

Credifarma

Codice etico

Società per azioni di servizi
finanziari per la farmacia

E' un'iniziativa di Federfarma,
Gruppo Bnl e Unicredito Italiano

INDICE

1. Introduzione	3
1.1 I valori guida	3
1.2 Comportamenti non etici	4
2. Principi etici	5
2.1 Onestà	5
2.2 Correttezza in caso di potenziali conflitti di interessi	5
2.3 Riservatezza	5
2.4 Tutela dei dati personali	5
2.5 Valore delle risorse umane ed integrità della persona	5
2.6 Regali omaggi e benefici	6
2.7 I 10 principi del Global Compact promosso dalle Nazioni Unite	6
3. Relazioni con gli azionisti	7
3.1 Corporate governance	7
3.2 Comitato Interno di Controllo	7
3.3 Trasparenza dei documenti contabili	7
4. Rapporti esterni	9
4.1 La clientela	9
4.2 I fornitori	9
4.3 Le Pubbliche Amministrazioni	10
4.4 Le organizzazioni politiche e sindacali	10
4.5 La concorrenza	10
5. Relazioni con il personale	11
6. Modalità di attuazione	13
6.1 Comitato Interno di Controllo	13
6.2 Compiti del Comitato Interno di Controllo in materia di Codice Etico	13
6.3 Compiti della Funzione di Internal Auditing	13
6.4 Formazione etica	14
6.5 Comunicazione e diffusione del Codice etico	14
6.6 Segnalazione delle violazioni del Codice etico	14
6.7 Sistema sanzionatorio	14
Disposizioni transitorie e finali: entrata in vigore	15

1. Introduzione

Il Codice Etico individua l'insieme di valori che costituiscono l'etica sociale e reca i principi guida nonché le direttive fondamentali cui devono essere conformate le attività sociali ed i comportamenti di tutti coloro ai quali si applica il presente Codice, nell'ambito delle rispettive competenze ed in relazione alla posizione ricoperta nell'organizzazione aziendale.

Il Codice Etico si applica a tutte le attività aziendali e costituisce punto di riferimento per la regolamentazione adottata dalla Credifarma.

Sulla base di tali principi, Credifarma si impegna ad una condotta corretta e imparziale. Tutti i rapporti di affari dovranno essere improntati a integrità e lealtà e dovranno essere intrattenuti senza alcun conflitto di interessi aziendale o personale.

In nessun modo la convinzione di agire nell'interesse o a vantaggio della Società può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con i principi indicati nel presente Codice.

Il Codice Etico di Credifarma costituisce inoltre parte essenziale del modello organizzativo adottato dalla Società ai sensi del decreto legislativo 231/2001 *“Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle organizzazioni anche prive di personalità giuridica”*.

Credifarma si impegna alla diffusione del Codice etico, al suo periodico aggiornamento ed alla messa a disposizione di ogni possibile strumento che ne favorisca la piena applicazione.

Il presente Codice Etico è stato adottato dal Consiglio di Amministrazione con delibera del 14 dicembre 2005

1.1 I valori guida

Credifarma si adopera per fare in modo che i principi del Codice siano condivisi dai consulenti, dai fornitori e da qualsiasi altro soggetto che intrattenga rapporti stabili d'affari con la Società. Credifarma non instaura né persegue rapporti d'affari con chiunque si rifiuti espressamente di rispettare i principi del Codice.

I valori-guida ai quali deve essere ispirata l'operatività quotidiana di tutti i componenti dell'organizzazione, sono i seguenti:

- **soddisfazione del cliente**, intesa come fornitura di prodotti e servizi che abbiano la massima rispondenza alle necessità, allo status, alla cultura ed alle aspettative delle controparti;
- **personalizzazione del servizio**, intesa come coinvolgimento personale nella ricerca del massimo valore aggiunto da attribuire a tutte le relazioni commerciali;
- **rispetto della normativa interna ed esterna**, intesa come ricerca continua di modalità operative adeguate all'organizzazione ed alle disposizioni di legge, sia primarie che secondarie;
- **correttezza di comportamento**, intesa come riconducibilità dei comportamenti agli standard qualitativi descritti nel presente Codice Etico.

Per il raggiungimento degli obiettivi indicati nella missione Credifarma vuole essere:

- *Una Società che crea valore per i clienti*: attraverso l'attenzione alla qualità della relazione con la clientela; la conoscenza dei bisogni differenziati della clientela; l'offerta di prodotti e modalità di relazioni appropriate alla tipologia di clienti;
- *Una Società che crea valore per gli azionisti*: tramite l'incremento della redditività e del valore nel tempo, lo sviluppo equilibrato, la diversificazione, l'ampliamento dei mercati, la gestione consapevole dei rischi;

Il Codice Etico

- *Una Società che crea valore per i dipendenti:* sviluppando competenze interne; attuando un processo di formazione continua; favorendo la crescita professionale; implementando un sistema di comunicazione integrata

1.2 Comportamenti non etici

Non sono etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti dell'impresa, i comportamenti di chiunque, singolo od organizzazione, cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza.

Credifarma rifiuta di intrattenere relazioni con chiunque tenga comportamenti non etici ed interrompe le relazioni in essere con chiunque assuma detti comportamenti.

2. Principi etici

2.1 Onestà

Nell'ambito della loro attività professionale, gli amministratori, i dipendenti, i consulenti di Credifarma sono tenuti a rispettare con diligenza le leggi vigenti, il codice etico e i regolamenti interni.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse della Società può giustificare una condotta non onesta.

2.2 Correttezza in caso di potenziali conflitti di interessi

Nella conduzione di qualsiasi attività devono sempre evitarsi situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano anche solo apparire, in conflitto di interesse. Tutti i partecipanti al funzionamento della Società operano con giustizia e rettitudine morale e si astengono dal porre in essere situazioni dalle quali possano trarre utilità, vantaggi o convenienze personali.

2.3 Riservatezza

Credifarma assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione in conformità alla norme giuridiche vigenti. Gli amministratori, i dipendenti, i consulenti della Società sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività. Credifarma si impegna a trattare i dati in ottemperanza a tutte le leggi in materia di riservatezza.

2.4 Tutela dei dati personali

Credifarma acquisisce informazioni relative a persone fisiche o giuridiche, enti o associazioni, sostanzialmente per:

- l'ottenimento o l'erogazione di servizi;
- la valutazione del rischio imprenditoriale;
- l'individuazione di potenziali fasce o segmenti di mercato.

Al fine di garantire la tutela dei dati personali, Credifarma, si impegna a trattare gli stessi nel rispetto delle normative di riferimento e dei criteri di trasparenza nei confronti dei soggetti cui i dati si riferiscono, di pertinenza del trattamento con le finalità dichiarate e perseguite, di garanzia di qualità e correttezza dei dati.

2.5 Valore delle risorse umane ed integrità della persona

I dipendenti sono un fattore indispensabile per il successo della Società. Per questo motivo, Credifarma tutela e promuove il valore delle risorse umane allo scopo di migliorare e accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute da ciascun collaboratore.

Credifarma garantisce l'integrità fisica dei suoi dipendenti, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri e salubri. Non sono tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

2.6 Regali omaggi e benefici

Non è ammessa alcuna forma di regalo che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a Credifarma.

In particolare, è vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici italiani ed esteri, o ai loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

I regali offerti, salvo quelli di modico valore, devono essere documentati in modo adeguato per consentire verifiche ed autorizzati dal Responsabile di funzione, il quale provvede a darne preventiva comunicazione al Responsabile Risorse Umane & Organizzazione e/o al Comitato Interno di Controllo.

Gli amministratori, i dipendenti, i consulenti di Credifarma che ricevono omaggi o benefici non previsti dalle fattispecie consentite, sono tenuti, secondo le procedure stabilite, a darne comunicazione al Responsabile Risorse Umane & Organizzazione e/o al Comitato Interno di Controllo che valuta l'appropriatezza e provvede a far notificare al mittente la politica di Credifarma in materia.

2.7 I 10 principi del Global Compact promosso dalle Nazioni Unite

Credifarma ha aderito all'iniziativa promossa dalle Nazioni Unite denominata "The Global Compact", impegnandosi a rispettare ed a diffondere i dieci principi chiave che riguardano i diritti umani, il lavoro, l'ambiente e la lotta alla corruzione.

DIRITTI UMANI	Le Aziende devono promulgare e garantire il rispetto dei diritti umani internazionalmente riconosciuti
DIRITTI UMANI	Le Aziende devono impegnarsi a non essere implicate nell'abuso dei diritti umani
LAVORO	Le Aziende devono far rispettare la libertà di associazione e l'effettivo riconoscimento di trattative sindacali collettive
LAVORO	Le Aziende devono impegnarsi nell'abolizione di tutte le forme di riduzione in schiavitù
LAVORO	Le Aziende devono impegnarsi nell'abolizione del lavoro minorile
LAVORO	Le Aziende devono impegnarsi nell'abolizione delle discriminazioni nei confronti del lavoro e dell'occupazione
AMBIENTE	Le Aziende si impegnano a garantire un approccio cautelativo nella gestione dei cambiamenti ambientali
AMBIENTE	Le Aziende si impegnano ad aderire ad iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale
AMBIENTE	Le Aziende si impegnano a promuovere e a diffondere tecnologie compatibili con lo sviluppo ambientale
ANTI - CORRUZIONE	Le Aziende devono combattere tutte le forme di corruzione, inclusa l'estorsione.

3. Relazioni con gli azionisti

3.1 Corporate governance

Credifarma adotta un sistema di corporate governance conforme a quanto previsto dalla legge ed allineato alle best practice internazionali.

Tale sistema di governo societario è orientato:

- all'accrescimento del valore dell'azienda per gli azionisti;
- al soddisfacimento delle esigenze espresse dagli azionisti;
- al controllo dei rischi d'impresa;
- al contemperamento degli interessi di tutti i portatori di interessi (stakeholders).

L'assemblea degli azionisti è il momento privilegiato per l'instaurazione di un proficuo dialogo tra azionisti e Consiglio di Amministrazione.

A tal fine è assicurata la regolare partecipazione degli amministratori ai lavori assembleari.

3.2 Comitato Interno di Controllo

All'interno dell'organizzazione di Credifarma è istituito un apposito Comitato Interno di Controllo, con funzioni consultive e propositive e con l'incarico in particolare di:

- valutare l'adeguatezza del sistema di controllo interno;
- valutare il piano di lavoro predisposto dal responsabile di audit e ricevere le relazioni periodiche dello stesso;
- valutare le proposte formulate dalle Società di revisione per ottenere l'affidamento dell'incarico, nonché il piano di lavoro predisposto per la revisione e i risultati esposti nella relazione e nella lettera di suggerimenti;
- riferire periodicamente al Consiglio di Amministrazione circa l'attività svolta e l'adeguatezza del sistema di controllo interno;
- svolgere gli ulteriori compiti demandati dal Consiglio di Amministrazione specie per quanto concerne i rapporti con la Società di revisione, per la scelta della quale il Comitato propone al Consiglio i criteri di selezione.

Al Comitato Interno di Controllo sono inoltre demandati i compiti di attuazione e controllo del codice etico.

3.3 Trasparenza dei documenti contabili

Credifarma è consapevole dell'importanza della trasparenza, accuratezza e completezza delle informazioni contabili e si adopera per disporre di un sistema amministrativo contabile che rappresenti in maniera affidabile i fatti di gestione e fornisca gli strumenti necessari per individuare e gestire i rischi di natura finanziaria e operativa, nonché eventuali frodi ai danni di Credifarma.

Le scritture contabili e i documenti prodotti devono essere basati su informazioni precise, esaurienti e verificabili; devono rispettare le norme di legge nonché i principi contabili, i regolamenti e le procedure interne.

Le rilevazioni contabili devono consentire di produrre delle situazioni economiche, patrimoniali e finanziarie, accurate e tempestive, rivolte sia all'interno dell'organizzazione (report per la

Il Codice Etico

pianificazione e il controllo, report specifici richiesti dall'Alta Direzione, ecc..) sia all'esterno (bilanci, altri documenti informativi, ecc.).

Devono essere garantiti controlli che permettano in maniera ragionevole di garantire la salvaguardia del valore delle attività a protezione delle perdite.

Tutti i dipendenti e gli Amministratori sono tenuti ad operare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente, in modo che si possano perseguire le finalità sopra descritte.

Deve essere garantito ai Revisori Contabili libero accesso ai dati, ai documenti ed alle informazioni necessarie per lo svolgimento della propria attività.

4. Rapporti esterni

Gli organi sociali ed il personale debbono tenere un comportamento improntato alla massima correttezza ed integrità in tutti i rapporti con persone ed enti esterni all'azienda.

4.1 La clientela

Credifarma manifesta una costante sensibilità e tensione alla salvaguardia della qualità della relazione con i clienti ed al suo continuo miglioramento, essendo questi prerequisiti indispensabili per il processo di soddisfazione della clientela e di creazione e distribuzione del valore.

La professionalità, la competenza, la disponibilità, la correttezza e la cortesia rappresentano i principi guida che i destinatari del Codice sono tenuti a seguire nei loro rapporti con la clientela.

I comportamenti assunti sono improntati al rispetto della riservatezza sulle informazioni acquisite nel corso dell'attività, nonché della vigente normativa in tema di privacy.

Per tutelare l'immagine e la reputazione di Credifarma è indispensabile che i rapporti con la clientela siano improntati:

- ✓ alla piena trasparenza e correttezza;
- ✓ al rispetto della legge, con particolare riferimento alle disposizioni in tema di antiriciclaggio, antiusura e trasparenza, nonché della normativa di vigilanza;
- ✓ all'indipendenza nei confronti di ogni forma di condizionamento, sia interno che esterno.

Inoltre, nell'avviare relazioni commerciali con nuovi clienti e nella gestione di quelle già in essere, è necessario, tenuto conto delle informazioni disponibili, evitare di:

- ✓ intrattenere rapporti con soggetti implicati in attività illecite, in particolare connesse al traffico di armi e di sostanze stupefacenti, al riciclaggio ed al terrorismo, e, comunque, con persone prive dei necessari requisiti di serietà ed affidabilità commerciale;
- ✓ finanziare attività volte alla produzione o commercializzazione di prodotti altamente inquinanti per l'ambiente e la salute;
- ✓ mantenere rapporti finanziari con quelle attività economiche che, anche in modo indiretto, ostacolano lo sviluppo umano e contribuiscono a violare i diritti fondamentali della persona (ad esempio sfruttando l'impiego di lavoro minorile).

4.2 I fornitori

I medesimi principi che vengono applicati alle relazioni intrattenute con i clienti debbono caratterizzare i rapporti commerciali attivati con i propri fornitori.

Credifarma si impegna ad introdurre, per particolari forniture, requisiti di tipo sociale; in particolare, nei contratti con i fornitori di Paesi "a rischio", definiti tali da organizzazioni riconosciute, sono introdotte clausole che prevedono l'autocertificazione da parte del fornitore dell'adesione a specifici obblighi sociali (per esempio, misure che garantiscono ai lavoratori il rispetto dei diritti fondamentali, i principi di parità di trattamento e di non discriminazione, la tutela del lavoro minorile).

4.3 Le Pubbliche Amministrazioni

L'assunzione di impegni con la Pubblica Amministrazione e con le pubbliche istituzioni è riservata alle funzioni aziendali preposte ed autorizzate, le quali sono tenute ad assolvere ai propri compiti con integrità, indipendenza e correttezza.

È vietato promettere od offrire a Pubblici Ufficiali, o a dipendenti in genere della Pubblica Amministrazione o di pubbliche istituzioni, pagamenti o beni per promuovere o favorire gli interessi della Società.

Chiunque riceva richieste o proposte di benefici da Pubblici Funzionari deve immediatamente riferire al proprio superiore.

4.4 Le organizzazioni politiche e sindacali

I principi di trasparenza, indipendenza ed integrità debbono caratterizzare i rapporti intrattenuti dalle funzioni aziendali con le organizzazioni politiche e sindacali.

I rapporti con queste ultime sono improntati a favorire una corretta dialettica, senza alcuna discriminazione o diversità di trattamento.

Credifarma non ammette l'erogazione di contributi diretti o indiretti, in denaro, in natura, o in altra forma a partiti politici, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, né ai loro rappresentanti, che possa, in qualche modo, essere ricondotta ad intenzioni aziendali.

Credifarma non rimborsa i dipendenti che effettuino tali contribuzioni per ragioni personali.

Sottopone, inoltre, a procedura disciplinare chi promette o effettua versamenti a carico della Società e provvede al recupero di quanto impropriamente versato dal dipendente.

4.5 La concorrenza

Credifarma individua nella concorrenza lo stimolo al costante miglioramento della qualità dei prodotti e servizi offerti alla clientela, improntando i propri comportamenti di natura commerciale ai principi di lealtà e correttezza.

4.6 Contributi e sponsorizzazioni

Credifarma può aderire alle richieste di contributi limitatamente alle proposte rinvenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro e con regolari statuti e atti costitutivi, che siano di elevato valore culturale o benefico e che abbiano respiro nazionale o, in ogni caso, che coinvolgano un numero notevole di cittadini.

Inoltre, sono consentite le sponsorizzazioni di Associazioni territoriali di categoria, comunque collegate alla Federazione Nazionale Unitaria dei Titolari di Farmacia Italiani (Federfarma).

Le attività di sponsorizzazione possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, nonché la promozione delle tematiche legate alla professione del farmacista. Tali attività sono destinate solo a eventi che offrano garanzia di qualità o per i quali Credifarma può collaborare alla progettazione, in modo da garantirne originalità ed efficacia.

5. Relazioni con il personale

La professionalità e l'impegno dei dipendenti rappresentano valori determinanti ed imprescindibili per il conseguimento degli obiettivi di Credifarma.

Per questi motivi Credifarma è impegnata a sviluppare le attitudini e le potenzialità di ciascun dipendente nello svolgimento delle proprie competenze, affinché le capacità e le legittime aspirazioni dei singoli trovino piena realizzazione nel raggiungimento degli obiettivi aziendali.

A tali finalità deve ispirarsi l'operatività di tutte le strutture della Società, ed in particolare della funzione preposta alla gestione del personale.

Credifarma si impegna ad offrire pari opportunità di lavoro a tutti i dipendenti sulla base delle qualifiche professionali e delle capacità di rendimento, senza alcuna discriminazione.

Da ciò consegue che:

- ✓ Credifarma, per il tramite delle funzioni competenti, seleziona, assume, retribuisce e gestisce i dipendenti in base a criteri di merito e di competenza, senza alcuna discriminazione politica, sindacale, religiosa, razziale, di lingua e di sesso, nel rispetto di tutte le leggi, dei contratti di lavoro, dei regolamenti e delle direttive in vigore;
- ✓ Credifarma, per il tramite delle funzioni competenti, si impegna a creare un ambiente di lavoro adeguato dal punto di vista della sicurezza e della salute dei dipendenti. I responsabili delle varie strutture segnalano alle funzioni preposte eventuali circostanze e situazioni tali da non garantire la sicurezza degli ambienti di lavoro;
- ✓ i responsabili delle strutture si impegnano a creare un ambiente di lavoro privo di pregiudizi, libero da ogni forma di intimidazione, in cui ogni individuo sia trattato come collega e come membro di un team, nel rispetto dei suoi principi morali, evitando che subisca illeciti condizionamenti o indebiti disagi;
- ✓ ogni dipendente deve collaborare a creare un clima ambientale in cui tutti i colleghi si sentano bene accetti ed incoraggiati al raggiungimento dei propri obiettivi.

Il personale dipendente deve attenersi alle seguenti regole:

- deve essere evitata ogni situazione o attività che possa condurre a conflitti d'interesse con l'azienda o che potrebbe interferire con la capacità di assumere decisioni imparziali, nel migliore interesse della Società;
- le informazioni acquisite nello svolgimento delle attività assegnate debbono rimanere strettamente riservate e opportunamente protette e non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate, sia all'interno sia all'esterno della Società, se non nel rispetto della normativa vigente e delle procedure aziendali;
- il singolo addetto deve rispettare e salvaguardare i beni di proprietà della Società nonché impedirne l'uso fraudolento o improprio. L'utilizzo dei beni della Società da parte dei dipendenti deve essere funzionale ed esclusivo allo svolgimento delle attività aziendali o agli scopi autorizzati dalle funzioni interne preposte;
- il dipendente deve evitare che la situazione finanziaria personale possa avere ripercussioni sul corretto svolgimento della propria attività lavorativa;
- il personale non sollecita né accetta, per sé o per altri, raccomandazioni, trattamenti di favore, doni o altra utilità da parte dei soggetti con i quali entra in relazione, evitando di ricevere benefici di ogni genere che possano essere o apparire tali da influenzarne l'indipendenza di giudizio e l'imparzialità. Nel caso in cui il dipendente riceva omaggi o atti di ospitalità non di natura simbolica, deve informare il Responsabile Risorse Umane & Organizzazione e/o Comitato di Interno Controllo per valutare l'eventuale restituzione o ogni altro più opportuno intervento;

Il Codice Etico

- ogni dipendente cura le proprie competenze e professionalità, arricchendole con l'esperienza e la collaborazione dei colleghi; assume un atteggiamento costruttivo e propositivo, stimolando la crescita professionale dei propri colleghi;
- l'attività di ogni dipendente e delle strutture operative, di direzione e della rete commerciale, deve essere improntata alla massima collaborazione al fine di ottimizzare la soddisfazione della clientela;
- il personale direttivo, in particolare, è tenuto - nel rispetto dei principi di sana e prudente gestione - a proporre ed a realizzare programmi che accrescano i valori patrimoniali della Società, massimizzino grado di soddisfazione della clientela e salvaguardino gli interessi di lungo periodo di tutti i dipendenti;
- le decisioni assunte da ciascuno si basano su principi di sana e prudente gestione, mediante la valutazione oculata dei rischi potenziali e nella consapevolezza che le scelte personali contribuiscono al raggiungimento di positivi risultati aziendali;
- è fatto obbligo al dipendente di segnalare al Responsabile dell'unità organizzativa di appartenenza eventuali istruzioni ricevute contrastanti con la legge, i contratti di lavoro, la normativa interna o il presente Codice etico. Il Responsabile dell'unità organizzativa valuta la segnalazione e ne rende partecipe il Responsabile delle Risorse Umane & Organizzazione e/o il Comitato Interno di Controllo. Qualora l'ordine ritenuto illegittimo sia impartito da detto Responsabile, la segnalazione va indirizzata direttamente al Responsabile Risorse Umane & Organizzazione e/o al Comitato Interno di Controllo.

6. Modalità di attuazione

6.1 Comitato Interno di Controllo

La completa osservanza e interpretazione delle norme contenute nel presente Codice è demandata al Comitato; sarà cura di quest'ultimo provvedere allo svolgimento dei compiti sotto menzionati.

6.2 Compiti del Comitato Interno di Controllo in materia di Codice Etico

Il Comitato:

- ❑ definisce le iniziative atte a diffondere la conoscenza del Codice etico e a chiarirne, mediante pareri, il significato e l'applicazione;
- ❑ coordina l'elaborazione delle norme e delle procedure aziendali che attuano le indicazioni del Codice etico;
- ❑ promuove la revisione periodica del Codice etico e dei meccanismi d'attuazione;
- ❑ stabilisce le sanzioni da applicare nei casi di infrazioni delle norme del Codice; per tali deliberazioni gli organi che hanno concorso all'istruttoria od alla proposta si astengono dalla votazione;
- ❑ approva il piano di comunicazione e formazione etica;
- ❑ valuta la relazione interna di ethical auditing per la successiva approvazione del Consiglio di Amministrazione;
- ❑ riceve e analizza le segnalazioni di violazione del codice etico ed eventualmente richiede alla funzione di Internal Auditing di realizzare approfondimenti e verifiche su tali segnalazioni;
- ❑ riferisce periodicamente al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale sull'attività svolta e sulle problematiche connesse all'attuazione del Codice etico.

6.3 Compiti della Funzione di Internal Auditing

Al responsabile della Funzione di Auditing di Credifarma sono attribuiti i seguenti compiti:

- verificare l'applicazione e il rispetto del codice etico attraverso l'attività di ethical auditing, che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica nell'ambito della Società attraverso un'analisi e una valutazione dei processi di controllo dei rischi etici;
- monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e comprensione del codice etico; in particolare:
 - garantire lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica;
 - analizzare le proposte di revisione delle politiche e delle procedure aziendali con significativi impatti sull'etica aziendale e predisporre le ipotesi di soluzione da sottoporre alla valutazione del Comitato Interno di Controllo.
- proporre al Comitato Interno di Controllo, di concerto e con il supporto del Responsabile delle Risorse Umane & Organizzazione le modifiche e le integrazioni da apportare al codice etico.

6.4 Formazione etica

La formazione etica in azienda è l'insieme delle attività che sviluppano ed adeguano nel tempo la capacità di riconoscere, analizzare e risolvere i problemi di carattere etico a livello organizzativo attraverso strumenti economici e giuridici.

Essa inoltre comunica e crea condivisione attorno ai valori ed ai principi del Codice etico, favorisce l'introduzione dei diversi strumenti di responsabilità etico-sociale d'impresa laddove non siano ancora presenti e la loro attuazione, allena i decisori ad applicare i principi etici nelle scelte correnti. Le attività di formazione svolte da Credifarma, nelle diverse iniziative destinate al personale dipendente e con particolare riferimento ai neoassunti, tengono conto dei valori, dei principi e delle norme comportamentali richiamate nel presente Codice.

6.5 Comunicazione e diffusione del Codice etico

Una copia del Codice deve essere consegnata a cura dell'Ufficio Risorse Umane & Organizzazione ad ogni nuovo amministratore, sindaco, dipendente o collaboratore esterno all'atto della nomina, dell'assunzione o dell'avvio del rapporto di collaborazione.

Inoltre, l'Ufficio ne curerà la distribuzione al personale in servizio, agli amministratori e sindaci in carica, nonché ai soggetti che collaborano con la Società.

6.6 Segnalazione delle violazioni del Codice etico

Credifarma provvede a stabilire canali di comunicazione, anche elettronica, a cui poter rivolgere le proprie segnalazioni.

Tutti coloro che hanno degli interessi con la Società, sia soggetti interni che esterni, possono segnalare, per iscritto e in forma non anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del codice etico, al Comitato di Controllo Interno, che provvede ad un'analisi della segnalazione ascoltandone eventualmente l'autore e il responsabile delle presunta violazione. Il Comitato agisce in modo tale 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 (per esempio, per i fornitori: interruzione dei rapporti d'affari; per i dipendenti: mancata promozione, ecc...). E' inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

Il Comitato Interno di Controllo riporta le violazioni del codice etico, emerse in conseguenza delle segnalazioni o dell'attività di ethical auditing, e i suggerimenti ritenuti necessari. Nei casi più significativi, a seguito di un'opportuna analisi, comunica all'Alta Direzione o nel caso al Consiglio di Amministrazione, le violazioni e i provvedimenti conseguenti.

6.7 Sistema sanzionatorio

Per il sistema sanzionatorio deve essere preso a riferimento il sistema disciplinare previsto all'interno del Modello di Organizzazione e di Gestione ex Decreto Legislativo 231/2001.

Disposizioni transitorie e finali: entrata in vigore

Il presente Codice entra in vigore dall'1 gennaio 2006.

Il Codice è oggetto di periodiche revisioni; ogni variazione o integrazione deve essere approvata dal Consiglio di Amministrazione e dal Collegio sindacale.

I destinatari che ricoprono una posizione di autorità sono tenuti non solo a dar prova di un atteggiamento vigile, ma anche a seguire una condotta esemplare per quanto riguarda l'aderenza alle norme e ai principi enunciati nel presente Codice.

Credifarma

Società per azioni di servizi finanziari
per la farmacia

E' un'iniziativa di Federfarma,
Gruppo Bnl e Unicredito Italiano

Roma
Via dei Caudini, 2
Tel. 06.444851 • Fax 06. 4452284

Milano
Via Archimede, 85
Tel. 02.7383528 • Fax 02.7382822