



CODICE ETICO

Approvato in data con delibera del Consiglio di Amministrazione in data 13/02/2024

INDICE

1. L'AZIENDA	3
2. SCOPO E AMBITO DI APPLICAZIONE	3
2.1 DESTINATARI	4
2.2 ISTITUZIONE DELL'ORGANISMO PREPOSTO AL MONITORAGGIO	5
2.3 SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO.....	6
2.4 POLITICA DI WHISTLEBLOWING	7
2.5 OBBLIGHI DEL PERSONALE	8
2.6 ULTERIORI OBBLIGHI PER I RESPONSABILI DI UNITÀ / FUNZIONI AZIENDALI	8
2.7 VALENZA DEL CODICE ETICO NEI CONFRONTI DEI TERZI	9
3 PRINCIPI ETICI FONDAMENTALI	9
3.1 PRINCIPIO DI LEGALITÀ	9
3.2 PRINCIPIO DI RESPONSABILITÀ	10
3.3 PRINCIPIO DI IMPARZIALITÀ	10
3.4 PRINCIPIO DI ONESTÀ	11
3.5 PRINCIPIO DI TRASPARENZA	11
3.6 PRINCIPIO DI RISERVATEZZA	12
3.7 PRINCIPIO DI LEALTÀ CONCORRENZIALE E RIPUDIO DELLA CONTRAFFAZIONE	12
3.8 VALORE DELLA REPUTAZIONE E DELLA CREDIBILITÀ AZIENDALE	12
3.9 LOTTA ALLA CORRUZIONE ED AI CONFLITTI DI INTERESSE.....	13
3.10 RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE.....	13
3.11 OMAGGI, REGALIE E ALTRE FORME DI BENEFICI RICONOSCIUTI AI RAPPRESENTANTI DELLA PA.....	14
3.12 LOTTA ALLA CORRUZIONE NEI RAPPORTI CON I PRIVATI	14
4 REGOLE DI COMPORTAMENTO SPECIFICHE	14
4.1 NORME DI COMPORTAMENTO PER GLI ORGANI SOCIALI.....	14
4.2 NORME DI COMPORTAMENTO NEI RAPPORTI CON IL PERSONALE DIPENDENTE.....	15
4.3 DIRITTI, DOVERI E RESPONSABILITÀ DEL PERSONALE	16
4.4 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	16
4.5 TUTELA DEI BENI AZIENDALI	17
4.6 USO DEGLI STRUMENTI INFORMATICI	17
4.7 RAPPORTI CON I CLIENTI.....	18
4.8 RAPPORTI CON I FORNITORI.....	19
4.9 RAPPORTO CON IL FISCO, LA COMUNITÀ, IL TERRITORIO E L'AMBIENTE.....	19
5. SANZIONI.....	20
5.1 DETERMINAZIONE DELLE SANZIONI	20
5.2 MODALITÀ DI APPLICAZIONE DELLE SANZIONI.....	21
5.3 DIRITTO DI DIFESA	21
5.4 DECADENZA.....	21

1. L'AZIENDA

GMM Farma è nata nel 2014 come importatore per la registrazione, commercializzazione e distribuzione di farmaci brandizzati Europei in Italia.

GMM Farma è titolare dell'autorizzazione all'immissione in commercio per i farmaci generici e i prodotti sanitari di alta qualità provenienti dall'UE. In Europa GMM Farma opera nel settore del commercio parallelo, una pratica legale in tutta la comunità europea.

GMM Farma provvede a mettere in commercio i prodotti d'importazione a seguito di un'autorizzazione all'importazione parallela (AIP) rilasciata dall'AIFA (Agenzia Italiana del Farmaco); essi vengono rietichettati o riconfezionati per essere idonei alla commercializzazione nel territorio nazionale; ciò avviene per rendere il prodotto "parallelo" conforme a quello già presente in commercio, nel pieno rispetto della normativa vigente.

2. SCOPO E AMBITO DI APPLICAZIONE

Il Codice Etico costituisce la "Carta dei Valori" aziendale: per la complessità delle situazioni in cui GMM (di seguito, "la Società" o "l'Azienda") si trova ad operare è importante definire con chiarezza l'insieme dei valori che la Società riconosce, accetta e condivide e l'insieme delle responsabilità che l'Azienda assume verso l'interno e verso l'esterno. Per questa ragione è stato predisposto il Codice Etico (di seguito anche Codice), la cui osservanza da parte dei soci, del Consiglio di Amministrazione e dei dipendenti che operano a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale, assume importanza strategica per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione, fattori che costituiscono un patrimonio strategico per il successo dell'impresa. Esso nasce dall'attenzione al rispetto della legalità che guida le scelte imprenditoriali e che ha indotto la Società a dotarsi di uno strumento volto ad orientare le proprie attività secondo una chiara prospettiva di prevenzione degli illeciti, in conformità alle prescrizioni del D. Lgs. 8 giugno 2001, n. 231 in materia di responsabilità degli enti da reato. La stesura di questo Codice Etico segna dunque una tappa fondamentale del processo decisionale che ha condotto la Società a costruire il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo finalizzato alla prevenzione dei reati (di seguito, MOGC): un sistema di misure di prevenzione nel quale il presente Codice trova la propria collocazione naturale come fonte di autodisciplina dell'operato aziendale orientata all'etica.

2.1 Destinatari

I destinatari sono tutti gli esponenti aziendali, senza alcuna eccezione – a cominciare dai soci, dal Consiglio di Amministrazione – e tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaurino rapporti o relazioni con l'Azienda ed operino per perseguirne gli obiettivi. Ad ogni esponente aziendale, collaboratore esterno, consulente, fornitore ecc. è richiesto il rispetto del presente Codice Etico la cui accettazione potrebbe avvenire, a seconda del rapporto instaurato, in forma esplicita per sottoscrizione.

L'osservanza dei principi di seguito enunciati è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di tutti i dipendenti ai sensi degli artt. 2104¹, 2105², 2106³ del cod.civ. e, per i lavoratori non subordinati, dal relativo contratto.

L'Azienda richiede, inoltre, ai collaboratori, ai consulenti, ai principali fornitori e ai partner un comportamento in linea con i principi generali del presente Codice, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per perseguire un modello imprenditoriale eticamente responsabile. A tal fine, in caso di inosservanza, la Società prevede, ai sensi dell'art. 1456 c.c.⁴, apposite clausole risolutive espresse nei contratti con tali soggetti⁵.

Gli esponenti aziendali hanno l'obbligo di conoscere i principi espressi nel Codice Etico, astenendosi da comportamenti contrari ad essi, rivolgendosi al proprio superiore gerarchico o all'OdV preposto, per chiarimenti o denunce, collaborando al fine di evidenziare le eventuali violazioni.

In tutti i rapporti d'affari, le controparti devono essere informate dell'esistenza di tali principi di comportamento e devono rispettarle.

La Società apporterà, quando necessario, modifiche al Codice Etico al fine di adeguarlo all'evoluzione della sensibilità civile e alle leggi applicabili.

In particolare, il Consiglio di Amministrazione è tenuto ad osservare il presente Codice Etico nel porre, gestire, realizzare i progetti, le azioni, gli investimenti della Società e nel fissare gli obiettivi di

¹ **Art. 2104 c.c. Diligenza del prestatore di lavoro.** Il prestatore di lavoro deve usare la diligenza richiesta dalla natura della prestazione dovuta, dall'interesse dell'impresa e di quello superiore della produzione nazionale. Deve inoltre osservare le disposizioni per l'esecuzione e per la disciplina del lavoro, impartite dall'imprenditore e dai collaboratori di questo dai quali gerarchicamente dipende".

² **Art. 2105 c.c. Obbligo di fedeltà.** Il prestatore di lavoro non deve trattare affari, per conto proprio o di terzi, in concorrenza con l'imprenditore, né divulgare notizie attinenti all'organizzazione e ai metodi di produzione dell'impresa, o farne uso in modo da poter recare ad essa pregiudizio.

³ **Art. 2106 c.c. Sanzioni disciplinari.** L'inosservanza delle disposizioni contenute nei due articoli precedenti (artt. 2104 e 2105 c.c.) può dar luogo alla applicazione di sanzioni disciplinari, secondo la gravità dell'infrazione.

⁴ **Art. 1456 c.c. Clausola risolutiva espressa.** I contraenti possono convenire espressamente che il contratto si risolva nel caso che una determinata obbligazione non sia adempiuta secondo le modalità stabilite.

⁵ In questo caso, la risoluzione si verifica di diritto quando la parte interessata dichiara all'altra che intende valersi della clausola risolutiva.

business.

Coloro che occupano posizioni di responsabilità (soggetti apicali) sono tenuti ad essere d'esempio per i propri dipendenti, ad indirizzarli all'osservanza del Codice Etico e del MOGC, favorendone il rispetto. Ciascun dipendente è tenuto a conoscere il Codice, a contribuire attivamente alla sua attuazione e a segnalare eventuali carenze.

Il presente codice costituisce punto di riferimento anche per la *branch* costituita all'estero, dove è presente il Local Officer 231 responsabile dell'adozione ed applicazione del MOG 231, attraverso la traduzione dei principi guida, la condivisione e formazione sullo stesso e l'invio di flussi informativi verso l'OdV della GMM.

La Società si impegna a facilitare e promuovere la conoscenza del Codice da parte dei dipendenti e il loro contributo costruttivo sui suoi contenuti. Ogni comportamento contrario alla lettera e allo spirito del Codice sarà sanzionato in conformità con quanto previsto dal Codice medesimo.

La Società vigilerà con attenzione sull'osservanza del Codice, predisponendo adeguati strumenti di informazione, prevenzione e controllo e assicurando la trasparenza delle operazioni e dei comportamenti posti in essere, intervenendo, se del caso, con azioni correttive. Il Codice è portato a conoscenza di tutti coloro con i quali GMM intrattiene relazioni commerciali.

2.2 Istituzione dell'Organismo preposto al monitoraggio

La Società si impegna a far rispettare i principi etici anche attraverso l'istituzione dell'Organismo di Vigilanza (di seguito "OdV") previsto dal D.lgs. 231/2001 al quale è demandato il compito di vigilare e monitorare la corretta applicazione del Codice Etico da parte di tutti i soggetti destinatari.

I compiti dell'OdV, in ottemperanza con quanto previsto nel D.lgs. n. 231/01, sono:

- monitorare costantemente l'applicazione del Codice Etico;
- segnalare eventuali violazioni del Codice Etico e della normativa 231;
- esprimere pareri vincolanti in merito all'eventuale revisione del Codice Etico e dei documenti ad esso correlati, al fine di garantirne l'adequatezza al disposto di legge e alle regole di prevenzione penale interna che la società si è data.
- informare il Consiglio di Amministrazione della Società circa i fatti relativi ad un illecito e/o di un'irregolarità sul luogo di lavoro, rilevanti ai fini del D.lgs. n. 231/2001 che gli sono stati segnalati mantenendo segrete le generalità del segnalante.

- qualora la segnalazione riguardi condotte nei quali sia coinvolto – direttamente o indirettamente – il Consiglio di Amministrazione, l’Organismo di Vigilanza dovrà informare, mantenendo sempre riservate le generalità del segnalante, la proprietà (CO.FI.MO S.p.a.).

2.3 Segnalazione delle violazioni del Codice Etico

È compito dell’OdV:

- segnalare al Socio Unico CO.FI.MO, le eventuali violazioni del Codice Etico commesse dal Consiglio di Amministrazione;
- segnalare alle funzioni aziendali deputate all’irrogazione delle sanzioni disciplinari, le eventuali violazioni del Codice Etico commesse da tutto il personale dipendente, proponendo l’adozione di adeguate contestazioni disciplinari;
- segnalare eventuali violazioni commesse dai collaboratori esterni, dai consulenti e dai fornitori, proponendo l’eventuale risoluzione dei rapporti contrattuali con tali soggetti.

La Società provvede a stabilire adeguati canali di comunicazione attraverso i quali i soggetti interessati possano rivolgere le proprie segnalazioni in merito alla mancata e/o inesatta applicazione o alle violazioni del Codice Etico. In alternativa, tutti i soggetti interessati possono segnalare, per iscritto e in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico, all’Organismo di vigilanza, all’indirizzo e-mail di esclusivo accesso dell’OdV e quest’ultimo, in tal caso:

- provvederà ad un’analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente l’autore ed il responsabile della presunta violazione;
- agirà 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;
- assicurerà la riservatezza dell’identità del segnalante (in caso di segnalazione non anonima), fatti salvi gli obblighi di legge;
- in caso di accertata violazione del Codice Etico, l’Organismo stesso riporterà la segnalazione e gli eventuali suggerimenti ritenuti necessari, al vertice aziendale o alle funzioni interessate, secondo la gravità delle violazioni riscontrate;
- il vertice aziendale o le funzioni interessate, definiranno i provvedimenti da adottare secondo le normative in vigore, il sistema disciplinare adottato dalla Società ovvero in applicazione della clausola risolutiva nei contratti con terze parti; ne cureranno inoltre l’attuazione e riferiranno

l'esito all'OdV.

2.4 Politica di Whistleblowing

L'Azienda, in conformità alle normative vigenti, ha adottato un sistema di whistleblowing per consentire a coloro che vengono a conoscenza di condotte illecite, fondate su elementi di fatto precisi e concordanti, di poter inviare, anche in forma anonima, una segnalazione all'organo gestorio che ne valuterà il contenuto e disporrà tutti gli accertamenti necessari.

L'azienda mette a disposizione un "Portale Whistleblowing" raggiungibile per i Whistleblowers al seguente indirizzo web dedicato

<https://digitalroom.bdo.it/gmmfarma>

L'Azienda assicura la protezione del segnalante e dei facilitatori da ogni atto di ritorsione o discriminazione attraverso la protezione della sua identità personale.

2.5 Impegni di GMM Farma

L'Azienda s'impegna a favorire e garantire adeguata conoscenza del Codice Etico e del MOGC e a divulgarli presso i Destinatari mediante idonee attività di informazione/formazione. In particolare, la Società assicura:

- la massima diffusione del Codice presso i dipendenti e presso gli *stakeholders*⁶;
- l'approfondimento e l'aggiornamento del Codice per un suo costante adeguamento all'evoluzione della sensibilità civile e delle normative di rilevanza per il Codice stesso;
- la messa a disposizione di ogni possibile strumento conoscitivo e di chiarimento circa l'interpretazione e l'attuazione delle norme contenute nel Codice;
- lo svolgimento di verifiche in ordine ad ogni notizia di violazione delle norme del Codice o in questo richiamate;
- la valutazione dei fatti e la conseguente attuazione, in caso di accertata violazione, di adeguate misure sanzionatorie;

⁶ Intendendosi per "Stakeholders" tutti coloro che sono portatori di interessi nei confronti della Società.

- che nessuno possa subire ritorsioni di qualunque genere per aver fornito notizie su possibili violazioni del Codice o delle normative di riferimento.

2.6 Obblighi del Personale

La Società esige da ogni dipendente la conoscenza delle norme contenute nel Codice e dei protocolli di riferimento che regolano l'attività svolta da ciascuno nella funzione aziendale di appartenenza nell'ambito del MOGC e questi ha l'obbligo di:

- astenersi da comportamenti contrari a tali norme e protocolli;
- rivolgersi ai propri superiori, o all'Organismo di Vigilanza, in caso di necessità di chiarimenti sulle modalità di applicazione delle stesse;
- riferire tempestivamente all'Organismo di Vigilanza:
 - qualsiasi notizia, di diretta rilevazione o riportata da altri, in merito a possibili loro violazioni;
 - qualsiasi richiesta gli sia stata rivolta di violarle;
- collaborare con le strutture deputate a verificare le violazioni.

2.7 Ulteriori obblighi per i responsabili di Unità / Funzioni aziendali

Ogni Responsabile di Unità/Funzione aziendale ha l'obbligo di:

- rappresentare con il proprio comportamento un esempio di integrità morale per il Personale che a Lui riporta;
- indirizzare il suddetto Personale all'osservanza del Codice;
- operare affinché i dipendenti comprendano che il rispetto delle norme del Codice costituisce parte essenziale della qualità della prestazione lavorativa;
- selezionare accuratamente, per quanto di propria competenza, dipendenti e collaboratori esterni per impedire che vengano affidati incarichi a persone che non diano pieno affidamento sul proprio impegno ad osservare le norme del Codice;
- riferire tempestivamente al superiore gerarchico o all'Organismo di Vigilanza, su proprie rilevazioni nonché su notizie fornite da altri dipendenti circa possibili casi di violazione delle norme del Codice o delle prescrizioni del MOGC;

- adottare misure correttive immediate, quando richiesto dalla situazione;
- impedire qualunque tipo di ritorsione nei confronti dei dipendenti che abbiano rivelato violazioni del Codice Etico;
- rispettare le procedure interne atte allo svolgimento delle attività operative che permettono il raggiungimento di adeguati livelli di efficienza. È dunque di fondamentale importanza il rispetto da parte di tutti degli iter procedurali definiti dalla Società e formalizzati in apposita documentazione interna da intendersi richiamata nel presente Codice ⁷.

2.8 Valenza del Codice Etico nei confronti dei terzi

Nei confronti dei “Terzi” – intendendosi come tali i Clienti, i Fornitori, gli Agenti, la Pubblica Amministrazione e qualunque altra tipologia di *stakeholders* diversa dai soci, amministratori e personale dipendente – la Società ha l’obbligo di:

- ✓ informarli adeguatamente circa gli impegni e gli obblighi imposti dal Codice nei rapporti di loro competenza;
- ✓ esigere il rispetto degli obblighi che riguardano direttamente la loro attività;
- ✓ adottare le opportune iniziative, in caso di mancato adempimento da parte di terzi dell’obbligo di conformarsi al Codice per i rapporti che li riguardano.

3 PRINCIPI ETICI FONDAMENTALI

GMM vincola l’operato della Società nel suo complesso e di tutti i destinatari del presente Codice al più rigoroso rispetto dei principi di seguito declinati:

3.1 Principio di legalità

La Società si impegna ad osservare tutte le leggi, i regolamenti e, in generale, le normative vigenti in Italia e negli altri Paesi in cui esercita la propria attività, nonché i principi etici e deontologici dettati dalle associazioni di categoria ed in particolare quelli codificati nel Codice Deontologico di Farindustria⁸.

In particolare, in tutte le sedi, magazzini ed unità locali, la Società è chiamata a rispettare le leggi in

⁷ A titolo esemplificativo e non esaustivo, si possono citare: a) Manuale della Qualità; b) Manuale Operativo; c) Manuale Organizzativo e sistema professionale, nelle versioni correnti alla data di adozione del presente Codice.

⁸ Codice pubblicato al seguente link del sito istituzionale:
http://www.farindustria.it/index.php?option=com_jdownloads&Itemid=0&view=finish&cid=115477&catid=39

materia di distribuzione e commercializzazione all'ingrosso di farmaci, parafarmaci, alimentari e affini.

Di seguito vengono richiamate le principali normative di settore applicabili alla Società:

- Normativa per la distribuzione di Medicinali Uso Umano (D.M. Sanità 06/07/99; D.lgs. 219/2006; D.lgs. 274/2007);
- Normativa per la distribuzione di Stupefacenti (DPR 309/1990 e s.m.i.);
- Normativa per la conservazione e distribuzione di alimenti ed integratori alimentari (Circolare Ministero Sanità n. 1/1998 – Manuale di corretta prassi igienica; Regolamento CE 852/2004 sull'igiene dei prodotti alimentari);
- Normativa per la distribuzione di Dispositivi Medici (D.lgs. 46/1997 e s.m.i.; D.lgs. 172/2004; D.M. Salute del 20/2/2007 per la classificazione nazionale dei dispositivi medici)
- Normativa per la distribuzione di Presidi Medico Chirurgici (DPR 392/1998 “Regolamento recante norme per la semplificazione dei procedimenti di autorizzazione alla produzione e all'immissione in commercio dei presidi medico-chirurgici”).

3.2 Principio di responsabilità

GMM persegue in via continuativa i seguenti obiettivi misurabili:

- la massima soddisfazione dei propri clienti attraverso la qualità dei prodotti e servizi offerti a prezzi competitivi nel rispetto delle leggi vigenti;
- la costante selezione di nuovi prodotti, per rispondere alle esigenze manifestate dalle farmacie, garantendo un supporto distributivo rapido concreto e professionale;
- la corretta conservazione, distribuzione e consegna dei prodotti e l'ottimizzazione dei sistemi logistici e di approvvigionamento per garantire la soddisfazione capillare e rapida degli ordini delle farmacie;
- l'investimento in risorse umane, materiali ed attrezzature, nell'ottica di continua innovazione tecnologica ed informatica per migliorare i servizi ai clienti, nonché la tracciabilità ed integrità dei prodotti farmaceutici.

3.3 Principio di imparzialità

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi *stakeholders* (ad es. in materia di scelta dei

clienti da servire, selezione e gestione del personale ed organizzazione del lavoro, selezione e gestione dei fornitori, rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano), la Società ripudia ogni forma di discriminazione in base all'età, al sesso, all'orientamento sessuale, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche ed alle credenze religiose dei propri interlocutori.

3.4 Principio di onestà

La Società promuove l'onestà nei comportamenti interpersonali e nelle condotte di *business* quale principio cardine per la conduzione degli affari. In particolare, ripudia ogni condotta o modalità di azione fraudolenta nei rapporti con le farmacie clienti, tra i destinatari e verso tutti gli *stakeholders* e cura l'integrazione di principi etici nei processi decisionali e nella prassi lavorativa di amministratori, manager, agenti e dipendenti tutti. In nessun caso il perseguimento dell'interesse di GMM può giustificare un comportamento disonesto o contrario alla legge da parte di uno dei destinatari del presente Codice.

3.5 Principio di trasparenza

La Società promuove il valore fondamentale della corretta informazione societaria indirizzata ai soci, agli organi sociali ed alle funzioni competenti, in ordine ai fatti significativi concernenti la gestione societaria e contabile e in alcun modo giustifica azioni dei propri esponenti atte ad ostacolare il controllo da parte degli organi societari preposti. Pertanto, i destinatari del presente codice, ove richiesti a norma di legge, sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili e accurate, in modo tale che, nell'impostare i rapporti con l'azienda, i vari *stakeholders* siano in grado di prendere decisioni autonome e consapevoli in funzione degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti.

Pertanto, l'Azienda fa esplicito divieto al personale dipendente, ai soggetti apicali, ai consulenti ed ai terzi che svolgano attività in suo nome o per suo conto di:

- esporre fatti materiali non rispondenti al vero;
- omettere informazioni, la cui comunicazione è imposta dalla legge, sulla situazione economica, patrimoniale o finanziaria della società;
- occultare dati o notizie in modo idoneo a indurre in errore i destinatari degli stessi;
- impedire o comunque ostacolare lo svolgimento delle attività di controllo o di revisione legal

mente attribuite ai soci o ad altri organi sociali.

3.6 Principio di riservatezza

La Società adotta sistemi atti a garantire la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare o fornire a terzi dati non indispensabili alla gestione dei servizi, in conformità alle norme giuridiche vigenti in materia di protezione dei dati personali. I Destinatari assicurano altresì la riservatezza delle informazioni conosciute in occasione delle operazioni compiute per conto dell'Azienda. I Destinatari sono inoltre tenuti a trattare dati e informazioni aziendali esclusivamente nell'ambito e per i fini delle proprie attività lavorative e, comunque, a non divulgare in alcun modo dati personali sensibili senza l'esplicito consenso degli interessati, ovvero informazioni aziendali riservate senza autorizzazione.

3.7 Principio di lealtà concorrenziale e ripudio della contraffazione

La Società impronta i propri comportamenti a principi di lealtà e correttezza – nei rapporti con le aziende concorrenti - astenendosi da comportamenti collusivi, predatori o di abuso di posizione dominante, nella convinzione che una concorrenza corretta e leale migliora il funzionamento del mercato ed i vantaggi per le farmacie/clienti e per i cittadini/consumatori.

3.8 Valore della reputazione e della credibilità aziendale

Alla luce dei principi sopra enucleati, GMM considera la buona reputazione, il buon nome e la credibilità aziendale quali valori immateriali oggettivi, da preservare e garantire in ogni attività disimpegnata dai destinatari.

Pertanto, i destinatari del presente Codice devono astenersi dal tenere qualsivoglia condotta che possa ledere, compromettere o semplicemente esporre a rischio il buon nome e la credibilità etica e commerciale della Società, al contempo, impegnandosi in prima persona a consolidarne la reputazione verso l'esterno.

GMM è infatti consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza di mantenere elevato il livello di accettazione sociale presso le comunità in cui l'Azienda opera.

3.9 Lotta alla corruzione ed ai conflitti di interesse

La Società, in coerenza con i valori di legalità, onestà e trasparenza sopra declinati, pone in essere, attraverso il MOGC ed altri atti di impulso aziendale, le misure atte a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione e di conflitto d'interesse, monitorandole al fine di renderle costantemente adeguate.

In particolare, non consente che siano versate somme di denaro o esercitate altre forme di corruzione allo scopo di procurare vantaggi diretti o indiretti all'azienda, vietando la corresponsione di dazioni, omaggi e/o regalie a terzi che oltrepassino le normali regole di ospitalità e cortesia.

Tutti i destinatari del Codice devono evitare ogni situazione che possa generare conflitto con gli interessi dell'Azienda; in particolare deve essere evitato qualsiasi conflitto di interesse tra le attività economiche personali e familiari e le mansioni ricoperte nella Società.

Questo vale sia nel caso in cui un amministratore, un dipendente, collaboratore o consulente persegua un interesse diverso dagli scopi aziendali o si avvantaggi personalmente di un'opportunità d'affari della Società, sia nel caso in cui i legali rappresentanti dei clienti, dei fornitori o della P.A., agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione pubblica o privata ⁹.

3.10 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Nei rapporti con i soggetti della Pubblica Amministrazione sono vietate la ricerca e l'instaurazione di relazioni personali atte a favorire, a influenzare o a condizionare, direttamente o indirettamente, l'esito del rapporto.

Nel corso di un rapporto finalizzato ad ottenere un qualsivoglia provvedimento amministrativo o nel corso di rapporti di natura commerciale con la Pubblica Amministrazione, in Italia o all'estero, i Destinatari del presente codice si impegnano a:

- non offrire opportunità di lavoro e/o commerciali a favore per personale pubblico coinvolto nella trattativa, nel rapporto ovvero ai loro familiari e affini;

⁹ A titolo esemplificativo e non esaustivo, possono determinare conflitto di interessi le seguenti situazioni:

- svolgere funzioni di vertice (amministratore delegato, consigliere, responsabile di funzione) ed avere interessi economici con fornitori, clienti, o concorrenti (possessione di azioni, incarichi professionali, ecc.) anche attraverso i propri familiari;
- curare i rapporti con i fornitori e svolgere attività lavorativa presso un fornitore, anche attraverso familiari.
- accettare denaro o favori di persone o aziende che sono o intendono entrare in rapporti di affari con l'Azienda.

- non influenzare impropriamente le decisioni dei funzionari o incaricati che abbiano potere decisionale o siano coinvolti nelle trattative per conto della Pubblica Amministrazione;
- non offrire doni, beni o utilità di qualsivoglia natura che possano essere intesi come rivolti alla ricerca di indebiti favori o che siano intesi come compenso per un atto dovuto o contrario ai propri compiti d'ufficio, a funzionari o incaricati della Pubblica Amministrazione, ovvero ai loro familiari e affini.

3.11 Omaggi, regalie e altre forme di benefici riconosciuti ai rappresentanti della Pubblica Amministrazione

La Società non ammette pagamenti impropri, né alcuna forma diretta o indiretta di regalo o beneficio gratuito, promesso, offerto o ricevuto, che possano essere interpretati come eccedenti le normali pratiche commerciali o di cortesia, o rivolti ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi operazione riconducibile all'attività aziendale. Tali divieti non consentono deroghe, neppure in quei Paesi dove offrire doni di valore a partner commerciali sia ritenuta una consuetudine.

3.12 Lotta alla corruzione nei rapporti con i privati

Nell'ottica di reprimere la corruzione nei rapporti tra privati, la “mala gestio” e le ipotesi di deviazione dal buon andamento societario, sono vietate le promesse o la dazione di denaro, beni o altre utilità da parte di tutti i destinatari - rivolte a soggetti diversi dagli esponenti della Pubblica Amministrazione - che siano svolte, conformandosi o meno ai doveri d'ufficio o con lesione degli obblighi di fedeltà e che comportino un nocumento all'azienda di appartenenza del soggetto beneficiario, ovvero una distorsione nell'acquisizione di beni e/o servizi da parte della Società.

4 REGOLE DI COMPORTAMENTO SPECIFICHE

Di seguito viene sancito l'insieme dei diritti, dei doveri e delle responsabilità che l'Azienda assume, sul piano etico ed a condizione di reciprocità, nei rapporti con i suoi principali “stakeholders”: organi sociali, dipendenti, clienti, fornitori e collettività.

4.1 Norme di comportamento per gli organi sociali

Ai soci e al Consiglio di Amministrazione è richiesto:

- di tenere un comportamento ispirato ad integrità, lealtà e senso di responsabilità nei rapporti reciproci e nei confronti della Società nel suo complesso;
- di tenere un comportamento ispirato ad autonomia, indipendenza e correttezza con le Istituzioni Pubbliche, i soggetti privati (inclusi i creditori sociali), le associazioni economiche, i sindacati ed ogni altro portatore di interesse di livello apicale;
- di garantire una partecipazione assidua ed informata alle adunanze ed alle attività degli organi sociali;
- di valutare le situazioni di conflitto di interessi o di incompatibilità di funzioni ed incarichi sulla base delle ipotesi richiamate al precedente art. 3.9 del presente Codice e darne notizia agli altri membri dell'organo sociale di appartenenza in conformità alla procedura prevista per gli amministratori dall'art. 2391 cod.civ.;
- di fare un uso riservato delle informazioni di cui vengono a conoscenza, evitando di avvalersi della loro posizione per ottenere vantaggi personali diretti o indiretti;
- di assicurare la condivisione della *mission* etica della Società con il personale dipendente.

4.2 Norme di comportamento nei rapporti con il Personale dipendente

La Società considera le Risorse Umane valore primario per il conseguimento degli obiettivi aziendali, in virtù del contributo professionale apportato da ciascuna Risorsa, nell'ambito di rapporti interpersonali basati su lealtà, correttezza, fiducia reciproca e pieno rispetto della personalità individuale, a prescindere dalle gerarchie interne.

Tutti i rapporti con il Personale sono caratterizzati da trasparenza e correttezza, essendo altresì espressamente vietata ogni discriminazione (per razza, sessualità o sesso, nazionalità, religione, lingua, appartenenza sindacale o politica). Nell'ambito del rapporto lavorativo instaurato con la Società, ogni lavoratore dovrà svolgere le proprie mansioni in conformità alle leggi, ai contratti collettivi applicabili, alle regolamentazioni e istruzioni di lavoro impartite all'interno della Società ed alle prescrizioni del presente Codice, sulla base di un rigoroso impegno personale all'onestà ed alla lealtà verso l'Azienda ed i colleghi.

Poiché il lavoro dei singoli è orientato alla soddisfazione reciproca ed alla crescita professionale del Personale, tutte le decisioni prese nell'ambito della gestione e dello sviluppo di carriera e retributivo

sono basate su considerazioni di profili di merito e/o corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai lavoratori.

La Società organizza l'impiego delle risorse umane, presso il magazzino, uffici in cui viene dislocata l'attività, uniformando i propri processi decisionali al criterio della massima operatività e del raggiungimento degli obiettivi. A tal fine, le risorse umane vengono impiegate seguendo criteri di merito, efficacia ed efficienza organizzativa, nel rispetto della Legge, della Contrattazione Collettiva applicata e dei principi etici di riferimento. La Società promuove e valorizza altresì il sistema di formazione ed aggiornamento professionale, anche in materia di etica aziendale.

4.3 Diritti, doveri e responsabilità del Personale

I dipendenti sono tenuti al rispetto dei principi di comportamento contenuti nel presente Codice e nella normativa interna aziendale. In particolare, l'osservanza delle norme del Codice deve considerarsi parte essenziale dei doveri contrattuali di correttezza, buona fede e diligenza nell'espletamento delle loro mansioni.

Chiunque ritenga di aver subito offese alla propria persona o discriminazioni sul posto di lavoro può denunciare l'accaduto alla Direzione o alle funzioni competenti che, qualora lo ritengano necessario, trasferiranno l'informazione all'Organismo di Vigilanza, per l'accertamento dei fatti e l'applicazione delle conseguenti misure. Non rientrano nel concetto di discriminazione le disparità di trattamento motivate da criteri oggettivi, che non siano in contrasto con la legge o con i CCNL applicati.

Non sono tollerate, e saranno quindi sanzionate, richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni morali e personali di ciascuno.

4.4 Salute e sicurezza sul lavoro

GMM riconosce la salute, la salubrità ambientale e la sicurezza sul posto di lavoro come un diritto fondamentale di tutti i destinatari del presente Codice e un elemento chiave della cultura e strategia aziendali.

Ne deriva che tutte le decisioni inerenti ai processi lavorativi devono rispettare la salute e la sicurezza sul posto di lavoro, in conformità alle leggi vigenti. Pertanto, la Società adotta un'efficace politica di salute e sicurezza sul lavoro che è fondata su misure preventive, individuali e collettive, per ridurre al

minimo i potenziali rischi di infortuni sul posto di lavoro. Tutti i lavoratori sono tenuti a contribuire attivamente al mantenimento di uno standard ottimale di salute e sicurezza, astenendosi da comportamenti illeciti o comunque pericolosi e segnalando prontamente alla Direzione eventuali lacune del sistema di sicurezza, ovvero attività svolte ai danni dei beni o delle risorse umane, di cui vengano a conoscenza nel corso delle attività lavorative.

È fatto divieto a ciascun Destinatario del presente Codice di:

- ✓ prestare servizio sotto gli effetti di abuso di sostanze alcoliche, di sostanze stupefacenti o di sostanze di analogo effetto;
- ✓ consumare o cedere a qualsiasi titolo sostanze stupefacenti.

4.5 Tutela dei beni aziendali

Ciascun destinatario del presente Codice è tenuto ad operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili ed in linea con le procedure operative predisposte dall'Azienda per regolamentarne l'utilizzo, documentando in maniera veritiera e corretta il loro impiego. In particolare, ogni destinatario deve:

- utilizzare con scrupolo ed in modo conforme all'uso i beni a lui affidati;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse dell'azienda.

Ogni collaboratore è responsabile della protezione dei beni a lui affidati e ha il dovere di informare tempestivamente le Unità preposte di eventuali minacce o eventi dannosi per la Società.

La Società si riserva il diritto di impedire utilizzi distorti dei propri beni e infrastrutture attraverso l'impiego di sistemi di rilevazione, di analisi e prevenzione dei rischi, fermo restando il rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti (legge sulla privacy, statuto dei lavoratori ecc.).

4.6 Uso degli strumenti informatici

Ciascun esponente aziendale destinatario del presente Codice cui sia assegnata una postazione/workstation informatica è tenuto a:

- adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici;

- non inviare messaggi di posta elettronica minatori e ingiuriosi, non esprimere nelle comunicazioni elettroniche commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- non navigare su siti internet dai contenuti indecorosi e offensivi;
- non porre in essere alcun comportamento che costituisca reato informatico e in particolare quei reati informatici che possono comportare una responsabilità per l'Azienda ai sensi del D. Lgs. 231/2001 quali ad esempio accessi abusivi a sistemi informatici o telematici o detenzione abusiva di credenziali informatiche.

4.7 Rapporti con i clienti

GMM persegue la massima soddisfazione della propria clientela attraverso l'offerta di farmaci di importazione parallela, parafarmaci, con origine e provenienza certificate, a condizioni competitive e nel rispetto di tutte le norme poste a tutela della leale concorrenza nonché delle normative che impattano sulla distribuzione farmaceutica richiamate al par. 3.1 del presente Codice.

Per questo motivo, la Società conforma la propria condotta, nei rapporti con i clienti, ai principi etici fondamentali codificati al cap. 3 del presente Codice (in particolare, i principi di responsabilità, onestà, trasparenza, lealtà concorrenziale e ripudio della contraffazione).

Pertanto, è fatto obbligo a tutti i destinatari coinvolti nei rapporti diretti o indiretti con la clientela (ad es. Area Commerciale e Marketing ed agenti):

- fornire al cliente (attuale o potenziale) informazioni esatte ed esaustive sulle condizioni ed i termini contrattuali del servizio offerto, nonché su eventuali variazioni delle condizioni economiche di erogazione dei servizi di distribuzione o sull'esito di eventuali verifiche richieste dal cliente;
- fornire, con efficienza, tempestività e cortesia, nei limiti delle previsioni contrattuali, prodotti e servizi di alta qualità che soddisfino o superino le ragionevoli aspettative e/o necessità del cliente;
- attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie, di marketing o di altro genere rivolte alla clientela.

4.8 Rapporti con i fornitori

GMM:

- si rifornisce da grossisti europei per l'importazione parallela di farmaci;
- stipula contratti di trasporto con primari vettori autorizzati al trasporto dei farmaci e assimilati;
- instaura rapporti contrattuali con agenti e consulenti per i vari servizi di supporto al business della distribuzione dei farmaci (ad es. sviluppo della rete vendite, ecc.).

Pertanto, i fornitori rappresentano un'importante risorsa il cui apporto al business aziendale deve essere improntato a canoni di massima chiarezza, correttezza e trasparenza. Per questo motivo, è fatto obbligo alle Risorse interne coinvolte nei processi di acquisto di beni o servizi (ad es. Area Acquisti) di:

- osservare le procedure interne per la selezione e gestione dei rapporti con i fornitori e promuovere rapporti commerciali solo con fornitori che diano adeguate garanzie di rispetto degli standard qualitativi propri della Società;
- ottenere la collaborazione dei fornitori nell'assicurare costantemente il soddisfacimento delle esigenze dei clienti in termini di qualità, costo e tempi di distribuzione e consegna in misura almeno pari alle loro aspettative;
- osservare (e far osservare dal fornitore) le condizioni contrattualmente previste;
- mantenere un dialogo franco ed aperto con i fornitori, in linea con le buone consuetudini commerciali.

La Società osserva elevati standard etici in tutte le negoziazioni con i fornitori e proibisce la corruzione, i tentativi di corruzione o altre condotte indebite nei rapporti con i fornitori.

4.9 Rapporto con il Fisco, la comunità, il territorio e l'ambiente

La Società impronta il proprio operato al più rigoroso rispetto delle normative fiscali anche nelle operazioni finanziarie, all'applicazione rigorosa dei principi contabili, al puntuale adempimento degli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse dovute.

La Società, nel soddisfare il bisogno di salute della comunità, promuove un rapporto costruttivo e trasparente con i diversi attori del territorio, le Farmacie, le Asl e l'intero sistema delle cure primarie, con la rete dei servizi sociosanitari e con il terzo settore.

La Società facilita processi di divulgazione scientifica, mantiene un atteggiamento di apertura e interesse verso il progresso scientifico e si dimostra disponibile a intraprendere collaborazioni e convenzioni con università e centri di ricerca scientifica.

Le attività aziendali sono condotte in conformità alle leggi relative alla salvaguardia dell'ambiente e la Società si impegna a promuovere, nell'ambito di tutte le proprie strutture e del magazzino, un uso razionale delle risorse, lo smaltimento a norma dei rifiuti e un'attenzione alla ricerca di soluzioni innovative per garantire il risparmio energetico.

5. SANZIONI

Il riscontro di violazioni del presente Codice darà luogo all'applicazione di sanzioni nei confronti dei destinatari, le quali verranno applicate dai soggetti aziendali competenti, in conformità al sistema disciplinare previsto dal M.O.G.C. della Società e nel pieno rispetto della Legge, dei CCNL applicabili e delle relative disposizioni pattizie.

5.1 Determinazione delle sanzioni

La violazione dei principi fissati nel presente Codice lede il rapporto di fiducia tra la Società ed il trasgressore e viene perseguita, con tempestività ed immediatezza, attraverso procedimenti disciplinari adeguati e proporzionati, indipendentemente dall'eventuale rilevanza penale delle condotte assunte e/o dall'instaurazione di un procedimento penale ove ricorra un'ipotesi di reato.

In particolare, l'osservanza del Codice Etico costituisce parte integrante del mandato conferito agli organi sociali, al Consiglio di Amministrazione, ai procuratori - che sono passibili di sanzioni disciplinari proporzionate alla gravità dell'inosservanza – nonché delle obbligazioni contrattuali dei lavoratori, anche ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 2104 (Diligenza del prestatore di lavoro), 2105 (obbligo di fedeltà) e 2106 (sanzioni disciplinari) del Codice civile.

È opportuno ricordare che qualsivoglia violazione potrebbe essere fonte di grave danno economico per la Società, e ciò in base ai principi generali in tema di responsabilità civile, nonché in conseguenza dell'eventuale applicazione delle sanzioni previste dal D.lgs. 231/01 che disciplina la responsabilità delle persone giuridiche per illeciti amministrativi dipendenti da reato.

Pertanto, oltre all'applicazione delle sanzioni disciplinari, la Società si riserva la facoltà di intraprendere ogni altra azione necessaria a tutela dei propri interessi, ivi compresa l'azione per il risarcimento dei danni subiti per effetto della condotta trasgressiva.

5.2 Modalità di applicazione delle sanzioni

Ogni violazione al presente Codice, commessa da personale dipendente, comporterà l'adozione di provvedimenti disciplinari, proporzionati alla gravità o recidività della mancanza o al grado della colpa, nel rispetto delle disposizioni contenute nei contratti di lavoro applicabili, dai CCNL di categoria applicati all'interno della Società e della disciplina di cui all'art. 7 della Legge 20 maggio 1970, n. 300 (c.d. Statuto dei Lavoratori).

Relativamente al Consiglio di Amministrazione, ad eventuali altri soggetti di livello apicale, la violazione delle norme del presente Codice comporta l'adozione di provvedimenti proporzionati alla gravità o recidività dell'inosservanza o al grado della colpa, sino alla revoca dell'incarico per giusta causa. Per quanto riguarda gli altri destinatari del Codice, la violazione delle disposizioni ivi incluse comporta l'adozione di provvedimenti proporzionati alla gravità o recidività della mancanza o al grado della colpa, sino alla risoluzione dei contratti in essere con gli stessi.

5.3 Diritto di difesa

In ogni caso, gli organi che procedono ad applicare le sanzioni disciplinari devono garantire che l'interessato riceva congrua, tempestiva e riservata comunicazione delle infrazioni rilevate e possa disporre di un congruo termine, non inferiore a 5 giorni, per rassegnare le proprie deduzioni, difese e chiedere di essere sentito.

5.4 Decadenza

Il procedimento disciplinare non può essere avviato a distanza di oltre tre anni dal fatto commesso e, in ogni caso, non può durare più di dodici mesi dalla cognizione piena del fatto. Il procedimento si chiude in ogni caso con una decisione scritta, motivata e firmata dall'organo deliberante.

[FINE DOCUMENTO]