelli predefiniti e a monitorare periodicamente la qualità percepita della propria attività.

3.7.5. Coinvolgimento della clientela.

PFM si impegna a dare sempre riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei Clienti e committenti, informandoli del ricevimento delle loro comunicazioni e dei tempi necessari per le risposte che, in ogni caso, dovranno essere sempre fornite tempestivamente.

3.8. Criteri di condotta nelle relazioni con i Fornitori e i *Partner*.

3.8.1. Scelta del Fornitore.

I processi di acquisto della Società sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo ed alla concessione delle pari opportunità per ogni Fornitore; sono inoltre fondati su comportamenti precontrattuali e contrattuali tenuti nell'ottica di un'indispensabile e reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

Nella selezione dei Fornitori e nel conferimento degli incarichi professionali sono rispettati meccanismi oggettivi e trasparenti di selezione, ispirati a principi di competenza, economicità,

trasparenza e correttezza e sono documentate in maniera adeguata le fasi inerenti all'instaurazione, alla gestione e alla cessazione dei menzionati rapporti.

I Dipendenti addetti al processo di selezione dei Fornitori sono tenuti a:

- a) non precludere ad alcuno, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere alla stipula di contratti, adottando nella scelta della rosa dei candidati criteri oggettivi e documentabili;
- b) assicurare ad ogni eventuale gara una concorrenza sufficiente, per la migliore ed oggettiva selezione del Fornitore;
- c) documentare eventuali deroghe alle procedure aziendali di selezione adottate dalla Società al fine di ottenere la competente autorizzazione.

In ogni caso, nell'ipotesi in cui il Fornitore, nello svolgimento della propria attività per PFM, adotti comportamenti non in linea con i principi generali del presente Codice Etico, PFM è legittimata a prendere opportuni provvedimenti fino a precludere eventuali altre occasioni di collaborazione con tale Fornitore.

Tutti i compensi e/o le somme a qualsiasi titolo corrisposte agli assegnatari di incarichi di natura professionale sono adeguatamente documentati e comunque proporzionati all'attività svolta, anche in considerazione delle condizioni di mercato.

La Società vieta in maniera assoluta di riconoscere compensi in favore di professionisti esterni che non trovino adeguata giustificazione in relazione al tipo di incarico da svolgere ed alle prassi vigenti in ambito locale.

3.8.2. Integrità e indipendenza nei rapporti.

Le relazioni con i Fornitori sono regolate da principi comuni e sono oggetto di un costante monitoraggio da parte di PFM.

Tali relazioni comprendono anche i contratti finanziari e di consulenza.

La stipula di un contratto con un Fornitore deve sempre basarsi su rapporti di estrema chiarezza.

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto, le procedure aziendali adottate da PFM prevedono:

- a) la separazione dei ruoli tra le funzioni aziendali che richiedono la fornitura e le funzioni che stipulano i contratti/ordini d'acquisto;
- b) un'adeguata ricostruibilità delle scelte adottate;
- c) la conservazione delle informazioni e dei documenti contrattuali per i periodi stabiliti dalle normative vigenti e richiamati nelle predette procedure interne di acquisto.

La Società vieta in maniera assoluta ai propri Dipendenti e/o Collaboratori ovvero a soggetti terzi che operano per conto della stessa di sollecitare o richiedere (esplicitamente o implicitamente) pagamenti, regali o omaggi da un attuale o potenziale Fornitore. Regali o omaggi possono essere accettati solo se non sollecitati, di modesto valore e rientranti in pratiche commerciali o culturali comunemente accettate nonché coerenti con le politiche aziendali adottate. Non possono essere in ogni caso accettati omaggi e regalie che siano percepiti come volti a influenzare in modo inappropriato le decisioni aziendali della Società.

3.8.3. Rapporto con i *Partner*.

PFM opera solo con *Partner* selezionati sulla base di criteri oggettivi di professionalità e affidabilità. In particolare, i *Partner* commerciali di PFM devono garantire il rispetto dei principi e dei valori aziendali contenuti nel presente Codice Etico.

I rapporti con i *Partner* commerciali devono essere improntati ai principi di lealtà, etica professionale, trasparenza, correttezza e buona fede.

3.9. Criteri di condotta nei rapporti con organizzazioni politiche e sindacali.

La Società si astiene dal compiere qualsiasi pressione, diretta o indiretta, nei confronti di esponenti politici.

La Società non eroga contributi a partiti o ad organizzazioni politiche/sindacali, né in Italia né all'estero, né a loro rappresentanti o candidati, e non effettua sponsorizzazioni di congressi o feste che abbiano un esclusivo fine di propaganda politica.

È tuttavia possibile per la Società cooperare con le organizzazioni sopra indicate solo laddove sussistano contemporaneamente tutti i seguenti presupposti:

- (i) legalità della cooperazione;
- (ii) finalità della cooperazione riconducibile alla *mission* di PFM;
- (iii) destinazione chiara e documentabile delle risorse;
- (iv) rispetto di tutte le procedure aziendali applicabili.

Qualsiasi rapporto della Società con le predette organizzazioni deve essere in ogni caso improntato alla legalità e alla massima trasparenza.

La Società rispetta il diritto dei propri Dipendenti e Collaboratori di partecipare ad attività politiche in veste privata, fermo restando che non si agisca o si dia l'impressione di agire quale rappresentante della Società.

3.10. Criteri di condotta in materia di antiriciclaggio

La Società condanna qualsiasi attività che comporti il riciclaggio di introiti provenienti da attività criminali in qualsiasi forma o modo.

A tal fine è fatto obbligo ai Destinatari che svolgono attività in nome e/o per conto della Società di rispettare ed applicare le leggi antiriciclaggio, italiane e comunitarie, con invito a segnalare alle autorità competenti ogni operazione che possa configurare un reato di tale natura.

La Società si impegna a rifiutare di porre in essere operazioni sospette sotto il profilo della correttezza e della trasparenza.

I soggetti in posizione apicale e quanti svolgono la propria attività nelle aree a rischio si devono impegnare a garantire il rispetto delle leggi e delle regolamentazioni vigenti in ogni contesto geografico ed ambito operativo, in relazione ai provvedimenti volti a limitare nelle transazioni l'uso del contante e dei titoli al portatore.

La conoscenza della clientela è condizione essenziale per prevenire l'utilizzo del sistema produttivo aziendale a scopo di riciclaggio nonché al fine di valutare eventuali operazioni sospette; per tale ragione, PFM si impegna a svolgere il proprio *business* prendendo in considerazione tutte le informazioni disponibili (incluse le informazioni finanziarie) sulle controparti commerciali al fine di accertare la loro affidabilità e la legalità della loro attività.

In ogni caso, è assolutamente vietato intrattenere in nome e/o per conto della Società rapporti commerciali con soggetti (persone fisiche e/o giuridiche) dei quali sia conosciuta o sospetta l'appartenenza ad organizzazioni criminali o comunque operanti al di fuori della liceità, quali, a titolo meramente esemplificativo, soggetti legati o comunque riconducibili all'ambiente della criminalità organizzata, all'usura, alla ricettazione e allo sfruttamento del lavoro.

3.11. Criteri di condotta nella gestione di informazioni e beni aziendali.

3.11.1. Comportamenti in materia di tutela di marchi, brevetti o opere dell'ingegno.

PFM riconosce come valore fondamentale la protezione della proprietà intellettuale o industriale per conservare il vantaggio competitivo sul mercato e, per tale ragione, pone in essere ogni ragionevole sforzo per proteggere adeguatamente le proprie invenzioni e i propri segreti commerciali.

PFM riconosce di primaria importanza anche il rispetto della proprietà intellettuale o industriale di terzi, in tutte le forme in cui essa si concretizza, si tratti di diritti d'autore, di marchi, di brevetti o di altri beni immateriali e richiede, pertanto, ai propri Dipendenti e Collaboratori il rispetto delle relative norme di legge.

In particolare, la Società vieta espressamente ogni condotta volta all'alterazione, alla contraffazione o all'utilizzo illecito di marchi, brevetti o di altri segni distintivi altrui.

3.11.2. Utilizzo di attrezzature, dispositivi e sistemi informatici aziendali.

PFM si impegna a garantire che le attrezzature, i sistemi e i dispositivi informatici aziendali vengano utilizzati dai Destinatari in modo efficace, in sicurezza e adeguatamente.

Ai Destinatari è vietato:

- (i) utilizzare beni aziendali e strumenti informatici (risorse informatiche e di rete) per esigenze estranee a ragioni di lavoro nonché per finalità contrarie a norme di legge, all'ordine pubblico o al buon costume;
- (ii) installare *software* non autorizzati sui dispositivi elettronici aziendali;
- (iii) collegare *hardware* non autorizzati ai dispositivi elettronici aziendali.

La Società si impegna ad assicurare che l'uso aziendale di *software* di terzi sia in linea con i relativi termini di licenza e che le *e-mail* aziendali o gli altri strumenti di comunicazione elettronica vengano utilizzati da Dipendenti e Collaboratori in maniera professionale e responsabile.

Tutte le informazioni conservate sui sistemi e dispositivi informatici aziendali sono considerate un bene di proprietà della Società e, come tale, sono sottoposte alle relative politiche e procedure aziendali in materia di gestione dei documenti e delle informazioni, inclusi i requisiti per la conservazione e il mantenimento di dati.

La Società si riserva il diritto di accedere alle predette informazioni, a prescindere dal contenuto o da come siano etichettate, fermo restando che l'accesso potrà avvenire esclusivamente nel rispetto della normativa di volta in volta applicabile. Resta inteso che tali informazioni potranno essere divulgate in caso di controversie o inchieste che coinvolgano la Società.

3.12. Doveri del personale.

I Dipendenti o Collaboratori devono agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi sottoscritti nel contratto di lavoro e quanto previsto dal Codice Etico, assicurando le prestazioni richieste, e sono tenuti a segnalare al rispettivo responsabile qualsiasi violazione delle regole di condotta stabilite dalle procedure interne della Società.

I Dipendenti o Collaboratori devono conoscere ed attuare quanto previsto dalle politiche aziendali in tema di sicurezza delle informazioni per garantirne l'integrità, la riservatezza e la disponibilità.

I Dipendenti o Collaboratori sono tenuti ad elaborare i propri documenti utilizzando un linguaggio chiaro, oggettivo ed esaustivo, consentendo le eventuali verifiche da parte di colleghi, responsabili o soggetti esterni autorizzati a farne richiesta.

I Dipendenti o Collaboratori sono tenuti ad evitare le situazioni, in cui si possono manifestare conflitti di interessi e ad astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di opportunità di affari di cui siano venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare conflitto di interessi le seguenti situazioni:

- a) svolgere una funzione di vertice (amministratore delegato, consigliere, responsabile di funzione) e avere interessi economici con Fornitori, Clienti o concorrenti (possessione di azioni, incarichi professionali, ecc.) anche attraverso i familiari;
- b) curare i rapporti con i Fornitori e svolgere attività lavorativa, anche da parte di un familiare, presso Fornitori;
- c) accettare denaro o favori da persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con PFM.

Nel caso in cui si manifesti un conflitto di interessi, anche solo potenziale, il Dipendente o Collaboratore è tenuto a darne comunicazione al proprio responsabile, il quale, secondo le modalità previste, informa l'Organismo di Vigilanza, che ne valuta caso per caso l'effettiva presenza. Il Dipendente o Collaboratore è tenuto, inoltre, a dare informazioni circa le attività svolte al di fuori del tempo di lavoro, nel caso in cui queste possano apparire in conflitto di interessi con PFM.

I Dipendenti o Collaboratori sono tenuti ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte per regolamentarne l'utilizzo, documentando con precisione il loro impiego.

In particolare, ogni Dipendente o Collaboratore deve:

- a) utilizzare con scrupolo e diligenza i beni a lui affidati;
- b) evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse della Società.

Ogni Dipendente è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente le unità preposte di eventuali minacce o eventi dannosi per PFM.

PFM si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni ed infrastrutture.

4. MODALITÀ DI ATTUAZIONE.

4.1. Compiti dell'Organo Amministrativo e dell'Organismo di Vigilanza.

L'Organo Amministrativo è competente per la verifica dell'attuazione dell'applicazione del Codice Etico, così come per eventuali integrazioni e modifiche per adeguarlo all'evoluzione della normativa.

PFM ha nominato un Organismo di Vigilanza con compiti di controllo circa il funzionamento, l'efficacia e l'aggiornamento del Modello e di vigilanza sull'applicazione del Codice Etico, in quanto garante dello stesso.

L'Organismo di Vigilanza, nel condurre la propria attività si muove in completa autonomia ed indipendenza ed opera con il completo appoggio dei vertici aziendali, in condizioni di imparzialità, autorità, continuità, professionalità, autonomia e a tal fine:

- a) può accedere a tutte le fonti di informazione;
- b) ha facoltà di prendere visione di documenti e consultare dati;
- c) suggerisce eventuali aggiornamenti del Codice Etico, anche sulla base delle segnalazioni fornite dai Dipendenti.

4.2. Comunicazione e formazione.

Il Codice Etico è portato a conoscenza degli *Stakeholder* interni ed esterni mediante apposite attività di comunicazione (per esempio, la consegna a tutti i Dipendenti di copia del Codice Etico, sezioni dedicate nell'*intranet* aziendale, se presente, inserimento di una nota informativa dell'adozione del Codice Etico in tutti i contratti, ecc.).

Allo scopo di assicurarne la corretta comprensione del presente Codice Etico, le funzioni preposte alla gestione del personale organizzano e realizzano un piano di formazione volto a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche. Le iniziative di formazione sono differenziate secondo il ruolo e la responsabilità dei Dipendenti. Con riferimento ai neoassunti è previsto un apposito programma formativo che illustra i contenuti del presente Codice Etico.

4.3. Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza.

PFM non ammette violazioni alle prescrizioni contenute nel presente Codice Etico.

Tutti gli *Stakeholder* possono segnalare, per iscritto e in forma non anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico all'Organismo di Vigilanza tramite:

- a) *e-mail* all'indirizzo di posta elettronica odv@pfmsintesi.com;
- b) posta ordinaria indirizzata all'Organismo di Vigilanza di PFM.

L'Organismo di Vigilanza provvede ad un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione.

L'Organismo di Vigilanza agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione (ad esempio, per i Fornitori: interruzione dei rapporti di affari, per i Dipendenti: mancata promozione, ecc.). È inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

L'Organismo di Vigilanza riporta al competente Organo Amministrativo le violazioni del Codice Etico in conseguenza delle segnalazioni degli *Stakeholder* e propone le relative azioni disciplinari e correttive.

Sarà compito dell'Organo Amministrativo attivare le competenti funzioni aziendali per confermare e definire i provvedimenti correttivi e/o sanzionatori, curarne l'attuazione e riferirne i risultati all'Organismo di Vigilanza.

Documento approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione di PFM in data 23 novembre 2021.