



**Codice Etico Health Italia S.p.A.**

**Allegato 2**

**Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 8 Giugno 2001 n. 231**

Approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione del 29/09/2017 – Rev. 0

**Codice Etico Health Italia S.p.A.**

Premessa.....	3
1. Obiettivi del Codice Etico.....	3
1.1 <b>Campo di applicazione</b> .....	3
1.2 <b>Diffusione e Informazione</b> .....	4
1.3 <b>Valore del Codice Etico</b> .....	4
1.4 <b>Aggiornamento</b> .....	4
2. Principi ispiratori del Codice Etico.....	4
2.1 <b>Legalità</b> .....	4
2.2 <b>Dignità e pari opportunità</b> .....	4
2.3 <b>Integrità e professionalità</b> .....	5
2.4 <b>Tracciabilità</b> .....	5
3. Politiche aziendali.....	5
3.1 <b>Politica per la sicurezza</b> .....	5
3.2 <b>Politica ambientale</b> .....	6
3.3 <b>Politica Anti-corrruzione</b> .....	6
4. Gestione delle scritture contabili e informazioni societarie.....	7
5. Gestione delle risorse umane di Health Italia.....	7
6. Salvaguardia del patrimonio aziendale.....	8
7. Prevenzione del conflitto di interessi.....	8
8. Regole di comportamento con i terzi.....	8
8.1 <b>Rapporti con gli Organi sociali e di controllo</b> .....	8
8.2 <b>Rapporti con i Clienti, i Promotori Mutualistici e i partner commerciali</b> .....	8
8.3 <b>Rapporti con i Fornitori</b> .....	9
8.4 <b>Rapporti con le controparti contrattuali</b> .....	10
8.5 <b>Rapporti con i concorrenti</b> .....	10
8.6 <b>Rapporti con Enti pubblici e Autorità di Vigilanza</b> .....	10
8.7 <b>Rapporti con enti, associazioni e organizzazioni politiche e sindacali</b> .....	10
9. Prevenzione della ricettazione, riciclaggio e l'impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita.....	11
10. Gestione delle informazioni.....	11
10.1 <b>Riservatezza</b> .....	11
10.2 <b>Trasparenza e controllo delle informazioni al mercato</b> .....	12
10.1 <b>Comunicazioni con i mass media</b> .....	12
11. Sistema di controllo.....	12
12. L'Organismo di Vigilanza.....	12
13. Attuazione e pubblicità del Codice Etico.....	13

## PREMESSA

### 1. Obiettivi del Codice Etico

Health Italia S.p.A. (“**Health Italia**” o “**Società**”) è una società che opera nel mercato della promozione di soluzioni di sanità integrativa e sostitutiva ed eroga servizi amministrativi, liquidativi, informatici e consulenziali a Fondi Sanitari, Casse di assistenza sanitaria e soprattutto a Società di Mutuo Soccorso.

Le azioni ordinarie della società sono ammesse alle negoziazioni su AIM Italia – Mercato Alternativo del Capitale, organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A..

Il Codice Etico è stato redatto in occasione della verifica di conformità del sistema organizzativo di Health Italia alla normativa di cui al D.Lgs. n. 231 dell’8 Giugno 2001 (di seguito “**Decreto**”) e costituisce una raccolta di principi generali e regole di comportamento a cui la Società si è da sempre conformata sin dalla sua costituzione.

In particolare, l’osservanza del Codice Etico è di primaria importanza per il corretto funzionamento, l’affidabilità, la reputazione e l’immagine della Società e del Gruppo Health Italia di cui è capogruppo e dei prodotti, servizi e segni distintivi che la identificano, fattori tutti che costituiscono i fondamenti per il successo e lo sviluppo attuale e futuro.

Health Italia crede nel valore del lavoro e considera la legalità, la correttezza e la trasparenza nell’agire presupposti imprescindibili per il raggiungimento dei propri obiettivi economici, produttivi, sociali.

L’orientamento all’etica è approccio indispensabile per l’affidabilità dei comportamenti della società e del Gruppo Health Italia verso i propri partner commerciali e clienti, e più in generale, verso l’intero contesto civile ed economico in cui opera.

L’adozione di alcuni principi di comportamento specifici, da osservare nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, con il mercato e con i terzi è manifestazione di impegno del Gruppo Health Italia anche in relazione alla prevenzione dei Reati di cui al D.Lgs. 231/2001.

Il Codice Etico rappresenta infatti un elemento essenziale e costitutivo del Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 231/2001 (il “**Modello**”).

Ne deriva che il Codice Etico ritrae un importante momento nella definizione delle responsabilità delle Società sul piano delle responsabilità delegate e della vigilanza sui comportamenti delle persone.

I Destinatari del Codice Etico devono essere consapevoli della propria responsabilità di osservarne i principi nell’esercizio delle proprie attività e del fatto che tale obbligo costituisce parte essenziale dei propri doveri contrattuali, sia nei rapporti tra loro che nei rapporti con i terzi.

#### 1.1 Campo di applicazione

Il Codice Etico è adottato contestualmente all’adozione del Modello con delibera del Consiglio di Amministrazione e si applica ai Destinatari del Modello, ossia a:

- gli amministratori, i sindaci e in generale i membri degli organi sociali, i direttori generali se nominati, i procuratori e institori, i collaboratori con funzioni direttive e chiunque svolga anche di fatto funzioni di gestione, amministrazione, direzione o controllo della Società;
- i Dipendenti, ivi inclusi coloro che collaborano con la Società in forza di un rapporto di lavoro parasubordinato, prestatori di lavoro temporaneo, interinali, ecc.;

e, nei limiti delle attività svolte per Health Italia:

- i consulenti, i partner commerciali (fornitori, clienti, mandatari), i Promotori Mutualistici e in generale tutti coloro che, a qualunque titolo, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente prestano attività professionale a favore di Health Italia ovvero operano su mandato della stessa o comunque nel suo interesse.

Il rispetto del Codice Etico è garantito anche mediante la previsione di clausole contrattuali che impegnino consulenti, Promotori Mutualistici e partner commerciali, inclusi i fornitori, al rispetto dei principi contenuti nel Codice Etico nonché, ove necessario, di Protocolli o procedure specificamente inerenti l’attività svolta.

Eventuali dubbi sull'applicabilità o sulle modalità di applicazione del Codice Etico ad un soggetto od a una classe di soggetti terzi sono risolti dall'Organismo di Vigilanza, che deve essere interpellato dal Responsabile della Funzione interessata.

### **1.2 Diffusione e Informazione**

Del Codice Etico è data ampia diffusione interna ed è a disposizione di qualunque interlocutore della Società.

I Destinatari sono tenuti a conoscere e rispettare le previsioni del Codice Etico.

La Società vigila con attenzione sull'osservanza del Codice Etico, predisponendo adeguati strumenti di informazione, prevenzione e controllo ed intervenendo, se del caso, con azioni correttive.

A tale scopo oltre a diffondere il Codice Etico, la Società provvede a divulgarne i correlati protocolli interni, informando inoltre sulle sanzioni previste in caso di violazioni e sulle modalità di attribuzione delle relative sanzioni.

### **1.3 Valore del Codice Etico**

L'osservanza delle norme e di quanto previsto dal Codice Etico costituisce obbligazione contrattuale per i Destinatari.

In particolare, il Codice Etico costituisce parte integrante e sostanziale delle obbligazioni contrattuali, derivanti per i dipendenti dai rapporti di lavoro subordinato ai sensi degli artt. 2104, 2105 e 2106 del Codice Civile e per i lavoratori non subordinati dai rispettivi regolamenti contrattuali.

La grave e/o persistente violazione delle norme del Codice Etico, ledendo il rapporto di fiducia instaurato con la Società datore di lavoro, può portare la stessa ad intraprendere azioni disciplinari e di risarcimento del danno secondo il sistema disciplinare adottato dalla Società con il Modello, fermo restando, per i lavoratori dipendenti, il rispetto delle procedure previste dall'art. 7 della L. 300 del 1970 (Statuto dei Lavoratori) e dai contratti collettivi di lavoro applicabile.

Per i collaboratori esterni, anche temporaneamente o occasionalmente legati alla Società, a far data dall'adozione del presente Codice Etico, verrà inclusa nel contratto, o nell'atto di conferimento d'incarico, l'obbligazione espressa di attenersi ai principi del Codice Etico e la relativa clausola risolutiva espressa.

Per i membri degli organi sociali nonché per i collaboratori esterni, Promotori Mutualistici e fornitori anche temporaneamente o occasionalmente legati alla Società, a far tempo dall'adozione del presente Codice Etico, verrà inclusa nel contratto, o nell'atto di conferimento d'incarico, l'obbligazione espressa di attenersi ai principi del Codice Etico e, ove possibile, la relativa clausola risolutiva espressa.

### **1.4 Aggiornamento**

Con delibera del Consiglio di Amministrazione il Codice Etico può essere modificato ed integrato, anche sulla scorta dei suggerimenti e delle indicazioni provenienti dall'Organismo di Vigilanza di cui al Modello.

## **2. Principi ispiratori del Codice Etico**

### **2.1 Legalità**

Health Italia fa proprio come principio imprescindibile il più rigoroso rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti in Italia e in tutti i Paesi in cui essa dovesse operare.

I Destinatari, nello svolgimento delle loro funzioni, sono tenuti a conoscere e ad osservare nella loro integrità tali leggi e regolamenti al fine di garantire professionalità e perizia; la Società non inizierà o proseguirà nessun rapporto con chi non intende allinearsi con questo principio.

I Dipendenti devono conoscere le suddette disposizioni ed i comportamenti conseguenti; in caso di incertezza interpretativa, dovranno rivolgersi ai propri superiori gerarchici o contattare i competenti uffici ed organi sociali.

### **2.2 Dignità e pari opportunità**

Health Italia riconosce e rispetta la dignità, la sfera privata ed i diritti di qualsiasi persona e rifiuta ogni forma di discriminazione e di molestia.

Il Gruppo Health Italia riconosce a tutti i Destinatari pari opportunità a parità di condizioni, evitando qualsiasi forma di discriminazione fondata su fattori razziali, culturali, ideologici, sessuali, fisici o religiosi.

### **2.3 Integrità e professionalità**

In tutte le sue attività, Health Italia agisce in modo corretto e trasparente, con comportamenti caratterizzati da lealtà, senso di responsabilità, buona fede e collaborazione.

I Destinatari devono operare sempre con la professionalità ed il grado di diligenza richiesto dalla natura dei compiti loro affidati e delle funzioni esercitate, adoperando il massimo impegno nel conseguimento degli obiettivi assegnati.

Le condotte dei Destinatari devono essere contraddistinte da queste caratteristiche sia all'interno che all'esterno della Società.

### **2.4 Tracciabilità**

Ogni attività e transazione di Health Italia deve avere adeguata registrazione, in modo che sia possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e attuazione.

Ciascun Destinatario deve quindi conservare adeguata documentazione (cartacea o informatica) delle principali attività effettuate, al fine di assicurare la possibilità di verificarne in ogni momento le motivazioni e le caratteristiche, nelle fasi di autorizzazione, effettuazione, registrazione e verifica dell'operazione stessa.

## **3. Politiche aziendali**

### **3.1 Politica per la sicurezza**

Health Italia gestisce il proprio processo produttivo attribuendo grande valore alla tutela della salute e sicurezza di tutti i lavoratori e soddisfacendo nel contempo le esigenze e le attese delle parti interessate mediante il rispetto della legislazione vigente e il miglioramento continuo delle proprie attività aziendali.

A questo scopo Health Italia si impegna ad assicurare condizioni di lavoro sicure e salutarie, finalizzate al perseguimento e alla tutela dell'integrità psico-fisica delle persone che operano presso la propria sede.

Tutte le attività della Società si svolgono nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro, nonché delle specifiche normative di prevenzione applicabili.

Per raggiungere tali obiettivi tutti i Destinatari, ognuno per la parte di competenza, si impegnano a:

- provvedere alla sicurezza nei luoghi di lavoro, eliminando o riducendo i rischi quando possibile alla fonte e comunque secondo i più elevati standard e approfondite conoscenze tecnologiche; valutare quelli che non possono essere eliminati. Il tutto sia negli uffici nella corrente conformazione, sia quando si investe in nuove attrezzature o si effettuano modifiche all'ambiente lavorativo;
- rispettare i principi ergonomici e di salubrità nei luoghi di lavoro nell'organizzazione del lavoro, nella concezione dei posti di lavoro, nella scelta delle attrezzature di lavoro e nella definizione dei metodi di lavoro;
- promuovere e perseguire il miglioramento delle prestazioni e dei risultati relativi alle tematiche della sicurezza e salute sul lavoro anche mediante adozione di codici di condotta e buone prassi;
- sviluppare la consapevolezza, le competenze e le giuste attitudini del personale a tutti i livelli, con l'aiuto di formazione e addestramento appropriati, procedure, istruzioni e documentazione informativa e in ogni caso impartendo adeguate istruzioni ai lavoratori;

- prevenire e correggere qualsiasi situazione pericolosa, implementando l'analisi delle cause e dei possibili rimedi anche nel caso di incidenti di scarsa rilevanza;
- sostituire ciò che è pericoloso con ciò che non lo è o è meno pericoloso e dare priorità alle misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale;
- eseguire periodici audit e ispezioni sulla sicurezza, controllando continuamente le attività operative, la documentazione formativa e informativa, la valutazione dei rischi e i piani di azione per la prevenzione e il miglioramento.

### 3.2 **Politica ambientale**

L'ambiente è un bene fondamentale che Health Italia si impegna a salvaguardare; di conseguenza la Società mira a sviluppare il proprio business nel più rigoroso rispetto delle disposizioni ambientali vigenti, sostenendo condotte ed attività volte alla riduzione dell'impatto ambientale.

La Società promuove politiche che contemperino le esigenze di sviluppo economico e di creazione di valore con le esigenze di rispetto e salvaguardia dell'ambiente, in modo da:

- ridurre gli impatti ambientali connessi alle attività svolte, con particolare attenzione alla gestione dei rifiuti prodotti e ai rischi legati all'utilizzo di sostanze inquinanti;
- utilizzare mezzi e materiali che presentino caratteristiche conformi alla legislazione ambientale vigente, bassi consumi, basso impatto ambientale, riciclabilità;
- impiegare processi e tecnologie che prevengano e/o riducano le interazioni con l'ambiente;
- diffondere all'interno dell'azienda, mediante una costante azione di sensibilizzazione, una cultura volta alla messa in atto delle forme di comportamento più corrette sotto il profilo della tutela dell'ambiente e del territorio;
- sviluppare, mediante la formazione, l'informazione e la sensibilizzazione, le competenze professionali e l'impegno ad operare nel rispetto delle procedure di prevenzione e protezione;
- favorire il coinvolgimento e la partecipazione del personale al processo di miglioramento continuo e alla prevenzione in materia di tutela ambientale;
- incrementare le performance ambientali ed i conseguenti livelli di benessere fisico ed intellettuale dei lavoratori, tramite una organizzazione del lavoro finalizzata allo scopo e la messa a disposizione di adeguate risorse economiche, umane e tecnologiche;
- sviluppare la consapevolezza generalizzata che la responsabilità della tutela ambientale è affidata a tutti i lavoratori, ai vari livelli aziendali, ciascuno secondo le proprie competenze.

### 3.3 **Politica Anti-corrruzione**

Health Italia ritiene di adottare un approccio fermo e di assoluta proibizione nei confronti di qualsiasi forma di corruzione sul presupposto che tutti i Destinatari osservino gli standard più elevati di correttezza nel comportamento e di integrità morale.

Health Italia è impegnata a condurre le proprie attività commerciali e gli affari in modo tale da non essere coinvolta in alcuna fattispecie corruttiva e da non facilitare o rischiare il coinvolgimento in situazioni illecite e ciò sia nei rapporti con soggetti pubblici che con soggetti privati.

In particolare, è assolutamente vietato ai Destinatari:

- offrire, promettere, dare, pagare o autorizzare qualcuno a dare o pagare, direttamente o indirettamente, denaro o altro vantaggio economico o utilità o beneficio di alcun tipo a Soggetti Pubblici o a Soggetti Privati quale contropartita di un vantaggio dovuto o non dovuto per la Società;
- accettare la richiesta o autorizzare qualcuno ad accettare ovvero sollecitare, direttamente o indirettamente, un pagamento o un vantaggio economico o un'altra utilità da Soggetti Pubblici o da Soggetti Privati quando vi sia lo scopo di:
  - indurre l'altra parte a svolgere in modo scorretto la propria funzione sia essa di natura pubblica o privata in relazione all'attività svolta da o per Health Italia oppure allo scopo di ricompensare un'attività svolta nei suoi confronti;
  - influenzare la realizzazione di un atto o la sua omissione nell'interesse di Health Italia;

- ottenere, assicurarsi o mantenere un certo affare o un ingiusto o ingiustificato vantaggio rispetto allo svolgimento dell'attività di impresa.

E' altresì vietato per tutti i Destinatari ricevere o ottenere la promessa di denaro o altra utilità, per sé o per altri, per compiere od omettere atti in violazione degli obblighi inerenti al loro ufficio o degli obblighi di fedeltà, anche cagionando un danno a Health Italia.

Tutte le limitazioni descritte riguardano non solo i pagamenti in contanti ma anche qualsiasi utilità anche indiretta quali, a titolo esemplificativo: omaggi; contributi ad associazioni o sponsorizzazioni; attività commerciali, posti di lavoro, incarichi professionali o consulenziali; opportunità di investimento; informazioni riservate relative al mercato o alla stesso Società; sconti o dilazioni di pagamento; spese di cortesia verso terzi come ospitalità, pasti, trasporti, intrattenimenti.

#### **4. Gestione delle scritture contabili e informazioni societarie**

La veridicità, l'accuratezza, la completezza e la chiarezza dei propri dati contabili e finanziari costituiscono principi essenziali per Health Italia, ai fini di una trasparente, corretta, ed esauriente informazione dei soci e del mercato sull'attività aziendale.

La completezza e la chiarezza dei dati contabili, delle relazioni e dei bilanci rappresentano un valore fondamentale:

- nei rapporti con i soci, che devono poter agevolmente accedere ad un'informazione societaria trasparente e attendibile;
- nei rapporti con le Autorità di Vigilanza;
- nei rapporti con il mercato in generale.

Le rilevazioni contabili e i documenti che da esse derivano devono essere basati su informazioni precise, esaurienti e verificabili, e riflettere la natura dell'operazione cui fanno riferimento, nel rispetto delle norme di legge e dei principi contabili nazionali e internazionali applicabili.

Dette rilevazioni contabili devono inoltre essere corredate dalla relativa documentazione di supporto, necessaria a consentire analisi e verifiche obiettive.

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

Ciascuna operazione deve riflettere quanto evidenziato nella documentazione di supporto. Pertanto, è compito di ciascun dipendente o collaboratore a ciò deputato fare in modo che la documentazione di supporto sia facilmente reperibile ed ordinata secondo criteri logici ed in conformità alle disposizioni e procedure aziendali.

I Destinatari sono tenuti a collaborare affinché i fatti di gestione, operazioni e transazioni, siano rappresentati in modo completo e corretto nella contabilità.

Ogni Dipendente è tenuto a segnalare con tempestività e riservatezza al proprio superiore ovvero all'Organismo di Vigilanza ogni omissione, imprecisione o falsificazione delle scritture contabili o dei documenti di supporto di cui sia venuto a conoscenza.

#### **5. Gestione delle risorse umane di Health Italia**

Health Italia persegue una politica di gestione delle risorse umane basata su criteri e comportamenti trasparenti, corretti, leali e di reciproco rispetto tra datore e prestatore di lavoro.

In particolare vengono seguite le seguenti linee guida:

- effettuare la selezione delle risorse umane in base alla corrispondenza dei profili degli aspiranti rispetto alle esigenze, garantendo pari opportunità;
- utilizzare la segregazione dei compiti e delle funzioni nella fase di selezione del personale;
- selezionare, assumere, formare, retribuire e gestire i dipendenti senza discriminazione alcuna, facendo in modo che tutti possano godere di un trattamento equo e paritario, indipendentemente da sesso, età, nazionalità, religione, etc.;

- applicare criteri di merito e di competenza professionale e tecnica nell'adottare qualsiasi decisione nei confronti dei dipendenti;
- garantire a ciascun dipendente le stesse opportunità con riferimento a tutti gli aspetti del rapporto di lavoro, inclusi, a titolo esemplificativo, riconoscimenti professionali, retribuzioni, aggiornamenti;
- adottare ed utilizzare metodi volti a disciplinare l'erogazione delle retribuzioni al fine di evitare il pagamento di somme non autorizzate o non dovute;
- promuovere lo sviluppo delle risorse umane, mettendo a disposizione del personale specifici strumenti di formazione, sia all'interno che all'esterno delle proprie strutture.
- assicurare la tutela della privacy in conformità alla normativa vigente, secondo la quale vengono richieste, trattate e conservate solo informazioni connesse al corretto svolgimento del rapporto di lavoro. È vietata qualsiasi comunicazione/diffusione di dati personali senza il preventivo consenso dell'interessato. Non sono ammesse richieste di informazioni che riguardino la sfera privata dell'individuo.

Tutto il personale è assunto con regolare contratto di lavoro, nel rispetto della legge e del CCNL di categoria e della normativa previdenziale, fiscale ed assicurativa.

## **6. Salvaguardia del patrimonio aziendale**

Health Italia sottolinea l'importanza di proteggere il proprio patrimonio da usi impropri, non autorizzati, negligenti o dolosi che possono provocare danni o perdite.

I Destinatari sono direttamente e personalmente responsabili della protezione e del legittimo utilizzo dei beni, materiali e immateriali, e delle risorse aziendali loro affidati per espletare le proprie funzioni.

Nessuno dei beni e delle risorse di proprietà della Società deve essere utilizzato per finalità diverse da quelle da queste indicate, né per finalità diverse dall'oggetto sociale della Società o in qualsiasi modo illegali.

Non è ammessa la costituzione di fondi extracontabili. Ogni bene o attività di proprietà della Società dovrà essere registrato nelle scritture contabili, a meno che tale registrazione non sia esclusa dalla normativa vigente.

## **7. Prevenzione del conflitto di interessi**

I Destinatari devono svolgere le proprie attività a favore della Società, evitando l'insorgere di qualsiasi situazione di conflitto di interessi, anche solo potenziale o parziale.

Si intende per conflitto di interesse ogni circostanza in cui un Destinatario persegue o possa prevedibilmente perseguire un interesse diverso dagli obiettivi aziendali ovvero si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari della Società o rappresenti partner commerciali, fornitori o Pubbliche amministrazioni, agendo in contrasto con i doveri fiduciari legati alla sua posizione nella Società e in ogni caso ottenga indebiti vantaggi per sé o per altri, da notizie avute a causa della propria posizione lavorativa.

## **8. Regole di comportamento con i terzi**

Fermi restando i principi della Politica Anticorruzione adottata, Health Italia nella gestione dei rapporti con i terzi dovrà uniformarsi al comportamento descritto nella presente sezione.

### **8.1 Rapporti con gli Organi sociali e di controllo**

Il management di Health Italia, fornisce con tempestività e completezza le informazioni, i chiarimenti, i dati e la documentazione richiesti da soci, organi di controllo, revisori contabili e, in generale, da quei soggetti cui sia riconosciuto il diritto di ottenere informazioni relative alla Società.

### **8.2 Rapporti con i Clienti, i Promotori Mutualistici e i partner commerciali**

Health Italia impronta la propria attività al criterio della qualità, intesa essenzialmente come obiettivo del pieno soddisfacimento del cliente e del partner commerciale con cui collabora con l'obiettivo di



fornire e/o promuovere prodotti e servizi efficienti e a condizioni eque, evitando comportamenti discriminatori o non corretti.

I Destinatari coinvolti nei processi relativi devono adottare un comportamento collaborativo ed efficace, un sistema di comunicazione semplice, chiaro e completo, favorendo il rispetto degli impegni e degli obblighi contrattuali.

Di conseguenza, i Destinatari dovranno impegnarsi a:

- rispettare leggi e regolamenti che concernono lo svolgimento della propria attività;
- osservare scrupolosamente le disposizioni del Codice Etico e le procedure interne relative ai rapporti con i clienti, i promotori mutualistici e i partner commerciali;
- rendere disponibile al cliente ogni informazione sulle caratteristiche del prodotto o del servizio nonché sulle condizioni ed i termini contrattuali, affinché il cliente ne sia pienamente consapevole all'atto del perfezionamento dell'accordo;
- fornire ai promotori mutualistici una formazione completa, precisa e professionale e garantire supporto informativo sulle peculiarità del settore della sanità integrativa e sulle caratteristiche dei sussidi e dei prodotti di sanità integrativa oggetto di promozione;
- adottare un comportamento improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, esaminando con tempestività le richieste dei clienti e dei promotori mutualistici;
- effettuare un puntuale esame dei reclami e, in generale, aver cura di tutti quegli aspetti che determinano un rapporto costruttivo tra il cliente, partner commerciale e gruppo.

La Società ricorre al contenzioso solo quando la sua legittima pretesa non trova nell'interlocutore la dovuta soddisfazione.

Nella conduzione di qualsiasi trattativa devono sempre evitarsi situazioni nelle quali i soggetti coinvolti nelle transazioni siano o possano apparire in conflitto di interesse.

In caso di dubbio sul comportamento da seguire, il Destinatario dovrà informare il superiore gerarchico o il responsabile della competente Funzione aziendale.

### **8.3 Rapporti con i Fornitori**

Le relazioni con i fornitori della Società, ivi inclusi i contratti finanziari e di consulenza, sono soggette alle norme del Codice Etico e sono oggetto di costante ed attento monitoraggio.

Ai Destinatari coinvolti nei processi relativi ai fornitori di prodotti e di servizi e nei contratti di appalto, è fatto obbligo di:

- osservare e rispettare le disposizioni di legge applicabili e le condizioni contrattualmente previste;
- attenersi alle procedure interne rilevanti per la selezione dei fornitori e la gestione del processo di acquisto, procedure basate su valutazioni obiettive di qualità, prezzo, innovazione, affidabilità, competitività e modalità di effettuazione della fornitura;
- non precludere ad alcuna azienda fornitrice, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere per aggiudicarsi una fornitura: a tale scopo adottare nella selezione criteri di valutazione definiti secondo modalità dichiarate e trasparenti, astenendosi da ogni favoritismo o discriminazione;
- osservare un comportamento equilibrato e irreprensibile;
- mantenere un dialogo franco e aperto con i fornitori, in linea con le buone consuetudini commerciali;
- rispettare i principi di trasparenza e completezza di informazione nella corrispondenza con i fornitori;
- non riconoscere benefici o gratificazioni di qualsiasi natura 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.

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 e comunque informarne il proprio diretto superiore e l'Organismo di Vigilanza.

In caso di dubbio sul comportamento da seguire, dovrà essere informato il superiore gerarchico o il responsabile della competente funzione aziendale.

La Società si adopererà per utilizzare adeguati strumenti giuridici sul piano contrattuale al fine di rendere rilevanti nei rapporti commerciali con i terzi i principi del Codice Etico e le norme del D.Lgs. 231/2001 cui la Società si adegua.

#### **8.4 Rapporti con le controparti contrattuali**

Le attività nei confronti di tutte le controparti contrattuali devono:

- informarsi a principi di onestà, lealtà, disponibilità e trasparenza;
- essere sorrette da criteri di competenza, professionalità, dedizione ed efficienza.

In particolare, uniformemente ai principi del presente Codice Etico, i Destinatari coinvolti nell'attività devono instaurare rapporti solo con coloro che godano di reputazione rispettabile, che siano impegnati in attività lecite e la cui cultura etica sia compatibile a quella della Società e del Gruppo Health Italia.

Inoltre, i Destinatari devono assicurare la trasparenza degli accordi ed evitare la sottoscrizione di patti o accordi segreti contrari alla legge.

In caso di dubbio sul comportamento da seguire, dovrà essere informato il superiore gerarchico o il responsabile della competente Funzione aziendale.

#### **8.5 Rapporti con i concorrenti**

Health Italia si relaziona con i propri concorrenti in maniera corretta e onesta, ponendosi sul mercato in conformità ai principi di competitività, concorrenza leale e buona fede, nonché garantendo la propria imparzialità nei rapporti con i concorrenti.

#### **8.6 Rapporti con Enti pubblici e Autorità di Vigilanza**

Health Italia manifesta il proprio impegno a rappresentare in modo rigoroso e coerente i propri interessi nei confronti delle istituzioni politiche, delle organizzazioni sindacali, della Pubblica Amministrazione e delle Autorità di Vigilanza.

I rapporti tra la Società e i rappresentanti delle suddette entità sono condotti nel più rigoroso rispetto della legge, sono improntati a principi di integrità, trasparenza e correttezza e sono limitati alle Funzioni preposte e regolarmente autorizzate per l'espletamento dei propri compiti.

In conformità alla politica anticorruzione, i Destinatari coinvolti in tali rapporti devono astenersi da qualsiasi comportamento volto ad ottenere trattamenti più favorevoli, dietro offerta di benefici, denaro, doni o altri favori; sono espressamente vietate azioni elusive del presente divieto tramite il ricorso a forme diverse di aiuto o contribuzione, quali - in via esemplificativa e non esaustiva - sponsorizzazioni, consulenze, assegnazioni di incarico, che abbiano le stesse finalità sopra indicate.

Sono altresì vietate la ricerca e l'instaurazione di relazioni personali di favore, influenza, ingerenza idonee a condizionare, direttamente o indirettamente, l'esito del rapporto.

La Società non nega, nasconde o ritarda alcuna informazione richiesta dalle Autorità di Vigilanza e collabora attivamente nel corso di eventuali procedure istruttorie.

I rapporti con i dipendenti pubblici devono essere conformi ai principi ed alle previsioni dettati dalla normativa di volta in volta vigente.

I principi del presente paragrafo si applicano anche ai promotori mutualistici che hanno un contratto con la Società e ai soggetti terzi, che a qualsiasi titolo rappresentino la Società, i prodotti o i servizi da questa offerti.

Di conseguenza, Health Italia farà in modo che a questi soggetti si applichino, nelle debite forme giuridiche, le stesse regole etiche valide per i propri dipendenti.

I Destinatari che ricevano proposte di benefici da parte di funzionari pubblici devono immediatamente riferire la circostanza al proprio superiore e/o all'Organismo di Vigilanza (se dipendenti) ovvero al proprio referente aziendale (se Collaboratori esterni).

#### **8.7 Rapporti con enti, associazioni e organizzazioni politiche e sindacali**

La Società non eroga contributi di alcun genere, vantaggi o altre utilità, direttamente o indirettamente, a partiti politici e a organizzazioni sindacali dei lavoratori, né a loro rappresentanti o candidati. Inoltre, non eroga contributi ad organizzazioni con le quali potrebbe ravvisarsi un conflitto di interesse.

Nei rapporti con altre associazioni portatrici di interessi (es. associazioni di categoria, associazioni ambientaliste, etc..) nessuno dei Destinatari deve promettere o versare somme, promettere o concedere beni o altri benefici a titolo personale per promuovere o favorire interessi della Società anche a seguito di illecite pressioni.

Qualunque contributo dovrà, comunque, essere erogato in modo rigorosamente conforme alla normativa applicabile e adeguatamente documentato.

La Società può aderire alle richieste di contributi relativamente a proposte provenienti da enti e associazioni non profit oppure a progetti 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 o comunque in linea con i valori etici perseguiti dalla Società.

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 deve essere effettuata concordemente alle procedure interne adottate dalla Società.

## **9. Prevenzione della ricettazione, riciclaggio e l'impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita**

I Destinatari sono tenuti a verificare preventivamente le informazioni disponibili sulle persone con cui vengono in contatto, al fine di accertare la loro rispettabilità e reputazione e la legittimità della loro attività, prima di instaurare con questi rapporti d'affari.

Nessuno può effettuare qualunque tipo di pagamento nell'interesse della Società in mancanza di adeguata documentazione di supporto. I Destinatari non devono, in alcun modo e in alcuna circostanza, ricevere o accettare la promessa di pagamenti in contanti o correre il rischio di essere implicati in vicende relative al riciclaggio di beni o denaro proveniente da attività illecite o criminali.

## **10. Gestione delle informazioni**

### **10.1 Riservatezza**

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

Le banche dati 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.

Il patrimonio di informazioni della Società è accessibile solo alle persone autorizzate ed è protetto da una impropria e indebita divulgazione. L'utilizzo dei sistemi informativi e delle relative applicazioni deve avvenire nel rispetto dei sistemi di sicurezza interni.

Ciascun Destinatario è tenuto a tutelare la riservatezza e la confidenzialità delle informazioni di cui venga in possesso nel corso dell'attività lavorativa, utilizzarle esclusivamente per l'esercizio della propria attività e gestirle in modo da garantirne l'integrità e la sicurezza.

Ciascun Destinatario dovrà inoltre:

- 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 del sistema di gestione della privacy ovvero previa autorizzazione della persona a ciò delegata;
- determinare la natura confidenziale e riservata delle informazioni ai sensi di quanto prescritto dal sistema di gestione della privacy.

La Società dal canto suo si impegna a proteggere le informazioni ed i dati relativi ai Destinatari e ai terzi, e ad evitare ogni uso improprio degli stessi in conformità alle prescrizioni in materia di riservatezza dei dati personali di cui al D.Lgs. 196/2003 e s.m.i.

## **10.2 Trasparenza e controllo delle informazioni al mercato**

La comunicazione di Health Italia è improntata al rispetto del diritto all'informazione ed in nessun caso è consentito divulgare notizie o commenti falsi, tendenziosi o riservati.

Ogni attività di comunicazione rispetta le leggi, i regolamenti e le pratiche di condotta professionale ed è realizzata con chiarezza, trasparenza e tempestività.

Tutta l'attività di comunicazione aziendale si caratterizza per:

- il linguaggio comprensibile;
- l'eshaustività, la tempestività, la correttezza, la veridicità e la simmetria informativa nei confronti di tutti gli investitori;
- l'omogeneità e la simultaneità dell'informativa tra investitori istituzionali e Azionisti di minoranza.

La Direzione aziendale cura la gestione delle informazioni riservate, con esse intendendo anche le c.d. "informazioni privilegiate", per la prevenzione, tra l'altro, di attività di insider trading.

Coloro che hanno accesso ad informazioni non disponibili presso il pubblico, in grado di influenzare il valore dei titoli azionari, non devono sfruttarle per il perfezionamento di operazioni su valori mobiliari.

## **10.1 Comunicazioni con i mass media**

I rapporti tra la Società e i mass media spettano esclusivamente ai responsabili aziendali espressamente delegati o incaricati e devono essere caratterizzate da correttezza, spirito di collaborazione, rispetto del diritto di informazione e delle politiche della Società e del Gruppo.

Non è consentito ad alcun Destinatario rilasciare a giornali o altri mezzi di comunicazione, anche se contattati, dichiarazioni o comunicazioni riguardanti la Società o il Gruppo Health Italia, se non autorizzati preventivamente, nel rispetto delle procedure interne.

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

I rapporti con la stampa e con gli altri mezzi d'informazione, sono ispirati al criterio della parità di trattamento per ciò che riguarda la tempestività della diffusione, della completezza e della correttezza delle notizie.

## **11. Sistema di controllo**

La Direzione e i Responsabili di Funzione della Società, ognuno per la parte di competenza, provvedono, anche attraverso opportune deleghe, a:

- vigilare sul rispetto del Codice Etico, in particolare da parte dei propri subordinati e dei Collaboratori esterni di cui sono referenti;
- gestire tutti gli aspetti legati alla conoscenza ed all'applicazione del Codice Etico, nonché ad ogni necessaria attività di formazione al riguardo;
- ricevere le segnalazioni delle violazioni del Codice Etico, garantendo la riservatezza sulle fonti di tali segnalazioni e riferendosi se del caso, all'Organo direttivo e all'Organismo di Vigilanza;
- assicurare l'aggiornamento del Codice Etico o del relativo sistema di gestione.

L'inosservanza dei principi e la violazione degli obblighi previsti dal presente Codice Etico rientrano fra i casi contemplati dal sistema sanzionatorio adottato dalla Società con il Modello coerentemente con le norme contrattuali e di legge.

## **12. L'Organismo di Vigilanza**

Al fine dell'attuazione del Modello (di cui il Codice Etico è parte integrante), l'Organismo di Vigilanza è incaricato delle seguenti funzioni:

- vigilare sulla corretta applicazione del Codice Etico e del Modello, informando dei risultati delle verifiche i competenti Organi sociali per l'adozione delle opportune misure;
- verificare l'idoneità del Modello a prevenire la commissione di reati e suggerire gli eventuali adeguamenti da apportare;
- promuovere il rispetto e l'attuazione del Modello;
- promuovere programmi di comunicazione e formazione specifica del management e dei dipendenti del Gruppo relativamente al Modello.

Tutti i Destinatari sono tenuti a riferire con tempestività e riservatezza ai propri superiori o ai propri referenti aziendali e, se del caso, all'Organismo di Vigilanza ogni notizia appresa nell'ambito delle funzioni attribuite o delle attività svolte nell'interesse della Società circa violazioni del Codice Etico che possano, a qualsiasi titolo, coinvolgere la Società e provocarne danno anche all'immagine.

I responsabili di funzione in particolare devono conoscere gli atti illeciti possibili nelle loro attività e cooperare con l'Organismo di Vigilanza per l'istituzione o l'aggiornamento di regole e procedure idonee a prevenirne la commissione

Le informazioni pervenute all'Organismo di Vigilanza in modo scritto e non anonimo saranno trattate con la massima riservatezza.

### **13. Attuazione e pubblicità del Codice Etico**

Health Italia si impegna a portare a conoscenza di tutti i soggetti che operano per esso il presente Codice Etico, mediante opportune attività di comunicazione.

Si impegna inoltre ad attivare un piano di formazione periodica sulle tematiche relative al Codice Etico per le risorse umane coinvolte.

A tale scopo oltre a diffondere il Codice Etico, la Società provvederà a divulgarne i correlati protocolli interni, informando inoltre sulle penalizzazioni previste in caso di violazioni e sulle modalità di attribuzione delle relative sanzioni.