



CODICE ETICO

VERSIONE	DATA EMISSIONE	COMMENTO	APPROVAZIONE
01	18-11-2022	Prima Adozione	Consiglio di Amministrazione

SOMMARIO

CODICE ETICO	1
INTRODUZIONE	3
Il d.lgs. n. 231/2001.....	3
Il Modello C.A.M. e le finalità del Codice Etico.....	3
Destinatari del Codice Etico.....	3
La diffusione e la formazione sul Codice Etico.....	3
Struttura del Codice Etico	4
1. PRINCIPI ETICI.....	4
1.1 Principi etici di riferimento.....	4
2. NORME GENERALI DI COMPORTAMENTO.	7
2.1 Norme generali di comportamento per i Destinatari.	7
2.2 Principi generali di comportamento per i componenti degli organi sociali.....	7
2.3 Principi e norme di comportamento per il Personale.....	8
3. RAPPORTI CON I TERZI.	8
3.1 Rapporti con i Clienti.	8
3.2 Rapporti con i Fornitori.....	8
3.3 Rapporti con la Pubblica Amministrazione.....	9
3.4 Rapporti con le Autorità di Vigilanza.....	9
3.5 Rapporti con organizzazioni politiche e sindacali.....	9
3.6 Rapporti con gli organi di informazione.....	10
3.7 Iniziative “non profit”.....	10
4. DISPOSIZIONI ATTUATIVE.....	10
4.1 Modalità di diffusione del Codice Etico.....	10
4.2 Segnalazioni all’Organismo di Vigilanza.....	10
4.3 Efficacia del Codice e conseguenza delle sue violazioni.	10

INTRODUZIONE

Il d.lgs. n. 231/2001.

In data 8 giugno 2001, il legislatore italiano ha emanato il d.lgs. n. 231/2001 (di seguito, anche, 'Decreto') recante la "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni, anche prive di personalità giuridica" (di seguito, anche, 'Enti' e, singolarmente, 'Ente').

Il Decreto ha introdotto nell'ordinamento italiano il principio della responsabilità degli Enti per i reati commessi, nel loro interesse o a loro vantaggio, dai dipendenti e/o dagli altri soggetti indicati nell'art. 5 del Decreto stesso (ad es., amministratori, sindaci, dirigenti, rappresentanti dell'Ente, nonché soggetti sottoposti alla loro direzione o vigilanza), a meno che, tra le altre condizioni, l'Ente abbia adottato ed efficacemente attuato un idoneo modello di organizzazione, gestione e controllo (di seguito, anche solo 'Modello').

Il Modello C.A.M. e le finalità del Codice Etico.

Conformemente a quanto previsto dal Decreto, Consorzio Autotrasportatori Marchigiani Soc. Coop. Cons. (di seguito anche "Società" o C.A.M.) ha adottato un proprio Modello, volto a prevenire il rischio di commissione dei reati rilevanti ai sensi del Decreto.

Il presente codice etico (di seguito, per brevità, 'Codice Etico' o solo 'Codice') è parte integrante del Modello adottato da C.A.M., contenendo, tra l'altro, i principi generali e le regole comportamentali cui la Società riconosce valore etico positivo ed a cui devono conformarsi tutti i destinatari del Codice.

Destinatari del Codice Etico.

Attesa la finalità di indirizzare eticamente l'attività di C.A.M., il presente Codice è vincolante per l'organo amministrativo, i sindaci, i soggetti incaricati della revisione legale dei conti della Società (di seguito, rispettivamente indicati quali l'Organo Amministrativo', 'Sindaci' e 'Revisore'), i suoi dipendenti, inclusi i dirigenti (di seguito, congiuntamente indicati quali 'Personale'), senza alcuna eccezione, nonché per tutti coloro che, pur esterni alla Società, operino, direttamente o indirettamente, per C.A.M. (es., procuratori, agenti, collaboratori a qualsiasi titolo, consulenti, fornitori, partner commerciali, di seguito, indicati quali 'Terzi Destinatari'). Tutti i soggetti indicati nel paragrafo saranno complessivamente definiti, nel prosieguo, 'Destinatari' o, singolarmente, 'Destinatario'.

Tutti i Destinatari sono, pertanto, tenuti ad osservare e, per quanto di propria competenza, a fare osservare i principi contenuti nel Codice Etico. In nessuna circostanza la pretesa di agire nell'interesse di C.A.M. giustifica l'adozione di comportamenti in contrasto con quelli enunciati nel presente documento. L'osservanza delle norme del Codice deve, in particolare, considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti della Società ai sensi e per gli effetti delle disposizioni di cui all'art. 2104 e seguenti del codice civile.

La violazione delle norme del Codice Etico lede il rapporto di fiducia instaurato con la Società e può portare ad azioni disciplinari e 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 (c.d. Statuto dei Lavoratori), dei contratti collettivi di lavoro e degli eventuali regolamenti aziendali adottati da C.A.M.

La diffusione e la formazione sul Codice Etico

La Società si impegna a garantire una puntuale diffusione interna ed esterna del Codice Etico mediante:

- distribuzione a tutti i componenti degli organi sociali e a tutto il Personale;
- affissione in luogo accessibile a tutti;
- messa a disposizione dei Terzi Destinatari e di qualunque altro interlocutore mediante pubblicazione sul sito internet della Società e sulla rete intranet aziendale.

L'Organismo di Vigilanza (di seguito, anche 'OdV') nominato dalla Società a mente del Decreto, promuove e monitora periodiche iniziative di formazione sui principi del presente Codice, pianificate anche in considerazione dell'esigenza di differenziare le attività in base al ruolo ed alla responsabilità delle risorse interessate, ovvero mediante la previsione di una formazione più intensa e caratterizzata da un più elevato grado di approfondimento per i soggetti qualificabili come 'apicali' alla stregua del Decreto, nonché per quelli operanti nelle aree qualificabili come "a rischio" ai sensi del Modello.

Nei contratti con i Terzi Destinatari, è, inoltre, prevista l'introduzione di clausole e/o la sottoscrizione di dichiarazioni volte sia a formalizzare l'impegno al rispetto del Modello e del Codice Etico, sia a disciplinare le sanzioni di natura contrattuale, per l'ipotesi di violazione di tale impegno.

Struttura del Codice Etico

Il presente Codice si compone di 4 sezioni:

- nella prima, sono indicati i principi etici generali che individuano i valori di riferimento nelle attività della Società;
- nella seconda, sono indicate le norme comportamentali dettate per i Destinatari;
- nella terza, sono disciplinati i meccanismi che regolano i rapporti con i Terzi Destinatari;
- nella quarta invece vengono indicate le disposizioni attuative del Codice Etico.

Con delibera dell'organo amministrativo, il Codice Etico può essere modificato e integrato, anche sulla base dei suggerimenti e delle indicazioni provenienti dall'Organismo di Vigilanza.

1. PRINCIPI ETICI.

1.1 Principi etici di riferimento.

In conformità a quanto previsto nelle recenti Linee Guida, C.A.M. intende definire i principi etici di riferimento per tutti i Destinatari.

In nessun caso la convinzione di agire a vantaggio di C.A.M. giustifica comportamenti in contrasto con i principi del presente Codice, ai quali deve riconoscersi valore primario ed assoluto.

La Società adotta i principi di seguito descritti.

Responsabilità e rispetto delle leggi

C.A.M. ha come principio imprescindibile il rispetto delle leggi, dei regolamenti e, in generale, delle normative vigenti in Italia ed in tutti i Paesi in cui si trova ad operare, nonché dell'ordine democratico ivi costituito.

Eguaglianza ed imparzialità

Ogni proposta, decisione, azione è adottata a prescindere da qualunque discriminazione di età, sesso, razza, etnia, nazionalità, opinioni politiche e/o credo religioso.

Onestà

La Società si astiene dal compimento di atti illegali, illeciti, non conformi al comune senso di rettitudine ed al comune senso dell'onore e della dignità.

Correttezza

La Società mantiene un contegno irreprensibile, agendo secondo diligenza e buona fede e rispettando gli impegni assunti.

Trasparenza

Il principio della trasparenza si fonda sulla veridicità, accuratezza e completezza dell'informazione sia all'esterno che all'interno della Società.

Nel rispetto del principio di trasparenza, ogni operazione e transazione deve essere correttamente autorizzata, registrata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

Tutte le azioni ed operazioni devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e svolgimento.

Per ogni operazione vi deve essere un adeguato supporto documentale al fine di poter procedere, in ogni momento, all'effettuazione di controlli che attestino le caratteristiche e le motivazioni dell'operazione ed individuino chi ha autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione stessa.

La Società utilizza criteri oggettivi e trasparenti per la scelta dei fornitori. Tale scelta, nel rispetto delle norme vigenti e delle procedure interne, deve avvenire in base a valutazioni oggettive relative alla competitività, alla qualità ed alle condizioni economiche praticate.

Il fornitore sarà selezionato anche in considerazione della capacità di garantire:

- il rispetto del Codice Etico;
- l'attuazione di sistemi di qualità aziendali adeguati, ove previsto;
- la disponibilità di mezzi e strutture organizzative idonei;
- il rispetto della normativa in materia di lavoro, la salute e la sicurezza dei lavoratori, i diritti sindacali o comunque di associazione e rappresentanza.

Affidabilità

La Società assicura ai propri interlocutori il rispetto degli impegni presi e la corrispondenza tra quanto inizialmente prospettato e quanto successivamente attuato, salvo circostanze sfavorevoli e/o imprevedibili, non imputabili alla condotta aziendale, promuovendo l'instaurazione di un rapporto di piena fiducia.

Rispetto reciproco

Il rispetto reciproco è requisito essenziale comune a tutti coloro che intrattengono rapporti di qualunque tipo con la Società. Non sono tollerate prepotenze, minacce o comportamenti volti a condizionare le azioni altrui in senso contrario alla legge o al presente Codice né condotte ingiuriose o, comunque, lesive delle convinzioni e delle preferenze morali e personali di ciascuno.

Cooperazione

La Società promuove la cooperazione e la reciproca collaborazione riconoscendo il valore delle risorse umane impiegate nell'attività aziendale, allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio professionale di ciascun dipendente o collaboratore.

Tutela dell'ambiente e della sicurezza

C.A.M. tutela l'ambiente e garantisce la sicurezza, anche con riferimento alla sicurezza sul luogo di lavoro. La Società vuole porre in risalto che la politica della sicurezza, della salvaguardia dell'ambiente e di prevenzione dell'inquinamento deve issarsi a valore aziendale, alla stregua di tutti gli altri che marcano la strategia d'impresa.

Qualità

La Società orienta la propria attività alla soddisfazione dei propri partner, in piena coerenza con i principi di integrità ed il sistema di valori adottati da C.A.M., indirizzando la propria attività ai più elevati standard di qualità dei propri servizi.

Concorrenza

La Società riconosce che la concorrenza è un elemento fondamentale per lo sviluppo ed il progresso economico e sociale del Paese. A tal fine, nello svolgimento della propria attività, vigila affinché siano rispettate le condizioni generali per la libertà di impresa, consentendo agli operatori economici di poter accedere al mercato e di competere con pari opportunità, e tutela i propri clienti, favorendo il contenimento dei prezzi e i miglioramenti della qualità dei servizi che derivano dal libero gioco della concorrenza.

Spirito di servizio

I Destinatari, devono orientare la propria condotta, nei limiti delle rispettive competenze e responsabilità, al perseguimento della *mission* aziendale volta a fornire un servizio di alto valore sociale e di utilità per la collettività, la quale deve beneficiare dei migliori standard di qualità.

Valore delle risorse umane

Aspetti generali

Le risorse umane sono riconosciute quale fattore fondamentale ed irrinunciabile per lo sviluppo aziendale.

C.A.M. tutela la crescita e lo sviluppo professionale al fine di accrescere il patrimonio di competenze possedute, nel rispetto della normativa vigente in materia di diritti della personalità individuale, con particolare riguardo alla integrità morale e fisica del Personale.

C.A.M. si impegna a non favorire forme di clientelismo e nepotismo, nonché a non instaurare alcun rapporto di natura lavorativa con soggetti coinvolti in fatti di terrorismo.

Il Personale è assunto unicamente in base a regolari contratti di lavoro, non essendo tollerata alcuna forma di lavoro irregolare. Il candidato deve essere reso edotto di tutte le caratteristiche attinenti il rapporto di lavoro.

Il riconoscimento di aumenti salariali o di altri strumenti d'incentivazione e l'accesso a ruoli ed incarichi superiori (promozioni) sono legati, oltre che alle norme stabilite dalla legge e dal contratto collettivo di lavoro, ai meriti individuali dei dipendenti, tra i quali la capacità di esprimere comportamenti e competenze organizzative improntati ai principi etici di riferimento della Società, indicati dal presente Codice.

Rispetto reciproco

La Società esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non si verifichino molestie di alcun genere, quali ad esempio, la creazione di un ambiente di lavoro ostile nei confronti di singoli lavoratori o gruppi di

lavoratori, l'ingiustificata interferenza con il lavoro altrui o la creazione di ostacoli e impedimenti alle prospettive professionali altrui.

Molestie sul luogo di lavoro

La Società non ammette molestie sessuali, intendendo come tali, la subordinazione delle possibilità di crescita professionale alla prestazione di favori sessuali o le proposte di relazioni interpersonali private che, per il fatto di essere sgradite al destinatario, possano turbarne la serenità. La Società esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non si verifichino molestie di alcun genere, quali ad esempio, la creazione di un ambiente di lavoro ostile nei confronti di singoli lavoratori o gruppi di lavoratori, l'ingiustificata interferenza con il lavoro altrui o la creazione di ostacoli e impedimenti alle prospettive professionali altrui.

Abuso di sostanze alcoliche o stupefacenti

Ciascun dipendente o collaboratore deve astenersi dal prestare la propria attività sotto l'effetto di sostanze alcoliche o stupefacenti, o che sortiscano analogo effetto e di consumare tali sostanze nel corso della prestazione lavorativa.

Saranno equiparati ai casi precedenti gli stati di dipendenza cronica da alcool e stupefacenti, che abbiano incidenza sulla prestazione lavorativa e che possano turbare il normale svolgimento della stessa.

Fumo

La Società si impegna a garantire la sicurezza e la salute dei propri dipendenti, fermi restando i divieti di fumare nei luoghi nei quali ciò possa generare pericolo per la sicurezza delle persone e la salubrità degli ambienti. In tutte le situazioni di convivenza lavorativa la Società si impegna a tenere in particolare considerazione la condizione di chi avverta disagio fisico in presenza di fumo passivo sul posto di lavoro.

Informazioni riservate e tutela della privacy

Le attività della Società richiedono costantemente l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la diffusione di dati, documenti ed informazioni attinenti a negoziazioni, procedimenti, operazioni e contratti.

Le banche dati della Società possono contenere, inoltre, dati personali protetti dalla normativa a tutela della *privacy*, dati che non possono essere resi noti all'esterno ed infine dati la cui divulgazione potrebbe produrre danni alla Società stessa.

Ciascun Destinatario è quindi tenuto a tutelare la riservatezza e confidenzialità delle informazioni apprese in ragione della propria funzione lavorativa. Tutte le informazioni, conoscenze e dati acquisiti o elaborati dai Destinatari attraverso le proprie mansioni non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate.

Ciascun Destinatario dovrà:

- acquisire e trattare solamente i dati necessari e direttamente connessi alle sue funzioni;
- conservare detti dati in modo tale da impedire a terzi estranei di prenderne conoscenza;
- comunicare e divulgare i dati nell'ambito delle procedure prefissate da parte della Società ovvero previa autorizzazione della persona a ciò delegata;
- determinare la natura confidenziale e riservata delle informazioni ai sensi di quanto prescritto dalle procedure prefissate da parte della Società.

La Società dal canto suo si impegna a proteggere le informazioni ed i dati relativi ai propri Destinatari e ai terzi, e ad evitare ogni uso improprio degli stessi.

La Società si uniforma alle prescrizioni in materia di riservatezza dei dati personali di cui al Regolamento Europeo in materia di Trattamento dei dati personali e di *privacy* n. 2016/679 e di cui al d.lgs. 196/2003 e successive modificazioni, integrazioni e regolamenti attuativi.

Rapporti con la collettività e tutela ambientale

C.A.M. riconosce alla salvaguardia dell'ambiente un'importanza fondamentale nell'assicurare un percorso di crescita coerente e equilibrato.

Conseguentemente, la Società si impegna a salvaguardare l'ambiente ed a contribuire allo sviluppo sostenibile del territorio, anche mediante l'utilizzo delle migliori tecnologie disponibili ed il costante monitoraggio dei processi aziendali, nonché all'individuazione delle soluzioni di minore impatto ambientale. Tutte le attività di C.A.M. devono essere svolte in modo da essere conformi a quanto previsto dalle norme in materia ambientale. La ricerca di vantaggi per la Società, qualora comportino o possano comportare la violazione, dolosa o colposa delle norme in tema ambientale, non è mai giustificata.

2. NORME GENERALI DI COMPORTAMENTO.

2.1 Norme generali di comportamento per i Destinatari.

Tutte le azioni, le operazioni e le negoziazioni e, in genere, i comportamenti posti in essere dai Destinatari nello svolgimento dell'attività lavorativa, devono essere improntati ai principi di onestà, correttezza, integrità, trasparenza, legittimità, chiarezza e reciproco rispetto nonché essere aperti alle verifiche ed ai controlli secondo le norme vigenti e le procedure interne.

Tutte le attività devono essere svolte con impegno e rigore professionale. Ciascun Destinatario deve fornire apporti professionali adeguati alle responsabilità assegnate e deve agire in modo da tutelare il prestigio della Società.

Conflitto di interessi

Ai sensi del presente Codice anche i Destinatari non subordinati devono astenersi dallo svolgere attività che siano anche potenzialmente in conflitto con gli interessi della Società.

È fatto divieto avvantaggiarsi personalmente di informazioni c.d. "sensibili" e di opportunità di affari di cui si è venuti a conoscenza nel corso dello svolgimento delle proprie funzioni all'interno della Società.

Tutela del patrimonio aziendale

Ogni Destinatario è tenuto a salvaguardare il patrimonio aziendale, custodendo i beni mobili ed immobili, le risorse tecnologiche ed i supporti informatici, le attrezzature, i prodotti aziendali, le informazioni e/o il know-how della Società.

In particolare, ogni Destinatario deve:

- usare i beni aziendali secondo le *policy* aziendali, osservando scrupolosamente tutti i programmi di sicurezza per prevenirne l'uso non autorizzato o il furto;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possano essere causa di danno o di riduzione di efficienza, o comunque in contrasto con l'interesse della Società;
- mantenere il segreto sulle informazioni riservate riguardanti la Società o partner commerciali della Società, evitando di rivelarle a terzi soggetti;
- rispettare scrupolosamente quanto previsto dalle *policy* di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere la funzionalità e la protezione dei sistemi informatici;
- non inviare messaggi di posta elettronica minatori ed ingiuriosi, non ricorrere a linguaggio non educato o non professionale, non esprimere commenti inappropriati che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- custodire e non rivelare a terzi non autorizzati la propria *password* personale ed il proprio codice di accesso alle banche dati aziendali;
- non riprodurre per uso personale i software aziendali né utilizzare per fini privati gli strumenti in dotazione.

Ogni Destinatario è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente i propri diretti responsabili di eventi potenzialmente dannosi.

Tutela dell'immagine

La buona reputazione e/o l'immagine della Società rappresenta una risorsa immateriale essenziale.

I Destinatari si impegnano ad agire in conformità ai principi dettati dal presente Codice nei rapporti tra colleghi e con i soci, clienti, e terzi in generale, mantenendo un contegno decoroso conforme agli standard comuni alle aziende delle dimensioni e del rilievo di C.A.M.

2.2 Principi generali di comportamento per i componenti degli organi sociali.

Gli organi sociali, nella consapevolezza della propria responsabilità, oltre che al rispetto della legge, della normativa vigente e dello statuto, sono tenuti all'osservanza delle previsioni del Modello e del Codice Etico che ne è parte integrante.

Ai loro componenti è richiesto:

- di tenere un comportamento ispirato ad autonomia, indipendenza, e correttezza con le istituzioni pubbliche, i soggetti privati (inclusi i creditori sociali), le associazioni economiche, le forze politiche, nonché con ogni altro operatore nazionale ed internazionale;
- di tenere un comportamento ispirato ad integrità, lealtà e senso di responsabilità nei confronti della Società;
- di garantire una partecipazione assidua ed informata alle adunanze ed alle attività degli organi sociali;

- di assicurare la condivisione della *mission* e un puntuale spirito critico, al fine di garantire un contributo personale significativo;
- di valutare le situazioni di conflitto d'interesse o di incompatibilità di funzioni, incarichi o posizioni all'esterno e all'interno di C.A.M., astenendosi dal compiere atti in situazioni di conflitto di interessi nell'ambito della propria attività;
- di non ostacolare in alcun modo le attività di controllo e/o di revisione svolte dai soci, dagli altri organi sociali, incluso l'Organismo di Vigilanza, o dal soggetto incaricato della revisione legale dei conti;
- di fare un uso riservato delle informazioni di cui vengono a conoscenza per ragioni d'ufficio, evitando di avvalersi della loro posizione;
- di non ottenere vantaggi personali, sia diretti che indiretti. Ogni attività di comunicazione verso l'esterno deve rispettare le leggi e le pratiche di condotta e deve essere atta a salvaguardare le informazioni *price sensitive* e quelle coperte da segreto industriale.

2.3 Principi e norme di comportamento per il Personale.

Il Personale deve informare la propria condotta, sia nei rapporti interni e sia nei confronti degli interlocutori esterni alla Società, alla normativa vigente, nonché ai principi del Modello e del presente Codice Etico.

Con riferimento al Modello, occorre:

- a) evitare di porre in essere, di dare causa o di collaborare alla realizzazione di comportamenti idonei ad integrare alcuna delle fattispecie di reato richiamate nel Decreto;
- b) collaborare con l'OdV nel corso delle attività di verifica e vigilanza da questi espletate, fornendo le informazioni, i dati e le notizie da esso richieste;
- c) effettuare nei confronti dell'OdV le comunicazioni previste;
- d) segnalare all'OdV eventuali disfunzioni o violazioni del Modello e/o del Codice Etico.

Il Personale può rivolgersi in qualsiasi momento all'Organismo di Vigilanza, sia per iscritto (anche a mezzo mail all'indirizzo dedicato) e sia verbalmente, anche al fine di richiedere delucidazioni e/o informazioni in merito, ad esempio:

- all'interpretazione del Codice Etico e/o degli altri protocolli connessi al Modello;
- alla legittimità di un determinato comportamento o condotta concreti, così come alla loro opportunità o conformità rispetto al Modello o al Codice Etico.

In aggiunta alle previsioni di carattere generale sopra riportate, il Personale deve altresì rispettare i principi e le norme di comportamento di seguito indicate e riguardanti sia questioni ritenute di particolare rilevanza sotto il profilo etico, sia specifici settori dell'attività aziendale.

3. RAPPORTI CON I TERZI.

3.1 Rapporti con i Clienti.

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con i clienti a principi di trasparenza, affidabilità, responsabilità e qualità.

I Destinatari, pertanto, devono:

- rispettare leggi e regolamenti che concernono lo svolgimento della propria attività;
- osservare scrupolosamente le disposizioni del presente Codice e le procedure interne relative alla gestione dei rapporti con i clienti;
- fornire al cliente ogni informazione sulle condizioni ed i termini contrattuali del servizio offerto, affinché il cliente ne sia pienamente consapevole all'atto del perfezionamento dell'accordo, e su eventuali variazioni delle condizioni economiche di erogazione del servizio e sull'esito delle eventuali verifiche richieste dal cliente;
- adottare un comportamento improntato alla disponibilità, al rispetto, alla cortesia, in linea con gli standard di C.A.M., caratterizzati dalla più alta professionalità.

3.2 Rapporti con i Fornitori.

Nei rapporti di appalto, di approvvigionamento e, in genere, di fornitura di beni e/o servizi è fatto obbligo ai Destinatari di:

- osservare e rispettare le disposizioni di legge applicabili e le condizioni contrattualmente previste;
- osservare le procedure interne per la selezione e la gestione dei rapporti con i fornitori;

- non precludere ad alcuna azienda fornitrice, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere per aggiudicarsi una fornitura alla Società, adottando nella selezione criteri di valutazione definiti secondo modalità dichiarate e trasparenti;
- mantenere un dialogo franco e aperto con i fornitori, in linea con le buone consuetudini commerciali;
- osservare i principi di trasparenza e completezza di informazione nella corrispondenza con i fornitori;
- evitare di concedere denaro o altra utilità o beneficio a chiunque per l'esecuzione od omissione di un atto del proprio ufficio, ovvero per l'esecuzione di un atto contrario al proprio ufficio;
- non subire qualsiasi forma di condizionamento da parte di terzi estranei alla Società, né esercitarne a carico di chiunque, per l'assunzione di decisioni e/o l'esecuzione di atti relativi all'attività lavorativa;
- richiedere sempre evidenza della prestazione di servizio ottenuta, evitando di stipulare contratti per prestazioni fittizie o inesistenti.

Il Destinatario che riceva omaggi, o altra forma di beneficio, non direttamente ascrivibili a normali relazioni di cortesia, dovrà assumere ogni opportuna iniziativa al fine di rifiutare detto omaggio o altra forma di beneficio ed informarne il proprio diretto superiore o l'Organismo di Vigilanza.

La Società porta a conoscenza dei fornitori il contenuto del presente Codice, mediante messa a disposizione dello stesso.

3.3 Rapporti con la Pubblica Amministrazione.

Le relazioni della Società con la Pubblica Amministrazione, o in ogni caso relative a rapporti di carattere pubblicistico, devono ispirarsi alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione la Società non deve cercare di influenzare impropriamente le decisioni dell'istituzione interessata.

In ogni caso, nel corso di una trattativa di affari o di un rapporto, anche commerciale, con la Pubblica Amministrazione, in Italia o in altri Paesi, la Società si impegna a:

- non offrire opportunità di lavoro e/o commerciali a favore del personale della Pubblica Amministrazione coinvolto nella trattativa o nel rapporto, o a loro familiari;
- non offrire, direttamente o indirettamente, omaggi, regali o qualsivoglia utilità, salvo non si tratti di atti di cortesia commerciale di modico valore a personale della Pubblica Amministrazione, o a loro familiari;
- non influenzare impropriamente le decisioni dei funzionari che trattano o prendono decisioni, per conto della Pubblica Amministrazione;
- osservare comportamenti improntati ai principi etici adottati con il presente Codice.

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, in Italia o all'estero, non è consentito ai Destinatari della Società di corrispondere, né offrire, direttamente o tramite terzi, somme di denaro o doni di qualsiasi genere ad entità, siano essi pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio, rappresentanti di governo, pubblici dipendenti e privati cittadini, sia italiani che di altri Paesi, con i quali la Società intrattiene relazioni commerciali, per compensarli o ripagarli di un atto del loro ufficio né per conseguire l'esecuzione di un atto contrario ai doveri del loro ufficio.

3.4 Rapporti con le Autorità di Vigilanza.

La Società si impegna a dare piena e scrupolosa osservanza alle regole dettate dalle Autorità di Vigilanza per il rispetto della normativa vigente nei settori connessi con la propria attività, fornendo la massima collaborazione e trasparenza.

La Società non nega, nasconde o ritarda alcuna informazione richiesta dalle Autorità di Vigilanza e agli altri organi di regolazione nelle loro funzioni ispettive, e collabora attivamente nel corso di eventuali procedure istruttorie.

3.5 Rapporti con organizzazioni politiche e sindacali.

La Società non eroga contributi ad organizzazioni con le quali potrebbe ravvisarsi un conflitto di interessi.

I Destinatari, a loro volta, non possono svolgere attività politica durante l'orario di lavoro, o utilizzare beni o attrezzature della Società a tale scopo; dovranno inoltre chiarire che le eventuali opinioni politiche da loro espresse a terzi sono strettamente personali e non rappresentano, pertanto, l'opinione e l'orientamento della Società stessa.

Nei rapporti con altre associazioni portatrici di interessi (es. associazioni di categoria, organizzazioni ambientaliste, ecc.) nessun Destinatario deve promettere o versare somme, promettere o concedere beni in natura o altri benefici a titolo personale per promuovere o favorire interessi della Società anche a seguito di illecite pressioni.

Qualsiasi contributo dovrà, comunque, essere erogato in modo rigorosamente conforme alle leggi ed alle disposizioni vigenti e adeguatamente documentato.

3.6 Rapporti con gli organi di informazione.

I rapporti tra la Società ed i *mass media* in genere spettano esclusivamente alle funzioni aziendali ed alle responsabilità a ciò delegate e devono essere intrattenuti nel rispetto della politica di comunicazione definita dalla Società.

I Destinatari della Società non possono, pertanto, fornire informazioni ai rappresentanti dei mass media senza l'autorizzazione delle funzioni competenti.

In ogni caso, le informazioni e le comunicazioni relative alla Società e destinate all'esterno dovranno essere accurate, veritiere, complete, trasparenti e tra loro omogenee.

3.7 Iniziative “non profit”.

La Società può aderire alle richieste di contributi limitatamente a proposte provenienti da enti e associazioni non profit oppure che siano di elevato valore culturale o benefico.

Le attività di sponsorizzazione possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte.

In ogni caso, nella scelta delle proposte cui aderire, la Società presta particolare attenzione verso ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale.

Per garantire coerenza ai contributi e alle sponsorizzazioni, nonché per assicurare un adeguato livello di controllo sulla effettiva prestazione dei servizi di sponsorizzazione, la gestione sarà regolata da un'apposita procedura.

4. DISPOSIZIONI ATTUATIVE.

4.1 Modalità di diffusione del Codice Etico.

La formazione/informazione sui contenuti del Codice Etico costituisce un aspetto determinante per l'organizzazione ed ha tra i suoi obiettivi: promuovere e rafforzare la cultura d'impresa intorno ai valori riconosciuti, divulgare le norme, le procedure e le prassi cui attenersi e soprattutto ampliare il consenso ai principi enunciati.

Il Codice Etico è disponibile in formato elettronico sull'*intranet* / rete locale di C.A.M. per offrirne la dovuta visibilità all'interno dell'azienda.

4.2 Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza.

L'Organismo di Vigilanza nominato ai sensi del d.lgs. 231/2001 di C.A.M. è istituito con delibera dell'organo amministrativo e resta in carica per il periodo stabilito in sede di nomina.

Il conferimento dell'incarico di componente dell'Organismo di Vigilanza è condizionato alla presenza dei requisiti soggettivi dell'onorabilità, integrità e rispettabilità, nonché assenza di incompatibilità con la nomina stessa, quali relazioni di parentela con esponenti degli organi sociali e dei vertici aziendali e potenziali conflitti di interesse con il ruolo e i compiti che si andrebbero a svolgere.

I Destinatari segnalano per iscritto ed in forma non anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico all'Organismo di Vigilanza di C.A.M. all'indirizzo di posta elettronica di quest'ultimo.

L'Organismo di Vigilanza di C.A.M. agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di discriminazione o penalizzazione. È inoltre assicurata la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

4.3 Efficacia del Codice e conseguenza delle sue violazioni.

L'osservanza del presente Codice è obbligazione contrattuale per i Destinatari, per i dipendenti si applica quanto disposto dall'art. 2104 cod. civ.

A fronte delle inosservanze del presente Codice, C.A.M. adotterà i conseguenti provvedimenti, ispirandosi, ove non si configurino comportamenti fraudolenti o attuati in violazione di specifiche normative di legge, contrattuali o regolamentari, a un approccio costruttivo che anche tramite l'erogazione di interventi formativi, rafforzi la sensibilità e l'attenzione dei singoli circa il rispetto dei valori e dei principi affermati nel Codice.