

## **CODICE ETICO**

### **Polimedica Favino (PMF)**

Il Codice Etico di Polimedica Favino (nel seguito abbreviata in PMF) consiste di semplici ed intuitive regole di comportamento che ci ricordino che abbiamo l'ambizione di creare valore per i nostri pazienti e le loro famiglie, promuovendo un'atmosfera di lavoro positiva ed etica, mettendo in risalto l'impegno morale di tutti i collaboratori interni ed esterni. Rappresenta la "bussola" in grado di facilitare e guidare comportamenti eticamente corretti. È un preciso impegno di solidarietà da parte dei soci, che si impegnano a destinare continuativamente parte degli utili aziendali ad organizzazioni senza scopo di lucro e caratterizzate dalla mission di aiutare chi si trova in difficoltà, aderendo di fatto allo slogan: "People before Profits".

Aspiriamo a migliorare l'esperienza dei pazienti grazie alla nostra competenza, organizzazione, efficacia delle soluzioni proposte ed efficienza realizzativa. Vogliamo creare cultura aziendale quotidianamente: non solo per cosa facciamo e diciamo, ma soprattutto per come ci comportiamo, indipendentemente dal ruolo e dalla visibilità del singolo individuo.

### **COSA È L'ETICA**

L'etica è un insieme di norme morali e di comportamento che un individuo o un gruppo di individui segue nelle proprie azioni, ponendosi di fronte ai due concetti del bene e del male. Utilizzata in molti contesti, in contesti spesso filosofici e teorici, l'etica induce a riflettere su regole e principi da seguire praticamente nella vita quotidiana.

Quando la riflessione sull'etica si sposta dall'individuo ad un più ampio ambito organizzativo e aziendale, vengono evidenziati concetti di professionalità, serietà, consapevolezza e responsabilità sociale che consentano di integrare le proprie attività economiche con il rispetto e la tutela di tutte le parti con cui ci si relaziona.

### **COSA È IL CODICE ETICO**

Il Codice Etico rappresenta l'enunciazione dell'insieme dei valori, dei principi, delle linee di comportamento cui devono ispirarsi, nella propria attività lavorativa, i dipendenti, i collaboratori, i fornitori ed i consulenti di PMF, e ovviamente coinvolge sia i comportamenti individuali che quelli collettivi. L'applicazione dei principi enunciati riguarda sia il rispetto delle leggi che il rispetto dei valori morali. La sua introduzione in qualsiasi processo aziendale, compresi quelli decisionali, è un fattore chiave per lo sviluppo della qualità e della competitività nel lungo periodo, in quanto tende a favorire e catalizzare la crescita in regime di equilibrio.

L'obiettivo del Codice Etico è quello di favorire indirizzi univoci di comportamento e di consolidare la moralizzazione e l'efficienza dell'azienda nei rapporti interni ed esterni (clienti, fornitori, istituzioni), rinforzando così una positiva reputazione aziendale con conseguenti benefici, anche di carattere economico.

## **COSA È IL COMITATO ETICO**

È l'organismo aziendale che ha il compito di esprimere pareri vincolanti sulle questioni etiche che coinvolgono i vari stakeholder aziendali (soci, dipendenti, collaboratori, fornitori, consulenti), risolvere i casi portati alla sua attenzione, definire il piano di comunicazione e di formazione in attuazione del codice e monitorare costantemente l'elaborazione delle politiche aziendali.

Il Comitato Etico viene presieduto dall'Amministratore di PMF e composto dalle persone che attraverso il loro ruolo controllano e gestiscono le attività aziendali, i processi, gli individui e le organizzazioni con cui PMF si relaziona.

Il Comitato dovrà:

- a. diffondere con la massima incisività il Codice presso dipendenti e collaboratori;
- b. implementare e verificare la normativa del Codice al fine di adeguarla all'evoluzione legislativa;
- c. dare il necessario supporto nell'interpretazione e nell'attuazione del Codice;
- d. segnalare alle funzioni aziendali competenti eventuali situazioni anomale al fine di consentire a queste ultime di adottare i necessari provvedimenti correttivi;
- e. monitorare e valutare i casi di violazione delle norme proponendo, nel caso di infrazioni, le misure opportune secondo la gravità dei comportamenti commessi e nel rispetto delle leggi, dei regolamenti e dei Contratti di lavoro applicati (i.e. CCNL)

Il comitato interno è composto da Roberto Pesce, Francesco Ioppolo e Andrea Sergiacomo e si confronterà costantemente con Virgilio Nastari, nella sua posizione di direttore sanitario, nonché con il responsabile dei lavoratori e collaboratori per la sicurezza.

## **DESTINATARI**

Copia del presente Codice Etico avrà la massima diffusione all'interno dell'intero organigramma aziendale; sarà responsabilità di ogni dipendente prenderne visione attraverso la distribuzione e la formazione organizzata da un referente di comparto, firmarlo e restituirlo al Comitato Etico. Più specificatamente il presente Codice deve essere tassativamente ottemperato da:

- i componenti degli Organi Sociali (Amministratori, Soci, eventuali Sindaci);
- i dirigenti, i dipendenti, i collaboratori (di seguito, anche indicati quali "Personale"), senza alcuna eccezione;
- tutti i soggetti che, seppure esterni alla Società, operino, stabilmente o temporaneamente, direttamente o indirettamente, per la stessa

Tutti i Destinatari saranno tenuti ad osservare e, per quanto di propria competenza, a far osservare, i principi del Codice Etico; il rispetto delle norme del Codice è da considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei Dipendenti della Società, ai sensi e per gli effetti degli articoli 2104 e seguenti

del Codice Civile.

L'eventuale violazione dei principi e delle norme di comportamento di cui al presente Codice Etico pregiudica il rapporto di fiducia con la Società che potrà promuovere le più opportune azioni disciplinari e la richiesta di risarcimento del danno, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure di cui all'art. 7 della legge 20 maggio 1970 n. 300 (cd. Statuto dei Lavoratori), dei contratti collettivi di lavoro applicabili e degli eventuali regolamenti aziendali adottati dalla Società.

## PRINCIPI

Il vertice aziendale ed i vari responsabili devono costituire un modello di riferimento per tutti i dipendenti mantenendo, nell'esercizio delle proprie funzioni, una condotta ineccepibile e promuovendo lo spirito di collaborazione, di fiducia, di rispetto reciproco e di collaborazione al fine di migliorare il clima aziendale, i rapporti tra i colleghi e il prestigio della Società.

È vietato assumere, nell'espletamento dei propri compiti, decisioni contrarie o in conflitto con gli interessi dell'azienda o, comunque, non compatibili con l'osservanza dei doveri di ufficio. Nel perseguimento degli obiettivi aziendali, in un ambito che deve comunque privilegiare sempre sicurezza e qualità, devono essere interpretati nel modo migliore i bisogni dei clienti e dei partner commerciali, nonché le aspettative dei soci.

Ogni attività aziendale deve essere svolta con la massima diligenza, onestà, integrità morale e rigore professionale. Devono essere osservate le normative italiane, comunitarie e di tutti i Paesi con cui si opera e devono altresì essere rispettate le procedure aziendali e le norme del Codice Etico.

## VISIONE, MISSIONE, MANTRA, STRATEGIA

La visione dei soci di PMF è quella di un mercato in cui la Sanità rappresenti sempre di più un bene sociale e disponibile, dove si possano coniugare adeguatamente qualità, competenza, prezzo e prossimità, per migliorare l'esperienza del cliente/paziente e dei suoi familiari.

La missione dei soci di PMF è quella di favorire, in termini di disponibilità spazio-temporale, servizi sanitari caratterizzati da competenza ed eccellenza a prezzi accessibili, andando a costituire una valida alternativa ai servizi offerti dal Servizio Sanitario Nazionale, talvolta troppo "lontani" o con tempi di attesa non accettabili dal cliente/paziente.

Il mantra dei soci di PMF è: **eccellenza nei servizi sanitari di prossimità**

La strategia dei soci di PMF è la realizzazione di una rete di centri, distribuiti sul territorio nazionale, per l'erogazione di servizi sanitari di prossimità, ciascuno governato e sotto la responsabilità di un medico/azionista che, a seconda delle specifiche esigenze del mercato locale, anche in termini di equilibrio tra domanda ed offerta, caratterizzi il centro perché venga riconosciuto come un esempio di eccellenza territoriale che faccia vivere la migliore esperienza al cliente/paziente e ai suoi familiari. La strategia, che ruota dunque intorno alla figura preminente del cliente/paziente, si poggia su alcuni pilastri fondamentali: l'esperienza e la professionalità del personale medico, l'adeguatezza dei materiali utilizzati, l'innovazione e la ricerca di soluzioni vincenti.

PMF, il cui direttore sanitario è il dott. Virgilio Nastari, e il cui coordinatore dei fisioterapisti è il Dr. Federico Carosi, ambisce a diventare il polo di eccellenza nella zona della Romanina / Tor Vergata per l'erogazione di visite mediche specialistiche e servizi di fisioterapia preventiva, pre chirurgica e riabilitativa. Gemellato

con Polimedica San Lanfranco di Pavia, Diretta dal Prof. Domenico Corda, PMF si propone come centro riabilitativo qualificato nella cura delle patologie veno-linfatiche e delle loro complicanze (flebo linfedema, linfedema, linfangiti ed ulcere). Per ciascun paziente con patologia veno-linfatica verrà “disegnato”, come fosse un abito su misura, un percorso riabilitativo personalizzato che, pur aderendo alle attuali Linee Guida, supera sia la logica di prestazioni erogate a cicli che quella relativa la durata temporale di ogni trattamento che, per tale ragione, sarà dimensionato sul paziente.

PMF si propone inoltre come centro di riferimento nella diagnostica clinica e strumentale delle patologie uro-ginecologiche, nei disturbi della continenza nella donna e nei conseguenti trattamenti riabilitativi privilegiando quelli manu medica.

## I VALORI

Un valore è una concezione teorica che ispira i comportamenti di un individuo o una collettività omogenea; lo sviluppo dello spirito di appartenenza alla Società ed il miglioramento dell'immagine aziendale rappresentano obiettivi comuni che devono indirizzare costantemente i comportamenti di ciascuno. Tutti i comportamenti tenuti dai Destinatari e firmatari di questo Codice, nonché dai collaboratori esterni nell'esercizio delle funzioni di propria competenza, devono essere ispirati ai valori di lealtà, imparzialità, integrità, correttezza, efficienza e trasparenza così come al rispetto ed all'uso oculato dei beni e delle risorse aziendali.

Il personale deve collaborare con i colleghi, evitando comportamenti considerati offensivi o, comunque, caratterizzati da conflittualità. Nelle relazioni con l'esterno il dipendente deve comportarsi in modo tale da ispirare fiducia e competenza nei soggetti che entrano in contatto con la società, mostrando cortesia e disponibilità e trattando le questioni che gli vengono sottoposte in maniera corretta, trasparente, efficiente e sollecita.

## AMBITI DI APPLICAZIONE INTERNI

Le risorse umane costituiscono un elemento indispensabile per lo sviluppo e per il successo della Società. PMF riconosce la centralità delle risorse umane nella convinzione che il principale fattore di successo di ogni impresa sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano, in un quadro di lealtà e fiducia reciproca; PMF tutela la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro e ritiene fondamentale, nell'espletamento dell'attività economica, il rispetto dei diritti dei lavoratori; la gestione dei rapporti di lavoro è orientata a garantire pari opportunità e a favorire la crescita professionale di ciascuno. La professionalità e l'impegno dei dipendenti rappresentano valori determinanti per il conseguimento degli obiettivi della Società medesima che, pertanto, premia le capacità ed i risultati conseguiti da ciascun dipendente. La PMF si impegna a sviluppare, anche attraverso una costante e specifica attività di formazione, le capacità e le competenze di ciascun collaboratore per consentirgli di realizzare al meglio le proprie potenzialità, offrendo pari opportunità di lavoro, garantendo a tutti un trattamento equo basato su criteri di merito. Le funzioni competenti dovranno, quindi, selezionare, assumere, retribuire e gestire il personale in base a criteri di merito, di professionalità, di disponibilità lavorativa, di competenza e senza alcuna discriminazione basata sul sesso, sulla razza, sulla lingua, sulla religione, sulle opinioni politiche, sulle condizioni personali e sociali, nel rispetto delle leggi e dei contratti di lavoro. Sono sempre da osteggiare, in qualsiasi modo, forme di nepotismo e clientelismo. Il riconoscimento di aumenti salariali o di altri strumenti d'incentivazione e l'accesso a ruoli ed incarichi superiori sono legati, oltre che alle norme stabilite dalla legge e dal contratto di lavoro applicato, ai meriti individuali dei dipendenti, tra i quali la capacità di esprimere comportamenti e competenze organizzative improntati ai principi etici indicati dal presente Codice. I responsabili si

impegnano a creare un ambiente di lavoro in cui ogni individuo sia trattato come collega e come membro di un team favorendo il rispetto reciproco. Tutti devono sentirsi responsabili della salvaguardia dei beni aziendali (siano essi materiali o immateriali) e del loro corretto utilizzo. È fatto divieto di utilizzare in modo improprio o danneggiare i beni e le risorse dell'Azienda e di consentire ad altri di farlo. E' fatto altresì divieto di utilizzare strumenti elettronici durante l'orario di lavoro ed in particolare durante le visite e/o i trattamenti dei pazienti.

#### *A. Rispetto reciproco e condotta etica*

Il personale, ad ogni livello, è tenuto a svolgere le proprie mansioni con responsabilità, onestà e diligenza, in conformità alla legge ed alle politiche aziendali. A tal proposito ciascun dipendente deve sviluppare le proprie capacità e le proprie competenze al fine di contribuire, per quanto gli compete, al conseguimento degli obiettivi della Società. Ogni dipendente, inoltre, deve interagire con gli altri colleghi, collaborando per mantenere in azienda un clima di rispetto reciproco, in cui ciascuno si senta incoraggiato a raggiungere i propri obiettivi. Tutti i dipendenti di qualsiasi livello e mansione debbono prodigarsi per evitare qualsiasi diverbio, devono evitare l'uso di modi scortesi con colleghi e clienti e di linguaggio offensivo del credo e della morale altrui e in generale, devono evitare atteggiamenti e parole lesive della personalità. La società non tollera, come principio, tali atteggiamenti.

#### *B. Mobbing e Stalking*

Il mobbing è un termine inglese (letteralmente: bullismo) che indica, nell'accezione più comune, un insieme di comportamenti violenti (abusi psicologici, angherie, vessazioni, demansionamento, emarginazione, umiliazioni, maldicenze, ostracizzazione, etc.) perpetrati da parte di superiori e/o colleghi nei confronti di un lavoratore, prolungato nel tempo e lesivo della dignità personale e professionale nonché della salute psicofisica dello stesso. I singoli atteggiamenti molesti (o emulativi) non raggiungono necessariamente la soglia del reato né debbono essere di per sé illegittimi, ma nell'insieme producono danneggiamenti pluri offensivi anche gravi con conseguenze sul patrimonio della vittima, la sua salute, la sua esistenza. Dal punto di vista giuridico, pur in assenza di una legge specifica sul mobbing, nel nostro ordinamento esistono diverse norme, costituzionali, civilistiche e penali che forniscono delle linee guida permettendo di difendersi dai comportamenti persecutori che avvengono in ambito lavorativo considerandolo reato.

Stalking è un termine inglese (letteralmente: perseguitare) che indica una serie di atteggiamenti tenuti da un individuo che affligge un'altra persona, perseguitandola ed ingenerandole stati di ansia e paura, che possono arrivare a comprometterne il normale svolgimento della quotidianità; nella fattispecie è rubricata come atti persecutori. La persecuzione avviene solitamente mediante reiterati tentativi di comunicazione verbale e scritta, appostamenti ed intrusioni nella vita privata. Questo tipo di condotta è penalmente rilevante nell'ordinamento italiano. In Italia le condotte tipiche dello stalking configurano il reato di "atti persecutori" (art. 612-bis c.p.), introdotto con il D.L. 23 febbraio 2009, n. 11 (decreto Maroni). I sopra citati comportamenti devono essere considerati come altamente lesivi della persona e in completo contrasto con le norme del Codice Etico.

#### *C. Riservatezza*

Il personale non può divulgare, sia all'interno che all'esterno della Società, né utilizzare a fini privati, le informazioni, i dati, le conoscenze riservate di cui sia venuto in possesso nell'esercizio della propria attività, se non nel rispetto della normativa vigente e delle procedure aziendali. Costituisce informazione "riservata" la conoscenza di un progetto, di una trattativa, di politiche di prezzo, di strategie di sviluppo societario, anche se futuro ed incerto attinenti la sfera di attività aziendale.

Sono considerati “riservati” i dati contabili e quelli consuntivi, anche consolidati della società e/o del gruppo di cui fa parte, fino a che non siano oggetto di diffusione al pubblico, a seguito di comunicazione effettuata secondo le norme. Altre informazioni riservate sono, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- piani strategici, budget, business plan, piano degli investimenti
- dati relativi al personale (presenze, ferie, malattie, retribuzioni, premi)
- materiale relativo alla formazione, selezione e sviluppo del personale
- accordi societari, contratti commerciali, documenti aziendali, progetti
- banche dati di fornitori e di clienti
- sviluppi nelle vertenze legali
- prototipi, procedure, macchinari e servizi

Prima di comunicare o diffondere un'informazione di natura riservata o confidenziale deve essere perfezionato uno specifico accordo di riservatezza recante obbligazioni e restrizioni all'uso o alla divulgazione (tipicamente chiamato NDA, Non Disclosure Agreement); nessun collaboratore può rivelare a familiari o amici informazioni interne riservate, anche se a trarne potenziale profitto non è il collaboratore in prima persona, bensì soggetti a lui riconducibili.

I collaboratori, anche dopo eventuale cessazione del rapporto di lavoro, non devono diffondere, né fare altro uso non autorizzato, delle informazioni acquisite all'interno dell'azienda.

#### *D. Tutela della Privacy*

L'azienda deve garantire la tutela dei dati personali di ogni suo collaboratore. Nel caso in cui quest'ultimo dovesse fornire informazioni di tipo personale, l'azienda si impegna a trattare le stesse nel rispetto delle normative di riferimento. Qualora si ricevessero domande su idee, preferenze, gusti personali o, in generale, sulla vita privata, ogni collaboratore è autorizzato a non rispondere o comunque a denunciare l'accaduto al Comitato Etico. Maggiori informazioni sulle modalità di gestione e trattamento dei dati sono contenute nei regolamenti per la gestione e il trattamento dei dati personali e sensibili.

#### *E. Regali e favori*

Nei rapporti con fornitori, con clienti e, in generale, con soggetti terzi, è vietato al personale offrire, donare, chiedere od accettare, anche per interposta persona, doni, favori, utilità, omaggi a vario titolo, viaggi e/o vacanze, denaro per commissioni o premi. Premesso che per modico valore viene definita la soglia di 150€, possono essere offerti ed accettati soltanto doni di carattere puramente simbolico e di valore modesto ovvero forme di ospitalità (quali pranzi e cene) di modico valore, costituenti atti di cortesia commerciale. Ciascun dipendente/collaboratore deve, nel rispetto del principio di trasparenza, informare il proprio referente in caso di offerta e/o accettazione di doni di carattere simbolico.

Il Comitato Etico deciderà la destinazione degli eventuali omaggi ricevuti in concomitanza delle festività. I dipendenti/collaboratori non chiedono per sé o per gli altri, né accettano regali o altre utilità, da un subordinato o dai suoi parenti. Il dipendente non offre regali o altre utilità ad un responsabile o ai suoi parenti o conviventi, salve quelli d'uso di modico valore.

In ogni caso atti di cortesia commerciale non devono essere compiuti in circostanze tali da dare origine a sospetti di legittimità.

## *F. Riciclaggio*

Nessun collaboratore, a nessun titolo, deve essere coinvolto in operazioni che possano comportare riciclaggio di proventi da attività criminali o illecite. Nel caso in cui un collaboratore si rendesse conto di situazioni di questo genere, pur se non direttamente coinvolto, deve tempestivamente informare il proprio superiore e il Comitato Etico.

## **AMBITI DI APPLICAZIONE ESTERNI**

È politica della azienda soggetta a Codice Etico rispettare tutte le leggi, nazionali ed internazionali, con particolare attenzione alle normative che tutelano la persona e l'ambiente. Pertanto, nell'avviare relazioni commerciali con nuovi clienti e fornitori e nel gestire quelle già in essere è necessario, tenuto conto delle informazioni disponibili, evitare di:

- a. intrattenere rapporti con soggetti implicati in attività illecite e, comunque, con persone prive dei necessari requisiti di serietà ed affidabilità commerciale
- b. intrattenere rapporti con soggetti che svolgono la propria attività senza rispettare le leggi vigenti in materia di tutela della salute, dell'ambiente, ed integrità nei posti di lavoro
- c. intrattenere rapporti con soggetti che, anche in modo indiretto, ostacolano lo sviluppo umano e contribuiscono a violare i diritti fondamentali della persona, ad esempio sfruttando l'impiego del lavoro infantile

Il personale che intrattiene rapporti d'affari con i terzi deve assumere nei confronti di questi ultimi un comportamento etico, rispettoso delle leggi, improntato alla massima correttezza ed efficienza. Il personale deve, inoltre, informare i terzi circa gli obblighi ed i principi etici che riguardano direttamente la propria attività così come quella della Società.

Nelle relazioni commerciali sono vietati comportamenti illegali, pagamenti illeciti, tentativi di corruzione e favoritismi.

Sono considerati soggetti esterni alla Società: fornitori, consulenti e collaboratori, clienti, mass media, istituzioni.

### *A. Fornitori*

La negoziazione con i potenziali fornitori deve essere improntata alla buona fede ed alla trasparenza, avendo cura di evitare trattative ingiustificatamente parziali. Poiché l'azienda ha quale scopo primario la soddisfazione dei propri clienti/pazienti e dei suoi familiari potranno essere sviluppate partnership con i fornitori che sapranno soddisfare meglio di altri le esigenze dei clienti stessi. A tal proposito sarà onere dei dipendenti che selezionano e gestiscono i fornitori accertare tutti gli elementi utili al fine di qualificare il fornitore sotto il profilo della sua idoneità tecnica e professionale, e ciò anche ai sensi di quanto previsto dalle leggi vigenti in materia di privativa industriale ed intellettuale nonché in materia di tutela della salute ed integrità nei posti di lavoro. È doveroso richiedere informazioni quali, a solo titolo esemplificativo, l'organizzazione aziendale, il personale utilizzato, la loro piena aderenza alle norme vigenti e le precedenti esperienze con altre aziende del settore.

Ogni offerta deve essere valutata in maniera accurata; la scelta dei fornitori, così come la

formulazione delle condizioni di acquisto, deve essere imparziale, equa e deve basarsi esclusivamente su parametri tecnici (qualità del bene e/o del servizio, garanzia di assistenza, affidabilità), economici (prezzo – valore del bene e/o del servizio) e deve essere uniformata alle politiche ed alle procedure aziendali.

### *B. Consulenti e Collaboratori*

La natura delle prestazioni da richiedere a consulenti e collaboratori dovrà essere preventivamente determinata e ben circostanziata. Dovrà essere scelto il consulente e/o collaboratore che, per la propria preparazione professionale, e per la propria disponibilità, sia in grado di adempiere nel modo migliore alle prestazioni richieste.

Lo svolgimento delle prestazioni da parte del consulente/collaboratore deve avvenire in maniera trasparente in modo tale da consentire alla Società la verifica delle prestazioni effettivamente eseguite, nel rispetto degli obiettivi e delle politiche aziendali, delle leggi e del presente Codice Etico.

Il pagamento delle prestazioni dovrà avvenire sulla base di una dettagliata esposizione delle attività svolte e la remunerazione dovrà essere commisurata a quella normalmente praticata per prestazioni di analogo contenuto e qualità.

### *C. Clienti/Pazienti*

Al centro dell'attenzione della politica aziendale c'è la soddisfazione del cliente/paziente e la qualità della relazione sia con il cliente/paziente che con i suoi familiari, in una dimensione in cui sia evidente la centralità dell'individuo rispetto alle procedure, alla burocrazia, ai vincoli determinati dall'uso di macchinari più o meno innovativi e complessi. Il rapporto umano deve ispirarsi a valori semplicemente percepibili e apprezzabili: competenza, professionalità, puntualità, correttezza, lealtà, onestà. Per creare e mantenere questa tipologia di rapporto, PMF si impegna a:

- operare nell'ambito delle leggi normative vigenti
- rispettare sempre gli impegni e gli obblighi assunti nei confronti del cliente/paziente
- rispettare la puntualità negli appuntamenti, compatibilmente con eventuali priorità e/o emergenze sopraggiunte, e impegnandosi comunque a darne adeguata visibilità al cliente/paziente
- adottare uno stile di comportamento uniformato ai principi di professionalità, competenza, correttezza e cortesia; più in particolare ad astenersi integralmente ad utilizzare apparati elettronici (smartphone, telefoni, lpad, computer) durante le visite e/o i trattamenti dei pazienti
- fornire informazioni accurate e complete in modo da consentire al cliente/paziente (ed eventualmente ai suoi familiari) una decisione consapevole
- attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie o di altra natura
- fornire informazioni veritiere in merito alle caratteristiche dei servizi offerti e degli eventuali macchinari utilizzati
- rispettare quanto raccomandato da OMS sulla terapia del dolore

### *D. Partner e Concorrenti*

I rapporti con i partner e con i concorrenti devono essere anch'essi uniformati ai principi di professionalità, competenza, onestà, correttezza e cortesia. Perseguire l'eccellenza e la competitività nel mercato significa offrire ai propri clienti servizi di qualità, che rispondano



in maniera efficiente alle loro esigenze, e non promuovere una competizione sleale; l'utilizzo di partner che possono, o meno, collaborare con la concorrenza deve essere gestito in maniera coerente al Codice, e indipendentemente da eventuali comportamenti scorretti da parte della concorrenza. I Partner devono a loro volta accettare il Codice che si impegnano a rispettare in tutti gli ambiti che coinvolgono, direttamente o indirettamente, PMF. Ogni modifica che concerne le politiche di posizionamento e/o di prezzo, le garanzie e le condizioni standard della Società deve essere preventivamente approvata dai soggetti preposti, secondo le procure in vigore e non deve essere divulgata a Partner e Concorrenti.

#### *E. Mass Media*

La comunicazione pubblicitaria rivolta ai clienti/pazienti è ispirata ai valori di semplicità, trasparenza, chiarezza e completezza, eludendo qualsiasi azione e/o attività ingannevoli e scorrette. Le informazioni e le comunicazioni relative alla Società devono essere divulgate ai mass media soltanto dalle funzioni aziendali competenti o da persone allo scopo specificatamente autorizzate da tali funzioni.

#### *F. Pubblica Amministrazione*

I rapporti con le Istituzioni devono essere improntati alla massima trasparenza, chiarezza e correttezza; nell'ambito dei rapporti con tali soggetti i dipendenti si astengono dall'offrire mance per interposta persona, denaro o altra utilità al funzionario pubblico coinvolto, ai suoi familiari o a soggetti in qualunque modo allo stesso collegati e dal ricercare o instaurare relazioni personali di favore, influenza, ingerenza con l'obiettivo di condizionarne direttamente o indirettamente l'attività.

Il decreto legislativo 231/01 ha introdotto il concetto di responsabilità amministrativa delle imprese per reati commessi da amministratori, manager o dipendenti, collegando ad esse pesanti sanzioni pecuniarie o interdittive. Tale disposizione prevede infatti l'attribuzione di alcuni tipi di reati non più solo alle persone fisiche che hanno commesso l'illecito, ma anche e soprattutto alle persone giuridiche quali ad esempio le società per cui lavorano.

I destinatari di tale decreto sono gli enti dotati e non di personalità giuridica quali, ad esempio, Spa, Srl, Sapa, Snc, Sas, associazioni, cooperative, fondazioni, enti economici sia privati che pubblici e più in generale tutte le imprese organizzate in forma societaria: pertanto si applica anche a PMF. I principali reati previsti da tale decreto sono quelli verso le Pubbliche Amministrazioni (quali truffa, concussione, corruzione, indebita percezione di erogazioni pubbliche, ecc.) e la maggior parte dei reati societari (falso in bilancio, false comunicazioni sociali, aggio, ecc.). Vi sono inoltre reati legati alla falsificazione di monete e reati transnazionali. La tendenza normativa è quella di inserire in futuro all'interno del decreto anche reati in materia ambientale, di sicurezza sul lavoro e sfruttamento della manodopera. Pertanto, indipendentemente dal momento in cui PMF si organizzerà specificatamente con un Comitato 231, questo Codice Etico richiama tutti i destinatari all'osservanza scrupolosa di quanto legiferato in materia e, in una sintesi che vuole essere esplicativa più che esaustiva, ad evitare, e fare evitare, qualsiasi atteggiamento che desti anche solo un sospetto di comportamento illegale nei confronti della Pubblica Amministrazione.

## TUTELE

L'azienda programma lo sviluppo delle proprie attività valorizzando le risorse naturali con una costante attenzione nel preservare l'ambiente. La politica ambientale, in continua evoluzione, si basa su un'attività di sensibilizzazione che coinvolge tutti i collaboratori, a partire da comportamenti semplici ma di grande utilità, quali la raccolta differenziata dei materiali e l'attenzione al risparmio energetico. L'illuminazione è stata realizzata utilizzando al 100% la tecnologia a led; gli impianti di aerazione e condizionamento sono stati progettati e realizzati per consentire la massimizzazione del risparmio a parità di rendimento; ciò non toglie che tutti i destinatari possano contribuire al risparmio energetico tutte le volte che ne ravvedono la possibilità (gestione dell'illuminazione piuttosto che della temperatura, sia in estate che in inverno).

L'azienda deve essere garante del mantenimento di un ambiente di lavoro sicuro e salubre. In ottemperanza agli obblighi di legge l'azienda redige un Documento Valutazione Rischi (DVR) e un Documento Valutazione Rischi da Interferenze (DVRI) che regolano i livelli di rischi e le norme comportamentali, le responsabilità e i compiti per ciascun ambiente di lavoro sia esso sede, magazzino o punto vendita. L'azienda promuove, inoltre, la formazione obbligatoria in materia di Primo Soccorso, Antincendio e qualsiasi altra formazione specialistica, per adempiere agli obblighi di legge. Il dipendente che dovesse rilevare l'esistenza di attività ritenute non sicure o di condizioni che non rispettano gli standard di sicurezza lo riferirà immediatamente al responsabile gerarchico ovvero al Responsabile della Sicurezza Prevenzione e Protezione (R.S.P.P.) o ai Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (R.L.S.). In ottemperanza alla normativa antifumo, la società non consente di fumare in nessuna area interna ai locali.

## OBBLIGO DI FEDELTA'

Nell'ottica di stabilire un rapporto fiduciario con tutto il personale, l'azienda non limita l'accesso, in relazione al ruolo svolto, ad alcuna informazione societaria sia in ambito amministrativo che organizzativo/commerciale. La Società, coerentemente con quanto sopracitato, e per la trasparenza delle sue attività, ritiene che tutti i propri collaboratori siano vincolati dall'obbligo di "fedeltà e riservatezza" nel senso più ampio del significato.

In particolare è fatto assoluto divieto di trattare affari, anche tramite interposta persona, per conto proprio o terzi in concorrenza con l'azienda, di divulgare notizie attinenti all'organizzazione, alle fonti di approvvigionamento, ai processi di erogazione dei servizi e di farne uso in modo da arrecare danno, anche solo potenziale, in qualsiasi modo. Tutti i dipendenti di qualsiasi livello sono parimenti tenuti all'obbligo della riservatezza su notizie riservate conosciute in occasione dello svolgimento delle proprie mansioni, in particolare con riferimento a quelle attinenti i clienti/pazienti. La Società auspica che i principi di etica professionale sopra enunciati e il senso morale dei propri dipendenti proseguano anche oltre l'eventuale termine del rapporto di lavoro, evitando di porre in essere comportamenti atti a trasmettere a concorrenti conoscenze e/o procedure acquisite durante il rapporto di lavoro.

## CONFLITTO DI INTERESSI

Si intende conflitto di interesse ogni situazione, occasione o rapporto in cui, anche solo potenzialmente, si vedano coinvolti interessi personali o di altre persone collegate (ad es. familiari ed amici) o di organizzazioni con cui si è a vario titolo coinvolti, che comunque possano far venir meno il dovere di imparzialità. È necessario astenersi dal partecipare all'adozione di decisioni, a procedimenti o a qualsiasi altra attività che possa generare conflitto di interessi. Chiunque venisse a conoscenza anche solo della

possibilità di conflitto di interesse, deve informare immediatamente il proprio responsabile e il Comitato Etico.

#### *A. Conflitto nelle relazioni esterne*

È dovere di ogni dipendente evitare qualsiasi attività o situazione che costituisca o possa costituire un conflitto tra gli interessi individuali e quelli della Società. Pertanto ciascun dipendente:

- non potrà trarre vantaggio dalla propria posizione al fine di favorire affari e persone esterne alla società ovvero al fine di favorire se stesso;
- non potrà prestare, in qualità di dipendente, prestazioni professionali che ricadano nel perimetro di quelle erogate dalla società;
- non potrà rappresentare e agire per conto di un fornitore, di un cliente e/o di un concorrente

L'azienda auspica che tali principi siano rispettati anche successivamente alla cessazione del rapporto di lavoro.

#### *B. Conflitto nell'uso del tempo e dei beni aziendali*

I dipendenti non devono effettuare attività per conto proprio o di terzi durante l'orario di lavoro né possono utilizzare, a tale scopo, le dotazioni aziendali. I dipendenti devono utilizzare con diligenza i beni materiali ed immateriali (ad es: informazioni riservate, know-how, conoscenze tecniche) dell'azienda, incluse le proprietà intellettuali ed industriali, evitando ogni abuso dei beni ad essi affidati.

I marchi ed i segni distintivi devono essere usati conformemente alla loro normale destinazione, ed alle politiche aziendali. Il personale deve prestare un'attenzione particolare al patrimonio aziendale, alle attrezzature, ai telefoni, ai sistemi informatici interni (ad es. internet e posta elettronica), ai database, ai segreti commerciali e alle altre informazioni confidenziali, avendo cura di utilizzare tali beni esclusivamente per finalità connesse all'esercizio della specifica attività lavorativa.

In particolare per quanto attiene gli strumenti informatici è vietato scaricare programmi non autorizzati e salvare, in qualsiasi modo o su qualsiasi supporto aziendale, documenti non attinenti l'attività lavorativa. I dipendenti, inoltre, non devono utilizzare gli strumenti informatici in maniera tale da danneggiare o offendere terzi.

Tutte le informazioni trattate o trasmesse elettronicamente sono proprietà aziendale e possono essere trasmesse solo per finalità connesse all'attività lavorativa. L'uso di tali strumenti, così come di ogni altro bene aziendale, deve essere uniformato ai principi di professionalità e correttezza.

## **MODALITÀ DI SALVAGUARDIA ETICA**

La Società promuove il concetto di responsabilità condivisa nei confronti dei comportamenti etici, facendone partecipi tutti i propri dipendenti, ciascuno secondo il ruolo svolto, e sulla base delle attività cui è preposto. Importanza particolare rivestono la salvaguardia del patrimonio aziendale, unitamente alla trasparenza ed alla completezza dell'informazione di bilancio. A tal proposito ciascun dipendente è tenuto

a collaborare perché i fatti di gestione siano rappresentati in maniera corretta. I dipendenti che venissero a conoscenza di omissioni, falsificazioni, alterazioni delle registrazioni contabili e/o di documenti correlati devono informare il responsabile diretto e il Comitato Etico, tenendo peraltro conto che i componenti dello stesso Comitato Etico debbono esser i primi a mostrarsi irreprensibili ed esser d'esempio a tutti i destinatari del Codice.

Versione 2.0 del 13 giugno 2017

Per presa visione e accettazione:

Data: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_