Promofarm Italia
Lo specialista del TRADE IN FARMACIA

CODICE ETICO

Indice

1. Premessa

4 1.1. Definizione e obiettivi del Codice Etico

5 1.2. Ambito di applicazione del codice etico

1.3. Contesto e Missione aziendale

6 1.4. Contesto legislativo

2. Valori guida

9 2.1 Il Rispetto della Persona, Enti, Comunità e Ambiente

2.1.1 Il Rispetto della Persona, Enti, Comunità

2.1.2 Rispetto dell'ambiente

10 2.2 Rispetto della legge

2.3 Correttezza, onestà ed integrità

2.4 Tracciabilità delle azioni intraprese

3. Criteri e Norme di comportamento

12 3.1. Qualità dei servizi e dei prodotti

3.2. Etica della Concorrenza

3.3. Dubbia onestà

3.4. Conflitti d'interesse

13 3.5. Tutela della Privacy

3.6. Obblighi dei destinatari

4. Criteri di condotta nella gestione aziendale

15 4.1. Regole aziendali

4.2. Criteri e relazioni i clienti

16 4.3. Criteri di condotta nei rapporti con i fornitori

17 4.5. Criteri nelle relazioni con il Personale Aziendale

4.5.1 Selezione e assunzione del personale

4.5.2 Diritti del personale

4.5.3 Doveri del Personale

18 4.5.4 Formazione del personale

4.5.5 Retribuzione ed avanzamenti di carriera

4.6. Registrazioni contabili

19 4.7. Gestione dei Flussi Monetari

5. Rispetto del codice

21 5.1. Sanzioni

5.2. Segnalazioni

22 5.3. Il sistema di controllo interno

5.4. Entrata in vigore

1. PREMESSA

1.1. Definizione obbiettivi del codice etico

Il Codice Etico di Promofarm Italia srl (in sintesi Promofarm) vuole rappresentare un atto volontario, volto a regolamentare eticamente le proprie relazioni interne ed esterne, definendo l'elenco dei diritti, dei doveri e delle responsabilità della società verso i diversi stakeholder (portatori di interesse, di seguito la rappresentazione schematica) che partecipano a diverso titolo alla realizzazione della mission di Promofarm, creando con gli stessi un rapporto trasparente e fiduciario.

Il Codice Etico vuole definire le norme di comportamento ai quali si devono attenere tutti i soggetti che operano nella Promofarm o in nome di essa, nei rapporti con clienti, i soci, i dipendenti, i collaboratori, i fornitori, le istituzioni pubbliche ed i gruppi di interesse.

L'obiettivo principale del nostro Codice Etico è diffondere a tutti i livelli i principi di lealtà, correttezza e trasparenza nei quali la Promofarm si riconosce, e che deve essere alla base dell'agire quotidiano di ogni collaboratore.

1.2. Ambito di applicazione del codice etico

Destinatari del Codice Etico sono tutti gli Esponenti Aziendali, senza alcuna eccezione, e tutti color che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente instaurano rapporti o relazioni con la Promofarm ed operano per perseguirne gli obiettivi.

Promofarm richiede a tutti i fornitori una condotta in linea con i principi generali del presente Codice, fermo restando il rispetto delle specificità culturali e sociali.

Tutti gli Esponenti Aziendali della Promofarm hanno l'obbligo di conoscere le norme, astenersi da comportamenti contrari ad esse, rivolgersi al superiore per chiarimenti o denunce, collaborare con le strutture deputate a verificare le violazioni e non nascondere alle controparti l'esistenza di un Codice.

L'osservanza delle norme del Codice Etico è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di tutti i dipendenti ai sensi dell'Art. 2104 del Codice Civile italiano.

Il presente Codice etico ha validità sia in Italia sia all'estero, pur trovando ragionevole applicazione alle diverse realtà culturali, politiche, sociali, economiche e commerciali dei vari paesi in cui la Promofarm opera.

1.3. Contesto e Missione aziendale

Consci della peculiarità del settore farmacie e farmaceutico, la Promofarm, fin dalla sua nascita, ha sempre perseguito l'obiettivo di essere l'azienda italiana di riferimento e 100% specializzata nel supporto al sell out sul punto vendita del settore farmaceutico (farmacia, parafarmacie, e similari) ottenendo la fiducia di aziende importanti quali Menarini, Dompè, Bayer, J&J, Chiesi, Recordati, Comifarm, Hippocrates solo per citarne alcuni.

Da sempre riteniamo che la peculiarità di tale mercato, per l'alta specializzazione dei prodotti, per il rispetto delle esigenze dei clienti finali, per le specificità di norme e legislazioni di riferimento, richiede un impegno continuo e specialistiche che non lascia spazio a contaminazioni da altri mercati.

Abbiamo da sempre basato il nostro operare sui 5 valori cardine:

1. Essere il punto di riferimento per gli attori del nostro mercato (Case farmaceutiche, Catene di Farmacie, Distributori e singolo farmacista)
2. Costruire e diffondere, una cultura d'impresa basata sul rispetto, il benessere e il miglioramento continuo personale e professionale.
3. Amare i Clienti e servirli con passione;
4. Investire per servizi innovativi a valore aggiunto crescente
5. Alimentare, con entusiasmo ed orgoglio di appartenenza, il processo di miglioramento continuo

MOG 231: COMPLIANCE AZIENDALE
RELAZIONE TRA MODELLO E SISTEMI INTERNI

1.4. Contesto Legislativo

Il D.lgs. N° 231, del 8 giugno 2001, recante "Disciplina delle responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica", ha introdotto per la prima volta nel nostro ordinamento la responsabilità della persona giuridica, in sede penale, che si aggiunge a quella della persona fisica che materialmente ha realizzato il fatto illecito.

Tale decreto segna uno spartiacque per la definizione di responsabilità delle società; Promofarm ha sviluppato il suo Codice Etico tenendo presente le indicazioni contenute in tale decreto.

2. VALORI GUIDA

Promofarm, crede fermamente in un modello di economia che debba essere sostenibile e nell'interesse di tutti i portatori di interesse, e pur nella sua dimensione, vuole dare un contributo in tale direzione.

Per questo ha deciso di far sue le linee del **United Nations Global Compact** - UNGC2 - (il patto mondiale delle Nazioni Unite che incoraggia le aziende a condurre il proprio business in modo responsabile) con l'impegno a contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile **Sustainable Development Goals - SDGs**, simbolicamente evidenziati di fianco.

Tali principi sono riflessi nei nostri VALORI GUIDA

1. Valore delle persone, enti, comunità ed ambiente.
2. Rispetto d leggi.
3. Correttezza; onestà ed integrità.
4. Tracciabilità delle azioni intraprese.

2.1. Rispetto della persona, Enti, Comunità e Ambiente

2.1.1. Rispetto della Persona, Enti e Comunità

Il valore della persona in quanto tale guida il nostro modo di agire: adottiamo l'ascolto e il dialogo come leve di miglioramento continuo nelle relazioni. Ci prendiamo cura della salute e della sicurezza delle persone ai fini di un'esperienza professionale rispettosa del benessere fisico e psicologico. Consapevoli che tutte le risorse che collaborano con Promofarm sono importanti per il raggiungimento della Mission Aziendale, viene costantemente promosso un atteggiamento coerente con il Codice Etico attraverso l'esempio e la condivisione delle attività in essere; ogni azione deve promuove il valore della persona attraverso il rispetto dell'integrità fisica, culturale e morale e il rispetto della dimensione di relazione con gli altri. Promofarm sostiene e rispetta i diritti umani in ogni ambito del proprio agire e della propria sfera d'influenza; rifiuta ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose; ripudia ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e nella gestione delle risorse umane.

Promofarm si impegna a non usufruire, neppure indirettamente, sia del lavoro forzato e obbligatorio, sia del lavoro minorile, così come ad impedire ogni forma di mobbing e di sfruttamento del lavoro, sia diretto che indiretto. Merito, prestazioni di lavoro potenzialità professionali devono rappresentare per Promofarm gli unici criteri determinanti per gli sviluppi retributivi e di carriera.

2.1.2. Rispetto dell'Ambiente

Promofarm riconosce alla salvaguardia dell'ambiente un'importanza fondamentale nell'assicurare un percorso di crescita coerente e equilibrato. Tutte le attività devono essere svolte in modo da essere conformi a quanto previsto dalle norme in materia ambientale. Al di là delle norme cogenti, tutto il personale Promofarm deve con continuità ricercare e incentivare l'utilizzo di materiali e l'adozione di comportamenti atti a garantire la salvaguardia dell'ambiente nella sua globalità.

2.2. Rispetto della legge

Consiglio di amministrazione, responsabili, dipendenti e collaboratori della Promofarm sono tenuti a rispettare con diligenza le leggi vigenti, il presente Codice etico, i regolamenti interni e, ove applicabili, le norme di deontologia professionale.
No potrà mai esistere interessi di clienti, dei soci, della Promofarm stessa o qualunque altro che possa giustificare una condotta in violazione di tali norme.

2.3. Correttezza, onestà e integrita

Al di la e altre le norme sopra definite al paragrafo 2.2., ogni azione intrapresa da chiunque per conto della Promofarm deve sempre veder adottati comportamenti etici, che garantiscono il pieno rispetto di correttezza professionale, onestà ed integrità, nel pieno e sostanziale rispetto delle regole, dell'etica professionale e dello spirito degli accordi presi.

2.4. Tracciabilità delle azioni intraprese

Tutte le attività svolte da Promofarm devono essere verificabili e tracciabili attraverso documentazione e/o sistemi di archiviazione, sia cartacei che digitali. Tutta la popolazione ne è responsabile affinché ci sia la condivisione nel reperimento delle informazioni d'archivio.

Organismi di controllo, siano essi interni alla società o esterni, devono poter sempre aver accesso ai dati così come avere la massima collaborazione e trasparenza da parte del personale Promofarm Italia.

In aggiunta alle regole di tracciabilità cogenti, la tracciabilità dei processi messi in atto dall'organizzazione Promofarm son indicati nel Manuale della Qualità relativo alla certificazione ISO 9001 dell'azienda.

3. CRITERI E NORME DI COMPORTAMENTO

3.1. Qualità dei servizi e dei prodotti

La qualità che da sempre contraddistingue tutte le attività promosse e svolte da Promofarm Italia, sono indirizzate alla soddisfazione dei clienti con attenzione alle aspettative dei diversi stakeholder. I processi aziendali impongono anche la riservatezza dei progetti - ed eventuali diritti di proprietà - in essere a tutela dei clienti.

3.2. Etica della concorrenza

L'attività della Promofarm volta all'ottenimento degli ordini da parte dei clienti, dovrà svolgersi nel rispetto di corretti principi economici, in un regolare contesto di mercato ed in leale competizione con i concorrenti, nell'osservanza delle norme legislative e regolamentari applicabili.
Nessuna azione di concorrenza non leale per tranne beneficio potrà essere esercitata in nome e per conto della Promofarm.

3.3. Dubbia onestà

Promofarm si astiene da collaborare con clienti o fornitori di beni e servizi con soggetti con comprovata o sospetta associazione a qualsiasi appartenenza o collaborazione con associazioni criminali o comunque illegali.

3.4. Conflitti d'interesse

Nella conduzione di qualsiasi attività della Promofarm devono sempre essere evitate le situazioni ove i soggetti coinvolti siano in conflitto di interesse. Si ritiene sussistente un conflitto di interesse sia nel caso in cui un dipendente, un collaboratore o un dirigente persegue un obiettivo diverso da quello perseguito da Promofarm o si procuri volontariamente un vantaggio personale in occasione del compimento di attività svolte nell'interesse della Promofarm, sia nel caso in cui i rappresentanti dei clienti, degli appaltatori, dei subappaltatori, dei fornitori o delle istituzioni pubbliche o private, agiscano in contrasto con i doveri fiduciari legati alla loro posizione. zÈ comunque fatto obbligo per tutta la popolazione aziendale, segnalare ogni dubbio a riguardo la gestione dei conflitti di interesse e segnalarne dei sospetti.

3.5. Tutela della privacy

Promofarm adotta le leggi a riguardo la tutela della privacy, sia verso i clienti, che verso fornitori e collaboratori, sia interni che esterni.

Più specificatamente, verso i collaboratori interni, per tutelarne la privacy è fatto divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato; vengono altresì stabilite le regole per il controllo delle norme a protezione della privacy.

E' esclusa qualsiasi indagine sulle idee sulle idee, le preferenze, i gusti personali e, in generale, la vita privata dei collaboratori.

Più in generale, specifiche procedure sono state messe in atto in accordo con il D.Lgs 101/2018

3.6. Obblighi dei destinatari

È fatto d'obbligo l'osservazione integrale del codice di Comportamento da parte di tutti i destinatari Il CDA è altresì obbligato ad accertarsi che il codice stesso sia osservato e conosciuto attraverso sessioni di formazione. Eventuali modifiche al Codice di Comportamento comportano sessioni di aggiornamento.

I responsabili di funzioni sono a loro volta responsabili dei propri riporti.

4.

CRITERI E CONDOTTA NELLA GESTIONE AZIENDALE

4.1. Regole aziendali

Promofarm ha un comportamento trasparente nei confronti dell'Assemblea dei soci sui risultati dell'azienda relativi alla formazione dell'utile di esercizio, alla destinazione dello stesso e, più in generale, su tutte le scelte gestionali, amministrative ed organizzative.

Il Consiglio di Amministrazione orienta il proprio operato verso:

1. La creazione di valore per i soci
2. Il mantenimento di elevati standard qualitativi del servizio reso ai clienti
3. L'attento monitoraggio dei diversi rischi aziendali
4. L'obiettivo di perdurare nel tempo.

4.2. Criteri e relazioni i clienti

Il cliente è riconosciuto da Promofarm come patrimonio Aziendale e quindi ne tutela ogni sua aspetto con l'obiettivo di dare soddisfazione attraverso la creazione di valore e la capacità di proporre soluzioni pratiche e fattibili sempre nel rispetto delle leggi e del Codice di Comportamento.

Ne fanno parte l'assoluta trasparenza tra Promofarme il Cliente e la riservatezza delle informazioni acquisite.

4.3. Criteri di condotta nei rapporti con i fornitori

Nelle relazioni con i fornitori i destinatari del Codice di Comportamento devono mantenere i le seguenti norme di condotta:

a) La ricerca e la selezione dei fornitori dev'essere fatta sulla base del presente codice e nel rispetto di eventuali presupposti di conflitto di interessi. Le caratteristiche del fornitore devono essere in linea con il Codice di Comportamento Promofarme rispettare tutte le clausole che impattano anche sul cliente finale come ad esempio riservatezza e qualità.
b) Tutte le operazioni che conducono alla scelta di un fornitore devono essere documentabili, tracciabili e ricostruibili anche ex post.
c) Qualora un soggetto aziendale coinvolto nel processo diselezione e scelta di un fornitore abbia un conflitto di interesse è tenuto a darne adeguatainformazione al responsabile di Funzione o in alternativa al CDA.
d) Tutte le operazioni devono essere svolte in assoluto rispetto a quanto disposto dalle procedure aziendali
e) Le condizioni a cui la fornitura viene erogatadevono essere quelle pattuite nel contrattoz

4.4. Doni, Benefici ed altre utilità

È vietato a tutti i destinatari del Codice di comportamento di offrire o accettare doni, beni ed altre utilità, direttamente oindirettamente ed anche in forme simulate.Tale divieto consente eccezioni solo se l'offerta rientranelle consuetudini e sia di modico valore e sempre che non vi sia stata sollecitazione all'offerta o comunque comportamenti che diano l'impressione che l'offerta possa comportare conseguenti vantaggi.

4.5. Doni, Benefici ed altre utilità

4.5.1. Selezione e assunzine del personale

La selezione del personale deve basarsi su criteri predeterminati ed oggettivi ispirati a correttezza, imparzialità e merito oltre a quanto indicato al paragrafo **2.1.1** del presente documento. Le decisioni relative alla selezione e all'assunzione del personale devono essere motivate e documentate a cura della funzione competente. Le assunzioni avvengono con regolare contratto di lavoro nel rispetto di tutte le Leggi i regolamenti e la contrattualistica relativa al contratto collettivo nazionale del lavoro del settore di riferimento.

4.5.2. Diritti del personale

Tutto il personale aziendale ha pieno diritto a poter svolgere il proprio operato in coerenza al ruolo ed alla posizione ricoperta in azienda e conformemente alle mansioni ad essa associate. Tutto ilpersonale aziendale ha il diritto di svolgere le proprie mansioni nel pieno rispetto della normativa sulla sicurezza ed igiene sul lavoro. A cura del responsabile di funzione i nuovi assunti devonoessere adeguatamente inseriti nell'ambiente di lavoro di riferimento ed istruiti in merito alleprocedure aziendali, ai contenuti del Codice di comportamento di Promofarm Italia.

4.5.3. Doveri del personale

Tutto il personale d'azienda è tenuto al rispetto scrupoloso del codice di comportamento e delle procedure ed istruzioni di lavoro predisposte dall'azienda. Allo stesso modo tuttisono tenuti al pieno rispetto della normativa sulla sicurezza sul lavoro e delle procedure aziendaliad essa conformi oltre che a non divulgare all'esterno informazioni, non autorizzate o che comunque possano ledere Promofarmi Clienti, i Fornitori e i colleghi. L'utilizzo delsistema informativo aziendale è esclusivamente dedicato alle attività espletate nella conduzionedel lavoro. È assolutamente vietato utilizzare il sistema informativo aziendale per scopi diversi daquello legato alla natura del lavoro svolto. Sono altresì esplicitamente vietate le riproduzioni dimateriale protetto dal diritto d'autore o, più in generale, da copyright. È fatto esplicito divieto diriprodurre documenti aziendali, anche utilizzati nella formazione del personale, per scopi diversi daquello per cui sono stati prodotti.

4.5.4. Formazione del personale

Tutto il personale aziendale deve ricevere adeguata formazione sui rischi relativi alla mansione svolta. La formazione, su proposta delResponsabile del Personale, deve essere adeguata al ruolo ricoperto ed al sistema dei rischi cui illavoratore è sottoposto. Dell'avvenuta formazione deve essere tenuta adeguata tracciadocumentale a cura del responsabile del personale.

4.5.5. Retribuzione ed avanzamenti di carriera

La retribuzione, e la progressione delle carriere, devono essere improntati a criteri di correttezza, imparzialità, meritocrazia e, in ogni caso nel rispetto della Legge e dei regolamenti. È fattoassoluto divieto alla mera prospettazione di avanzamenti di carriera o di aumenti di retribuzione quali controprestazioni di attività difformi dalla Legge, dal Codice di Comportamento e dalle norme e regole interne.Il sistema della remunerazione è di competenza del consiglio di Amministrazione con il supportodella funzione del Personale e dell'Amministratore e/o General Manager nel rispetto della Legge, dei regolamenti e del Codice di Comportamento.

La remunerazione, in ogni caso, deve essere conforme a quanto stabilito dal contratto collettivonazionale del lavoro ed ispirata, così come i benefits, a valutazioni oggettive attinenti allaformazione scolastica, alla professionalità specifica del lavoratore, alla posizione ricoperta, all'esperienza pregressa, al merito ed agli obiettivi conseguiti. Nell'assegnazione degli obiettivi si deve tener conto della reale (SMART) e non mera possibilità che questisiano raggiunti e devono essere proporzionati alla posizione ricoperta ed alle competenze oggettivamente rinvenibili nel personale.

4.6. Registrazioni contabili

Le scritture contabili devono essere redatte secondo i principi della correttezza, trasparenza,coerenza, completezza, tracciabilità, affidabilità, verità dovendo consentire la redazione di unquadro economico patrimoniale e finanziario fedele alla reale situazione di Promofarm Italia.Le registrazioni contabili devono poter assicurare la ricostruzione ex post del processo cheevidenzi

in maniera chiara chi ha effettuato l'operazione, chi l'ha autorizzata e chi l'ha controllata. La documentazione, anche elettronica, deve quindi essere archiviata in maniera precisa ed ordinata in modo tale che per ogni registrazione possa essere rintracciata la documentazione chene giustifica l'inserimento in contabilità.Le registrazioni contabili devono essere effettuate in conformità alle procedure aziendali, alle istruzioni di lavoro ed al presente Codice. È fatto divieto assoluto di autorizzare registrazioni contabili che non rispettino i principi su esposti o comunque in assenza della documentazione giustificante la registrazione.

4.7. Gestione dei flussi monetari

Promofarm adotta un sistema trasparente nella gestione dei flussi monetari, in particolare le disposizionidi pagamento sono sempre accompagnati da documenti che ne comprovano la ragione e sonosempre autorizzati secondo il sistema di gestione adottato e comunque in conformità da quanto previsto dal sistema di deleghe messo in atto. Promofarm garantisce una gestione corretta delle risorse monetarie vietando qualsiasi comportamentoche generi, attraverso l'utilizzo di strumenti quali conti correnti o libretti di risparmio in formaanonima o fittizia, assegni bancari o postali in forma libera, e comunque ogni strumento che sipossa prestare alla creazione di fondi "occulti".

5.

RISPETTO DEL CODICE ETICO

5.1. Sanzioni

I destinatari che attuano condotte in violazione del Codice ricevono una sanzione proporzionata, efficace e dissuasiva.
Le sanzioni, ove non si configurino comportamenti fraudolenti o attuati in violazione di specifiche normative di legge, contrattuali o regolamentari, saranno guidati da 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.

5.2. Segnalazioni

Ogni destinatario del Codice ha l'obbligo di segnalare qualsiasi violazione anche tentata o di cui ne sia venuto a conoscenza. Nella fattispecie vanno segnalati

- comportamenti che possano essere in conflitto con i contenuti del Codice.
- eventuali violazioni, richieste o induzioni alla violazione di norme di legge o regolamento, di prescrizioni del presente Codice, di procedure interne.
- ogni atto riconducibile a molestia di genere e/o sessuale e ogni atto di bullismo.
- ogni irregolarità o negligenza nella tenuta della contabilità, nella conservazione della relativa documentazione, nell'adempimento degli obblighi di reportistica contabile.

Le segnalazioni possono essere inviate al seguente indirizzo di posta elettronica info@promofarm.it o se si vuole mantenere l'anonimato per posta al seguente indirizzo: Promofarm Via Pasubio 1/e – 63074 San Benedetto del Tronto (AP) alla cortese attenzione dell'ufficio Risorse Umane
Promofarm garantisce che nessuna conseguenza negativa possa derivare in capo a chi abbia in buona fede effettuato una segnalazione e assicuriamo, in ogni caso,
la riservatezza dell'identità dei segnalanti.

5.3. Il sistema di controllo interno

Promofarm prevede un sistema di controllo interno predisposto dal CDA ed affidato a funzioni deputate. È prevista almeno una riunione annuale tra i vari responsabili del sistema dei controlli allo scopo di valutare congiuntamente la situazione inerente all'efficacia del sistema dei controlli adottato. Gli esiti della riunione sono comunicati al CDA. Procedure e controlli sono formalizzate nel Sistema di Qualità certificato ISO 9001.

5.4. Entrata in vigore

Il presente Codice Etico entra in vigore a partire dalla sua approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione. Ogni variazione o integrazione successiva deve essere approvata dal Consiglio di Amministrazione.

PromofarmItalia
Lo specialista del TRADE IN FARMACIA