

CODICE ETICO

GRUPPO P&R

“Coraggio, integrità, responsabilità, rispetto per gli altri e una primaria attenzione per l’interesse del Gruppo sono i fondamenti della nostra filosofia di gestione. Ciascuno di noi è chiamato a dimostrare il proprio impegno verso questi valori. È lo stile del Gruppo per costruire un clima di fiducia ad ogni livello della nostra organizzazione”.

Il Presidente e Amministratore Delegato

1. PREMESSA	6
2. MISSIONE E VISIONE ETICA	6
3. IL CODICE ETICO	7
4. AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE	8
4.1 Efficacia del Codice Etico rispetto ad altre fonti	8
4.2 Efficacia territoriale del Codice Etico	9
4.3 Diffusione e formazione del Codice Etico	9
5. PRINCIPI E NORME DI RIFERIMENTO	11
5.1 Principio di legalità. Rispetto del Codice Etico, delle norme e delle procedure aziendali	11
5.2 Onestà e correttezza	11
5.3 Centralità della persona	12
5.4 Imparzialità e pari opportunità	12
5.5 Trasparenza e completezza dell'informazione	12
5.6 Fiducia e collaborazione	12
5.7 Rispetto delle regole di libera concorrenza	13
5.8 Diligenza nell'uso delle risorse aziendali	13
5.9 Registrazioni contabili	14
5.10 Riservatezza delle informazioni	14
5.10.1 Tutela del segreto aziendale e della proprietà intellettuale ed industriale	14
5.11 Prevenzione dei conflitti di interesse	16
5.11.1 Relazioni personali	18

5.12 Corporate Governance	19
5.13 Risorse Umane	19
5.14 Tutela della salute e sicurezza sul lavoro	20
5.15 Tutela ambientale	21
5.16 Clienti	22
5.17 Fornitori	22
5.18 Doveri di correttezza nella negoziazione, redazione ed esecuzione dei contratti con i terzi	23
5.19 Omaggi offerti, dati e ricevuti	24
5.20 Contributi e Sponsorizzazioni	24
5.21 Rapporti con la Pubblica Amministrazione	24
5.22 Rapporti infragruppo	25
6. PRINCIPI DI COMPORTAMENTO SPECIFICI PER IL SETTORE FARMACEUTICO	25
6.1 L'informazione scientifica diretta	26
<i>6.1.1 I principi generali</i>	26
<i>6.1.2 Il materiale informativo</i>	27
<i>6.1.3 Il materiale promozionale</i>	27
<i>6.1.4 L'aggiornamento professionale e la collaborazione scientifica</i>	28
<i>6.1.5 La pubblicità su giornali e riviste</i>	29
<i>6.1.6 I campioni gratuiti</i>	29
6.2 Congressi, convegni e riunioni scientifiche	29
<i>6.2.1 Principi generali</i>	29

<i>6.2.2 Le sedi congressuali</i>	31
<i>6.2.3 Gli eventi regionali e le riunioni scientifiche a livello locale</i>	31
<i>6.2.4 Gli eventi interregionali</i>	31
<i>6.2.5 Le manifestazioni internazionali, nazionali</i>	32
<i>6.2.6 Il materiali promozionale utilizzabile in sede congressuale</i>	32
<i>6.2.7 L'aggiornamento e la formazione via web</i>	32
<i>6.2.8 I corsi di aggiornamento</i>	33
<i>6.2.9 I simposi satellite</i>	34
<i>6.2.10 Le visite a laboratori aziendali</i>	34
<i>6.2.11 Gli investigator meeting</i>	34
6.3 I rapporti dell'industria con il mondo scientifico e sanitario	35
<i>6.3.1 Le borse di studio e le consulenze scientifiche</i>	35
<i>6.3.2 Le borse di studio</i>	36
<i>6.3.3 I rapporti con le società scientifiche</i>	36
<i>6.3.4 Le sperimentazioni e le indagini connesse ai farmaci</i>	36
<i>6.3.5 Siti internet</i>	38
<i>6.3.6 I rapporti tra le Aziende Farmaceutiche e le Associazioni dei Pazienti</i>	38
7. DISPOSIZIONI SANZIONATORIE	40
8. DISPOSIZIONI FINALI	40

1. PREMESSA

Le società del Gruppo P&R (di seguito il “Gruppo P&R” o il “Gruppo”), operante nel settore chimico-farmaceutico, al fine di definire con chiarezza e trasparenza l’insieme dei valori ai quali il Gruppo medesimo si ispira per raggiungere i propri obiettivi, hanno predisposto il Codice Etico, la cui osservanza è imprescindibile per il corretto funzionamento, affidabilità, reputazione ed immagine del Gruppo, che costituiscono i fondamenti per il successo e lo sviluppo attuale e futuro delle imprese gestite dalle Società del Gruppo.

Le attività del Gruppo devono, quindi, essere conformi ai principi espressi in questo Codice Etico.

Il Gruppo P&R riconosce l’importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e si impegna al rispetto dei legittimi interessi dei propri stakeholder¹ e delle collettività in cui opera. Contestualmente richiede a tutti i dipendenti del Gruppo e a tutti coloro che cooperano all’esercizio delle imprese delle società del Gruppo il rispetto delle regole aziendali e dei precetti stabiliti nel presente Codice.

In nessun caso è permessa una deroga alle regole del Codice Etico, ed il Gruppo non considera mai efficiente né efficace un’azione, pur volta al perseguimento degli obiettivi di business, che implichi una tale deroga.

Una simile azione è infatti incompatibile con i valori aziendali.

2. MISSIONE E VISIONE ETICA

L’obiettivo principale riconosciuto e perseguito dalle Società del Gruppo è la creazione di valore per gli azionisti, cui sono orientate le strategie e la gestione operativa di ciascuna Società appartenente al Gruppo.

¹ Sono stakeholder tutti i portatori di interesse nei confronti di una società quali gli azionisti, i dipendenti, i clienti, i fornitori, le istituzioni.

Il Gruppo P&R intende mantenere e sviluppare il rapporto di fiducia con i propri stakeholder e perseguire i propri obiettivi ricercando il migliore temperamento degli interessi coinvolti, nel rispetto di tutte le disposizioni di legge e dei principi di onestà, imparzialità, affidabilità, lealtà, correttezza, trasparenza e buona fede.

3. IL CODICE ETICO

Il Gruppo P&R ha ritenuto opportuno e necessario adottare ed emanare un proprio codice di comportamento che espliciti i valori a cui tutti i propri amministratori, dipendenti e collaboratori a vario titolo devono adeguarsi, accettando responsabilità, assetti, ruoli e regole della cui violazione, anche se da essa non consegue alcuna responsabilità aziendale verso terzi, essi assumono la personale responsabilità verso l'interno e verso l'esterno dell'azienda.

In particolare, il Codice Etico si conforma ai principi indicati nelle Linee Guida di Confindustria per la costruzione dei modelli organizzativi ed al Codice Deontologico di Farindustria, con riferimento, in tal caso, alle Società del Gruppo operanti nel settore farmaceutico.

La conoscenza e l'osservanza del codice di comportamento da parte di tutti coloro che prestano attività lavorativa nel Gruppo P&R sono dunque condizioni primarie per la trasparenza e la reputazione di ciascuna società. Inoltre il codice è portato a conoscenza di tutti coloro con i quali il Gruppo P&R intrattiene rapporti d'affari.

Il Codice Etico costituisce altresì presupposto e riferimento – previa valutazione dei rischi-reato eventualmente connessi alle attività svolte – del modello di organizzazione, gestione e controllo, adottato da ciascuna delle società del Gruppo.

La verifica sul contenuto e i principi del Codice Etico e sulla sua applicazione è di competenza della direzione e del management aziendale, il quale potrà anche farsi promotore di proposte di integrazione o modifica

dei contenuti. E' compito altresì della direzione e del management aziendale aggiornare il Codice Etico al fine di adeguarlo alla eventuale normativa rilevante ed alla evoluzione della sensibilità civile.

4. AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE

Il presente Codice Etico si applica a tutte le Società del Gruppo P&R. I principi e le disposizioni del Codice Etico sono vincolanti per gli amministratori, i dipendenti e tutti coloro che operano con il Gruppo sulla base di un rapporto contrattuale, anche temporaneo. Tutti i predetti soggetti, nel seguito sono collettivamente definiti "Destinatari".

In particolare i componenti della direzione e del management delle società del Gruppo sono tenuti ad ispirarsi ai principi del presente Codice Etico, nel fissare gli obiettivi da perseguire, nel proporre gli investimenti e realizzare i progetti, nonché in qualsiasi decisione o azione relativa alla gestione delle imprese delle società del Gruppo; del pari i dirigenti, nel dare concreta attuazione all'attività di direzione delle imprese gestite dalle società del Gruppo, dovranno ispirarsi ai medesimi principi, sia all'interno del Gruppo, rafforzando così la coesione e lo spirito di reciproca collaborazione, sia nei confronti dei terzi che entrano in contatto con il Gruppo stesso.

I dipendenti ed i collaboratori non subordinati del Gruppo, nonché i partners in relazioni d'affari e tutti coloro che intrattengono rapporti contrattuali con il Gruppo, sono tenuti ad adeguare i propri comportamenti alle disposizioni del Codice Etico.

4.1 Efficacia del Codice Etico rispetto ad altre fonti

Il Codice Etico integra e specifica, con regole che assicurano il rispetto dei parametri etici approvati dalla politica aziendale, il contenuto delle vigenti norme di legge. Il Codice Etico non può disporre in senso contrario a

queste ultime, le quali prevalgono sul medesimo e si intendono qui integralmente recepite.

Le disposizioni del Codice Etico prevalgono su tutte le altre norme interne emanate dagli organi aziendali nell'esercizio dei poteri loro delegati, le quali integrano il contenuto del Codice Etico.

Tali norme interne sono introdotte con i seguenti atti interni:

- gli Ordini di Servizio emanati per iscritto dal Presidente e/o dall'Amministratore Delegato delle singole società;
- ogni altra disposizione dettata in qualsiasi forma dalle predette cariche sociali;
- le determinazioni adottate, anche in formato elettronico, dai Dirigenti e dagli altri soggetti apicali preposti alle funzioni aziendali.

Le norme dettate con tali determinazioni non possono disporre in senso contrario ai principi del Codice Etico né alle disposizioni contenute nei predetti Ordini di Servizio.

4.2 Efficacia territoriale del Codice Etico

Il Codice Etico si applica a tutte le operazioni economiche delle società del Gruppo, in qualsiasi Stato del mondo ove esse siano condotte.

Il rinvio alle norme di legge ed agli eventuali codici deontologici si intende come rinvio alle norme della legge applicabile ed agli eventuali codici deontologici in vigore in ciascuno degli Stati del mondo in cui ciascuna società conduce le proprie operazioni e distribuisce i propri prodotti.

4.3 Diffusione e Formazione del Codice Etico

Le Società del Gruppo si impegnano a dare la più ampia diffusione alle prescrizioni del Codice Etico, affinché tutti i Destinatari siano a conoscenza dei comportamenti vietati, consigliati e prescritti.

Il Codice Etico sarà esposto in formato cartaceo, così come previsto dall'Articolo 7, co. 1, della legge del 20 maggio 1970, n. 300 e delle leggi speciali applicabili, mediante affissione in luogo accessibile a tutti i dipendenti.

Il Codice Etico sarà pubblicato in formato elettronico, nel testo in lingua italiana e nella traduzione inglese, sul sito aziendale delle singole società del Gruppo, al fine di essere disponibile per i terzi e qualsivoglia ulteriore interlocutore.

Il Codice Etico è distribuito, altresì, a tutti i componenti degli organi sociali e a tutto il personale.

Allo scopo, altresì, di assicurare la corretta comprensione del Codice Etico, vengono predisposti e realizzati piani periodici di comunicazione volti a favorire la conoscenza dei principi e delle norme etiche contenuti nel Codice Etico, tenuto conto 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 D. lgs. 231/2001, nonché per quelli operanti nelle aree qualificabili come "a rischio" ai sensi del Modello Organizzativo, adottato da ciascuna società.

Nei contratti con i terzi, 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.

5. PRINCIPI E NORME DI RIFERIMENTO

5.1 Principio di legalità. Rispetto del Codice Etico, delle norme e delle procedure aziendali

Le società del Gruppo riconoscono come principio imprescindibile il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti in tutti i paesi dove esse operano.

In questo contesto, assume rilevanza anche il rispetto della normativa e dei principi di natura etica e deontologica dettati dalle associazioni di categoria, con particolare riguardo al Codice Deontologico di Farindustria, per quanto riguarda il settore farmaceutico.

È, pertanto, interesse delle società del Gruppo che ogni azione compiuta in nome e per conto di essa, nel contesto di un processo aziendale, sia pienamente conforme alle norme giuridiche, al Codice Etico ed alle regole tecniche, scientifiche, contabili e di buona amministrazione applicabili.

Ogni operazione eseguita nel quadro di ogni processo aziendale deve essere legittima, coerente, congrua, autorizzata, documentata e verificabile secondo le procedure aziendali formalizzate in documenti aziendali.

Sono censurati i comportamenti contrari alla legge ed al Codice Etico, mentre è richiesta una politica aziendale orientata alla loro attenta prevenzione e severa repressione, vuoi che essi si instaurino nei rapporti interni come pure nei rapporti esterni. A tal fine il rispetto delle leggi e dei regolamenti da parte di qualsivoglia terzo esterno, partner, cliente, fornitore, è condizione imprescindibile affinché le Società del Gruppo possano intrattenere rapporti, relazioni di business.

5.2 Onestà e correttezza

I rapporti con gli stakeholder delle società del Gruppo sono improntati a criteri e comportamenti di correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto.

L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività del Gruppo e costituisce elemento imprescindibile della gestione aziendale.

5.3 Centralità della persona

Il Gruppo promuove il rispetto dell'integrità fisica e culturale della persona.

Garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri. Non tollera richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge ed il Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

Il Gruppo sostiene e rispetta i diritti umani in conformità con la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'Onu.

5.4 Imparzialità e pari opportunità

Il Gruppo si impegna ad evitare 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, in tutte le decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi stakeholder.

5.5 Trasparenza e completezza dell'informazione

Il Gruppo si impegna ad informare in modo chiaro e trasparente tutti gli stakeholder circa la propria situazione ed il proprio andamento, senza favorire alcun gruppo d'interesse o singolo individuo, mediante le funzioni all'uopo demandate.

5.6 Fiducia e collaborazione

I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di lealtà, onestà, collaborazione e reciproco rispetto attraverso un dialogo costante e trasparente. Solo in questo modo è

possibile garantire la continuità dei rapporti di fiducia e collaborazione per un reciproco beneficio e una crescita sostenibile del valore creato.

In particolare, la convinzione di agire in qualche modo a vantaggio dell'azienda non giustifica l'adozione di comportamenti in contrasto con i suddetti principi. Tutti coloro che operano nel Gruppo P&R, senza distinzioni ed eccezioni, sono, pertanto, impegnati ad osservare e far osservare questi principi nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. Tale impegno si giustifica e richiede che anche i soggetti con cui il Gruppo ha rapporti a qualunque titolo agiscano nei suoi confronti con regole e modalità che rispettino gli stessi valori.

5.7 Rispetto delle regole di libera concorrenza

Le società del Gruppo rispettano le regole della libera concorrenza come elemento essenziale del mercato in cui operano, e condannano ogni condotta lesiva od elusiva di tali regole.

5.8 Diligenza nell'uso delle risorse aziendali

È fatto obbligo ad ogni membro dell'organizzazione aziendale delle società del Gruppo di rispettare le istruzioni ricevute ed i criteri di diligenza, precauzione e buona fede nell'uso delle risorse aziendali assegnate in uso al medesimo, della cui integrità e funzionalità egli è responsabile.

Ogni guasto, danno o pericolo di danno per l'integrità e la funzionalità delle risorse assegnate in uso deve essere prontamente segnalato alle funzioni aventi competenza a provvedere, identificate secondo l'organigramma aziendale.

Non è ammesso alcun uso personale delle risorse aziendali.

5.9 Registrazioni contabili

Tutte le transazioni e le operazioni effettuate devono avere una registrazione adeguata e deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e svolgimento. Per ogni operazione vi deve essere 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, verificato l'operazione stessa.

5.10 Riservatezza delle informazioni

Il Gruppo assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e l'osservanza della normativa in materia di dati personali.

Tutte le informazioni a disposizione delle Società del Gruppo vengono trattate nel rispetto della riservatezza e della privacy dei soggetti interessati.

A tal riguardo ogni dipendente 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 stabilite ovvero previa autorizzazione della persona a ciò delegata;
- determinare la natura confidenziale e riservata delle informazioni ai sensi di quanto prescritto dalle relative procedure;
- assicurarsi che non sussistano vincoli di confidenzialità in virtù di rapporti di qualsiasi natura con terzi.

5.10.1 Tutela del segreto aziendale e della proprietà intellettuale ed industriale

Premesso che le società del Gruppo intendono operare con la massima trasparenza nei confronti dei portatori di interessi, ogni informazione, di natura tecnica, economica, o di qualsiasi altra natura, che venga acquisita dai dipendenti delle società nell'esecuzione delle proprie mansioni o dagli altri Destinatari del Codice Etico nell'esecuzione dei rapporti contrattuali instaurati con le società, appartiene alle società e costituisce parte essenziale del patrimonio di beni immateriali indispensabile per la creazione di valore.

Ciascuna società del Gruppo tutela, quale parte fondamentale del patrimonio aziendale e primario fattore di creazione di valore, le informazioni riservate in proprio possesso ed i diritti di proprietà industriale sulle idee sviluppate all'interno dell'organizzazione aziendale, e si assicura la possibilità di ottenere brevetti ed altri titoli di proprietà industriale e/o intellettuale su di esse e sulle invenzioni industriali sviluppate attraverso l'applicazione di queste.

I dipendenti ed i consulenti devono osservare regole di speciale prudenza nel comunicare ad altri dipendenti o consulenti tali informazioni riservate tramite il telefono, il *telex*, il *telex* e/o la posta elettronica, ed in generale porre in essere tutte le altre cautele che non siano qui espressamente previste ma siano comunque opportune al fine di impedire la divulgazione non autorizzata e la conseguente caduta in pubblico dominio.

È fatto divieto assoluto di divulgare informazioni riservate a terzi esterni all'organizzazione aziendale delle singole società, che non abbiano sottoscritto un impegno di riservatezza.

Ciascuna società del Gruppo impone anche il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale dei terzi; per questo motivo è fatto obbligo a tutti i Destinatari del Codice Etico di chiedere la collaborazione della struttura preposta.

È fatto obbligo, in caso di dubbi sull'interpretazione delle leggi che tutelano tali diritti nei vari Stati del mondo o dell'estensione dei titoli

(brevetti, marchi, etc.) di chiedere la consulenza della medesima struttura prima di prendere qualsiasi iniziativa che possa costituire violazione di tali leggi.

Il presente articolo si applica a qualsiasi tipo di informazioni che siano in possesso di ciascuna società del Gruppo e siano sottoposte a regime di riservatezza, a prescindere dalla loro natura (economica, commerciale, giuridica, scientifica e/o tecnica).

Costituiscono esempi di informazioni riservate: i piani di *marketing*, i dati economici relativi a clienti e fornitori, i dati di vendita, i prezzi, i dati scientifici e tecnici relativi a prodotti commercializzati o in sviluppo ed alle tecnologie sfruttate.

5.11 Prevenzione dei conflitti di interesse

Le società del Gruppo operano al fine di evitare situazioni ove i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o possano apparire, in conflitto con gli interessi delle Società stesse.

A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, costituiscono conflitto di interessi:

- la cointeressenza – palese od occulta – del dipendente in attività di fornitori, clienti, concorrenti, partner;
- l'accettazione, a titolo di compenso od a qualunque altro titolo, dell'offerta di denaro o altre utilità o benefici da parte di concorrenti, clienti, fornitori, concorrenti, partner;
- la strumentalizzazione della propria posizione funzionale per la realizzazione di interessi contrastanti con quelli dell'azienda;
- l'utilizzazione di informazioni, relazioni di business, comunque acquisite, che veda coinvolti i Destinatari rispetto a fornitori, clienti, concorrenti, partner, direttamente o anche per il tramite di veicoli societari o aventi qualsivoglia altra forma giuridica;

- lo svolgimento di attività lavorative di qualunque genere (prestazioni d'opere, prestazioni intellettuali) presso clienti, fornitori, concorrenti e/o presso terzi in contrasto con gli interessi dell'azienda;
- qualsiasi situazione che pregiudichi o possa pregiudicare l'obiettività, la fedeltà alla Società od il rendimento nell'esercizio delle mansioni.

In tale prospettiva gli amministratori, i dipendenti ed i collaboratori a vario titolo del Gruppo P&R devono evitare ogni situazione ed astenersi da ogni attività che possa contrapporre un interesse personale a quelli dell'azienda o che possa interferire ed intralciare la capacità di assumere, in modo imparziale ed obiettivo, decisioni nell'interesse dell'impresa.

Il verificarsi di situazioni di conflitto di interessi, oltre ad essere in contrasto con le norme di legge e con i principi fissati nel Codice Etico, risulta pregiudizievole per l'immagine e l'integrità aziendale.

Amministratori, dipendenti e collaboratori devono quindi escludere ogni possibilità di sovrapporre o comunque incrociare, strumentalizzando la propria posizione funzionale, le attività economiche rispondenti ad una logica di interesse personale e/o familiare e le mansioni che ricoprono all'interno delle Società.

Qualunque Destinatario del Codice Etico che venisse a conoscenza di un fatto suscettibile di creare un conflitto d'interessi, ne deve dare immediata segnalazione al Responsabile della funzione aziendale di appartenenza e sospendere immediatamente, a scopo precauzionale, ogni rapporto con gli offerenti. Il predetto Responsabile inoltrerà la segnalazione al Presidente e/o all'Amministratore Delegato della Società di appartenenza, per l'adozione delle misure opportune a fugare il dubbio sull'esistenza di un conflitto di interessi.

Si impone ai Destinatari del Codice Etico di sottoporre senza indugio al Responsabile della funzione aziendale di appartenenza, una chiara e completa dichiarazione in ordine all'eventuale esistenza di situazioni di conflitto d'interessi con il Gruppo o con i terzi contraenti, ivi comprese in

particolare le Pubbliche Amministrazioni, nella quale si descriva il conflitto indicandone le ragioni e le persone fisiche o giuridiche nei cui confronti esso si pone.

5.11.1 Relazioni personali

I Destinatari devono fare attenzione che le loro relazioni personali non diano vita a situazioni in cui essi possano apparire non imparziali.

Qualora un amministratore, dipendente, collaboratore sia amico di clienti o fornitori (o abbia un parente, un amico o la persona cara che lavorano per clienti o fornitori), che lui gestisce direttamente (o il parente, amico o persona cara che lavorano per clienti o fornitori, seppur non direttamente coinvolti, sono in grado di esercitare un'influenza nei rapporti con le Società del Gruppo), ne deve dare immediata segnalazione al Responsabile della funzione aziendale di appartenenza e sospendere immediatamente, a scopo precauzionale, ogni rapporto con gli offerenti. Il predetto Responsabile inoltrerà la segnalazione al Presidente e/o all'Amministratore Delegato della Società di appartenenza, per l'adozione delle misure opportune a fugare il dubbio sull'esistenza di un conflitto di interessi.

Le relazioni sentimentali sul luogo di lavoro sono scoraggiate. Nel caso in cui nascessero, non devono influenzare la capacità dell'amministratore, dipendente, collaboratore di agire nel miglior interesse per il Gruppo e non devono in nessun modo impattare o turbare il clima lavorativo.

Quando una delle persone coinvolte nella relazione si trova nella posizione di poter prendere o influenzare decisioni legate al rapporto di lavoro (promozioni ecc.) dell'altra persona, questo può far scaturire un conflitto di interesse effettivo o percepito e quindi il caso deve essere portato all'attenzione del Responsabile della funzione aziendale di appartenenza e, quindi, come sopra indicato, al Presidente e/o Amministratore Delegato.

Anche l'assunzione di un amico intimo, un parente o della persona cara di un Destinatario è scoraggiata e richiede l'approvazione da parte del Presidente e/o Amministratore Delegato.

Nel Gruppo vige il principio che le decisioni inerenti al rapporto di lavoro devono essere prese esclusivamente sulla base delle competenze, dei risultati e delle capacità, come esplicitato al successivo punto 5.13.

5.12 Corporate Governance

Le società del Gruppo creano le condizioni affinché la partecipazione degli azionisti alle decisioni di loro competenza sia diffusa e consapevole, promuovono la parità e la completezza di informazione e tutela il loro interesse.

Il sistema di Corporate Governance adottato dalle società del Gruppo è conforme a quanto previsto dalla legge ed è principalmente indirizzato a:

- assicurare la regolarità delle operazioni di gestione;
- controllare i rischi;
- realizzare la massima trasparenza nei confronti degli stakeholder dell'impresa;
- rispondere alle aspettative legittime degli azionisti;
- evitare qualsiasi tipo di operazione in pregiudizio dei creditori e degli altri stakeholder;
- rispettare le norme in materia giuslavoristica e di sicurezza sul lavoro, valorizzando l'operato delle risorse umane.

5.13 Risorse umane

Le risorse umane sono un elemento indispensabile per l'esistenza dell'azienda ed un fattore critico per competere con successo sul mercato.

L'onestà, la lealtà, la capacità, la professionalità, la serietà, la preparazione tecnica e la dedizione del personale rientrano pertanto tra le condizioni

determinanti per conseguire gli obiettivi del Gruppo e rappresentano le caratteristiche richieste dal Gruppo P&R ai propri amministratori, dipendenti e collaboratori a vario titolo.

Pertanto la gestione dei rapporti di lavoro e di collaborazione si ispira al rispetto dei diritti dei lavoratori ed alla piena valorizzazione del loro apporto nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita professionale.

A tutti i dipendenti e collaboratori delle società del Gruppo si richiede di impegnarsi ad agire lealmente al fine di rispettare gli obblighi assunti con il contratto di lavoro e quanto previsto dal presente Codice Etico, assicurando le prestazioni dovute e il rispetto degli impegni assunti nei confronti della propria società.

Al fine di contribuire allo sviluppo degli obiettivi di impresa, ed assicurare che tali obiettivi siano da tutti perseguiti nel rispetto dei principi etici e dei valori cui il Gruppo P&R si ispira, la politica aziendale è volta a selezionare ciascun dipendente, consulente, collaboratore a vario titolo secondo i valori e le caratteristiche sopra enunciate. Nell'ambito della selezione – condotta nel rispetto delle pari opportunità e senza discriminazione alcuna sulla sfera privata e sulle opinioni dei candidati – il Gruppo P&R opera affinché le risorse acquisite corrispondano ai profili effettivamente necessari alle esigenze aziendali, evitando favoritismi e agevolazioni di ogni sorta.

5.14 Tutela della salute e sicurezza sul lavoro

Il Gruppo P&R persegue con il massimo impegno l'obiettivo di garantire la salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro.

A tale proposito, ciascuna società del Gruppo adotta le misure più opportune per evitare, contrastare, gestire i rischi connessi allo svolgimento della propria attività di impresa.

Nell'ambito della propria attività, le società del Gruppo P&R si impegnano ad adeguare il lavoro all'uomo, ivi incluso per ciò che attiene la concezione

dei posti di lavoro e la scelta delle attrezzature di lavoro e dei metodi di lavoro e di produzione, in particolare per attenuare il lavoro monotono e quello ripetitivo, nonché per ridurre gli effetti di tali lavori sulla salute.

In materia di salute e sicurezza sul lavoro, ciascuna società si impegna, altresì, ad operare:

- a) tenendo conto del grado di evoluzione della tecnica;
- b) sostituendo ciò che è pericoloso con ciò che non è pericoloso o che è meno pericoloso;
- c) programmando adeguatamente la prevenzione e mirando ad un complesso coerente che tenga conto ed integri nella stessa la tecnica, l'organizzazione del lavoro, le condizioni di lavoro, le relazioni sociali e l'influenza dei fattori dell'ambiente di lavoro;
- d) riconoscendo priorità alle misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale;
- e) impartendo adeguate istruzioni al personale.

Tali principi sono utilizzati dal Gruppo P&R ai fini della individuazione e dell'adozione delle misure necessarie per la tutela della sicurezza e salute dei lavoratori, comprese le attività di prevenzione dei rischi professionali, d'informazione e formazione, nonché l'approntamento di un'organizzazione e dei mezzi necessari.

I Destinatari devono attenersi a questi principi, in particolare quando devono essere prese delle decisioni o fatte delle scelte e, in seguito, quando le stesse devono essere attuate.

5.15 Tutela ambientale

Il Gruppo P&R riconosce alla salvaguardia dell'ambiente un'importanza fondamentale nell'assicurare un percorso di crescita coerente ed equilibrato.

Conseguentemente, ciascuna società del Gruppo 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 industriali di minore impatto ambientale.

Tutte le attività delle società del Gruppo devono essere svolte in modo da essere conformi a quanto previsto dalle norme in materia ambientale. La ricerca di vantaggi, qualora comportino o possano comportare la violazione, dolosa o colposa delle norme in tema ambientale, non è mai giustificata.

5.16 Clienti

Lo stile di comportamento nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità.

Coerentemente con i principi di imparzialità e pari opportunità le Società del Gruppo si impegnano a non discriminare arbitrariamente i propri clienti, a fornire prodotti e servizi di alta qualità che soddisfino le ragionevoli aspettative del cliente e ne tutelino la sicurezza e l'incolumità; ad attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie, commerciali o di qualsiasi altro genere.

5.17 Fornitori

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo, alla concessione di pari opportunità per ogni fornitore, alla lealtà e all'imparzialità.

La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni di acquisto sono basate su una valutazione obiettiva della qualità, del prezzo e della capacità di fornire e garantire servizi di livello adeguato. In dettaglio il dipendente non potrà:

- ricevere alcuna forma di corrispettivo da parte di chiunque per l'esecuzione di un atto del proprio ufficio o contrario ai doveri d'ufficio;
- subire alcuna forma di condizionamento da parte di terzi estranei al gruppo, e dal medesimo a ciò non autorizzati, per l'assunzione di decisioni e/o l'esecuzione di atti relativi alla propria attività lavorativa.

5.18 Dovere di correttezza nella negoziazione, redazione ed esecuzione dei contratti con terzi

È fatto obbligo, ai membri dell'organizzazione aziendale di ciascuna delle società del Gruppo, incaricati di gestire il rapporto contrattuale, di comportarsi secondo buona fede e correttezza verso la controparte, al fine di assicurare che la negoziazione dei termini contrattuali e l'esecuzione delle obbligazioni siano liberi da condizionamenti illeciti o scorretti.

Si impone quale fondamentale ed inderogabile obbligo, il rispetto delle procedure aziendali che disciplinano la formazione e la manifestazione nella formazione della volontà contrattuale della società di appartenenza.

I contratti devono prevedere inoltre l'obbligo, per il terzo contraente, di eseguire tutte le attività oggetto del contratto nel pieno rispetto delle norme applicabili e la responsabilità per le eventuali infrazioni, l'obbligo, per la Società, di verificare che la prestazione effettuata sia conforme a quanto contrattualmente previsto, e l'obbligo per entrambe le parti di formare, raccogliere e conservare tutta la documentazione connessa a tali contratti, in modo tale che essa rifletta con veridicità l'effettiva sussistenza, natura e consistenza delle operazioni poste in essere dalle parti.

L'accettazione di tali clausole sarà definita espressamente come condizione essenziale per determinare il consenso della società alla stipulazione dei predetti contratti.

5.19 Omaggi offerti, dati e ricevuti

È fatto esplicito divieto ai Destinatari (tanto direttamente, quanto tramite terzi) di offrire o ricevere a/da chiunque alcuna regalia che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, ovvero essere intesa come rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a qualsiasi società del Gruppo.

Qualora un Destinatario riceva offerte e/o richieste di regali o benefici - salvo omaggi di uso commerciale o di modico valore (per importo non eccedente € 150,00) – è tenuto ad informarne immediatamente il proprio responsabile di funzione, al quale è demandata la responsabilità di valutare – in proprio o con il coinvolgimento dell’amministratore delegato e del responsabile amministrativo – le direttive ed i parametri da adottarsi per la gestione del “casus”, nonché l’effettiva sussistenza di un rischio di deroga dalle disposizioni della legge e del modello di organizzazione, gestione e controllo e l’adozione degli opportuni provvedimenti.

5.20 Contributi e Sponsorizzazioni

Le attività di contribuzione e sponsorizzazione sono nella somma totale ricomprese nel Documento annuale di Budget approvato dal consiglio di amministrazione di ciascuna società del Gruppo.

Il Cda può riesaminare il Documento annuale di Budget in qualsiasi momento lo ritenga opportuno.

5.21 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I rapporti delle società del Gruppo con le Pubbliche Amministrazioni saranno tenuti solo dalle funzioni aziendali a ciò delegate.

Nei rapporti con dipendenti e rappresentanti di enti pubblici, i membri dell'organizzazione aziendale di ciascuna società devono tenere un comportamento ispirato a principi di trasparenza, onestà e correttezza.

Si prescrive l'osservanza di quanto disposto dal Codice Etico in materia di conflitti d'interessi, con particolare riferimento alle procedure aziendali di autorizzazione degli omaggi.

I membri dell'organizzazione aziendale daranno immediata comunicazione al presidente del consiglio di amministrazione e/o amministratore delegato, di ogni tentativo di concussione operato nei loro confronti da operatori sanitari agenti nella veste di pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio.

Nel caso in cui una società del Gruppo conferisca un incarico di rappresentanza ad un terzo, per essere rappresentata nei rapporti verso la Pubblica Amministrazione, tale terzo è soggetto all'applicazione del Modello Organizzativo e del Codice Etico, con particolare riferimento alle regole dettate in tema di conflitto d'interessi, oltre che alle direttive impartite con il conferimento dell'incarico.

5.22 Rapporti infragruppo

I rapporti tra le società del Gruppo si ispirano ai principi di veridicità, lealtà, correttezza, completezza, chiarezza, trasparenza, prudenza nel rispetto dell'autonomia di ciascuna società e degli specifici ambiti di attività.

6. Principi di comportamento specifici per il settore farmaceutico

I Destinatari, come definiti al paragrafo 4, delle società del Gruppo operanti nel settore farmaceutico, devono rispettare i seguenti principi di comportamento, specifici del settore, estrapolati dal Codice Deontologico di Farmindustria.

6.1 L'informazione scientifica diretta

6.1.1 I principi generali

Ciascuna società è responsabile della informazione e delle azioni promozionali svolte sui propri prodotti e su quelli di cui detiene la concessione di vendita. Le seguenti disposizioni si applicano ai prodotti configurabili come medicinali; per i prodotti appartenenti ad altre categorie (dispositivi medici, integratori alimentari, etc.) ciascuna Società si impegna ad applicare la vigente legislazione in materia e ad estendere, nei limiti del possibile, le disposizioni previste per i farmaci.

I contenuti dell'informazione sono sempre documentati o documentabili. Non sono ammesse le affermazioni esagerate, le asserzioni universali e iperboliche, ed i confronti non dimostrabili e privi di una evidente base oggettiva.

È vietato l'utilizzo di fax, e-mail, sistemi automatici di chiamata ed altri mezzi elettronici di comunicazione ai fini della diffusione del materiale promozionale regolarmente approvato dall'AIFA, ad eccezione del caso in cui sia stato preventivamente acquisito il consenso documentabile del medico destinatario del materiale stesso.

L'informatore scientifico del farmaco deve presentarsi all'operatore sanitario qualificandosi nella sua funzione.

L'informatore scientifico del farmaco non deve esercitare professioni sanitarie o parasanitarie, o comunque aventi attinenza con l'utilizzazione del farmaco, anche se non remunerate, né alcun'altra attività continuativa che comporti il rapporto di lavoro subordinato.

Sarà compito di ciascuna Società mettere in grado l'informatore scientifico del farmaco di fornire all'operatore sanitario quelle informazioni sulle proprietà e caratteristiche del farmaco stesso che consentano una corretta applicazione terapeutica.

Sarà inoltre compito di ciascuna Società mettere in grado l'informatore scientifico di raccogliere le informazioni inerenti ai propri farmaci onde assicurare la più approfondita conoscenza dei prodotti commercializzati.

Fa parte dell'attività dell'informatore scientifico del farmaco verificare ed adoperarsi per assicurare la reperibilità dei prodotti sia nelle farmacie che presso qualsiasi altro punto di distribuzione.

6.1.2 Il materiale informativo

Laddove l'attività di informazione scientifica venga effettuata avvalendosi di supporti di natura informatica, elettronica o telefonica, anche tramite terzi qualificati, dovranno essere pienamente rispettate le medesime previsioni normative individuate dalla legge vigente e dal presente Codice Etico in materia di informazione scientifica.

A prescindere dall'autorizzazione ministeriale non sono comunque ammesse affermazioni onnicomprensive quali "farmaco di elezione", "assolutamente innocuo" o "perfettamente tollerato" e simili e non si deve asserire categoricamente che un prodotto è privo di effetti collaterali o rischi di tossicità.

Le citazioni scientifiche devono riflettere accuratamente il significato che intendeva attribuirgli l'autore.

I testi, le tabelle e le altre illustrazioni tratte da riviste mediche o da opere scientifiche devono essere riprodotti integralmente e fedelmente, con l'indicazione esatta della fonte. Non sono consentite citazioni che, avulse dal contesto da cui sono tratte, possono risultare parziali e/o contraddittorie rispetto agli intendimenti dell'autore.

6.1.3 Il materiale promozionale

Nel quadro dell'attività di informazione e presentazione dei medicinali svolta presso medici o farmacisti è vietato concedere, offrire o promettere premi, vantaggi pecuniari o in natura.

Il materiale promozionale riguardante i farmaci ed il loro uso, sponsorizzato da un'industria farmaceutica, dovrà avere valore percepito trascurabile, essere non fungibile e comunque collegabile all'attività espletata dal medico e dal farmacista. Su tale materiale dovrà inoltre essere riportata chiaramente l'indicazione della società o del prodotto della società che sponsorizza.

E' comunque vietata l'offerta di incentivi di tipo economico finalizzati a compensare il tempo sottratto dagli operatori sanitari alla loro normale attività professionale e dedicato alla partecipazione a manifestazioni congressuali.

Dovrà essere inoltre garantito che tutto il materiale promozionale destinato ai medici ed ai farmacisti venga acquistato direttamente da ciascuna società.

6.1.4 L'Aggiornamento professionale e la collaborazione scientifica

Ai fini esclusivi dell'aggiornamento professionale e scientifico della classe medica è consentito rendere disponibili volumi scientifici e abbonamenti a riviste scientifiche, purché si tratti di iniziative ad alto valore scientifico, finalizzate a qualificare le prestazioni terapeutiche.

Il materiale di cui sopra dovrà essere acquistato da ciascuna società e dovrà essere distribuito direttamente da questa al medico o eventualmente consegnato al medico stesso per il tramite della struttura a livello locale.

Al di fuori dell'ambito delle sperimentazioni cliniche non sono consentite nei confronti delle strutture pubbliche e private donazioni o comodati d'uso aventi ad oggetto strumentazioni fungibili – con modalità d'uso diverse o alternative rispetto al fine diagnostico o terapeutico quali Smart Phone, Tablet o similari, da destinare ai medici per uso personale al di fuori delle strutture o da cedere ai pazienti.

6.1.5 La pubblicità su giornali e riviste

Nell'ambito della pubblicità su giornali e riviste, le società dovranno attenersi alla regola della trasparenza assumendo quale criterio inderogabile la netta separazione tra informazione e pubblicità garantendo sempre al lettore l'immediata riconoscibilità del messaggio promozionale, in qualunque sua forma sia essa redazionale che tabellare.

6.1.6 I campioni gratuiti

I campioni gratuiti di un medicinale per uso umano possono essere rimessi solo ai medici autorizzati a prescriverlo e devono essere consegnati esclusivamente per il tramite di Informatori scientifici, previa richiesta scritta del medico recante data, timbro e firma dello stesso.

Possono essere consegnati a ciascun medico 2 campioni a visita per ogni dosaggio o forma farmaceutica di un medicinale esclusivamente nei 18 mesi successivi alla data di prima commercializzazione del prodotto ed entro il limite massimo di 8 campioni complessivi per ogni forma o dosaggio. Potranno inoltre essere consegnati non più di 4 campioni a vista entro il limite massimo di 10 campioni all'anno scelti nell'ambito del listino aziendale dei medicinali in commercio da più di 18 mesi.

Restano ferme le altre previsioni di cui all'art.125 del Decreto Legislativo n.219/2006.

6.2 Congressi, convegni e riunioni scientifiche

6.2.1 Principi generali

Ferme restando le disposizioni normative vigenti in materia, sono da intendersi oggetto della presente trattazione quei convegni, congressi e riunioni scientifiche su tematiche comunque attinenti all'impiego dei medicinali, che rappresentano occasione di incontro tra industria ed operatori sanitari e che sono rivolte ad una pluralità di partecipanti. La

partecipazione alle manifestazioni congressuali da parte delle società deve comunque essere connessa al ruolo svolto dalle industrie nei settori della ricerca, sviluppo e informazione scientifica e dovrà essere ispirata a criteri di eticità, scientificità ed economicità.

In tale ambito, le società del Gruppo potranno offrire agli operatori sanitari italiani invitati alle manifestazioni congressuali in Italia e all'estero, esclusivamente viaggi aerei in classe economica e soggiorno in alberghi con un massimo di 4 stelle.

In caso di trasporto ferroviario sono consentite tutte le classi di viaggio ad eccezione della classe Executive.

In occasione di convegni internazionali che prevedano voli intercontinentali superiori alle 6 ore consecutive di volo sarà possibile prevedere il viaggio in business class esclusivamente per i relatori e i moderatori inseriti nel programma ufficiale del convegno ad esclusione di coloro che partecipano con la presentazione di Poster.

Per quanto riguarda l'individuazione delle località congressuali relativamente alle manifestazioni organizzate direttamente da ciascuna società, tale individuazione dovrà essere ispirata da ragionevoli motivazioni di ordine scientifico, logistico ed organizzativo.

In nessun caso è consentita l'organizzazione di iniziative scientifiche aventi anche finalità di tipo turistico.

L'invito da parte delle società di medici a convegni e congressi, è subordinato all'esistenza di una specifica attinenza tra la tematica oggetto della manifestazione congressuale e la specializzazione dei medici partecipanti.

L'obiettivo primario della partecipazione o organizzazione di convegni e congressi di livello internazionale, nazionale e regionale deve essere indirizzato allo sviluppo della collaborazione scientifica con la classe medica.

6.2.2 Le sedi congressuali

Le manifestazioni organizzate direttamente o indirettamente dalle società del Gruppo devono tenersi in località e sedi la cui scelta sia motivata da ragioni di carattere logistico, scientifico ed organizzativo, con esclusione di luoghi destinati alla ristorazione, ed essere caratterizzate da un programma scientifico qualificante. L'ambito territoriale di provenienza dei partecipanti dovrà essere di livello internazionale, nazionale, interregionale, regionale o locale.

6.2.3 Gli eventi regionali e le riunioni scientifiche a livello locale

Gli eventi regionali e le riunioni scientifiche a livello locale sono caratterizzati da un ambito territoriale di provenienza dei partecipanti di livello provinciale o della singola Regione. Gli eventi dovranno avere acquisito crediti ECM ed in tale occasione non potrà essere offerta alcuna ospitalità ad eccezione del coffee break. Per gli eventi che prevedano un numero di ore formative superiori a 6 potrà essere offerto un light lunch nell'intervallo tra la sessione della mattina e la sessione del pomeriggio all'interno della struttura nella quale si svolge la manifestazione congressuale. Tali eventi devono essere tenuti in sedi quali ospedali, università, fondazioni di carattere scientifico o sale congressuali tali da assicurare dignità scientifica.

6.2.4 Gli eventi interregionali

Gli eventi interregionali sono caratterizzati da un'equilibrata rappresentanza di medici provenienti da almeno tre Regioni e non possono prevedere più di un pernottamento.

6.2.5 Le manifestazioni internazionali, nazionali

La partecipazione delle società del Gruppo alle manifestazioni congressuali con riguardo all'ospitalità offerta, non può eccedere il periodo di tempo

compreso tra le dodici ore precedenti l'inizio del Congresso e le dodici ore successive alla conclusione del medesimo, né presentare caratteristiche tali da prevalere sulle finalità tecnico-scientifiche della manifestazione.

E' inoltre esclusa l'ospitalità per accompagnatori a qualsiasi livello e sotto qualsiasi forma.

Eventuali oneri di ospitalità a carico delle aziende farmaceutiche potranno riguardare i Medici di medicina generale, farmacisti ospedalieri, farmacisti del territorio, e ove applicabile, infermieri solo in relazione ad eventi ECM che si tengano in Italia.

Le manifestazioni congressuali NON ECM organizzate a livello nazionale dalle aziende farmaceutiche, non potranno prevedere un numero di ore inferiore a sei. Tale disposizione non si applica agli eventi organizzati direttamente da società scientifiche nazionali o internazionali.

6.2.6 Il materiale promozionale utilizzabile in sede congressuale

Nel corso degli eventi congressuali potrebbero essere distribuiti i gadget di valore trascurabile ed attinenti alla professione del medico o del farmacista con esclusione di oggetti che richiama graficamente le confezioni dei farmaci. Sui gadget potrà essere riportato il nome delle specialità medicinali e/o la denominazione del principio attivo e/o la ragione sociale della relativa società.

6.2.7 L'aggiornamento e la formazione via web

Le iniziative di formazione e aggiornamento medico scientifico realizzate attraverso lo strumento elettronico quali web meeting, e-meeting o FAD ed eventi analoghi, non potranno prevedere alcuna forma di ospitalità e non sono soggette ad alcun vincolo sotto il profilo della durata dei lavori.

6.2.8 I corsi di aggiornamento

Ai corsi di aggiornamento medico-scientifico organizzati a qualsiasi livello territoriale vanno applicate le stesse norme sopra riportate per congressi, convegni e riunioni scientifiche.

E' fatto divieto di organizzare e sponsorizzare la partecipazione di operatori a corsi di aggiornamento non aventi una finalizzazione medico-scientifica quali corsi di lingua straniera, di natura informatica, fiscale, o iniziative analoghe.

È consentita la sponsorizzazione di Iniziative di aggiornamento dirette agli operatori sanitari (intendendo per quest'ultimi le diverse figure mediche, i farmacisti, i direttori sanitari, il personale tecnico e amministrativo delle strutture pubbliche e private) ed aventi ad oggetto materie strettamente inerenti la gestione sanitaria in diretto rapporto con i farmaci, a condizione che le stesse si tengano in Italia, siano organizzate da soggetti qualificati, si svolgano in sedi ospedaliere o universitarie o comunque idonee ad assicurare dignità scientifica e si concludano entro l'arco di una giornata con una previsione di almeno 6 ore di lavori effettivi. In questi casi le aziende non potranno sostenere alcun onere di ospitalità ad eccezione di un light lunch.

È inoltre consentita la sponsorizzazione di iniziative la cui durata sia superiore ad una giornata solo nel caso si tratti di eventi di livello nazionale, organizzati da società qualificate in rapporto alla tematica trattata. In tale ipotesi le società del Gruppo potranno sostenere anche gli oneri di viaggio e ospitalità a favore dei partecipanti con il limite massimo di un pernottamento. A tali iniziative si applicano le disposizioni previste in materia di eventi nazionali.

6.2.9 I simposi satellite

Qualora le società del Gruppo provvedano all'organizzazione di simposi satellite in coincidenza con manifestazioni congressuali in Italia o all'estero, dovranno essere rispettate le vigenti disposizioni normative e deontologiche in materia di Convegni e Congressi e, ove applicabile, la normativa in materia di Educazione Continua in Medicina. Tali iniziative dovranno tenersi o all'interno dell'evento principale oppure nella mezza giornata che precede o segue la fine dello stesso. Qualora quest'ultimo abbia inizio nel pomeriggio il simposio satellite si terrà la mattina dello stesso giorno oppure nel pomeriggio dell'ultimo giorno nel caso in cui l'evento principale si concluda a metà giornata.

6.2.10 Le visite a laboratori aziendali

E' consentita la visita dei medici ai laboratori aziendali, a condizione che la stessa non ecceda i tempi strettamente necessari per il suo reale svolgimento, l'ospitalità offerta sia limitata al periodo di tempo compreso tra le dodici ore precedenti l'inizio e le dodici ore successive alla conclusione dell'iniziativa e non presenti caratteristiche tali da prevalere sulle finalità tecniche della visita stessa. In tali occasioni, inoltre, è esclusa l'ospitalità per accompagnatori a qualsiasi livello e sotto qualsiasi forma.

6.2.11 Gli Investigator meeting

Per Investigator meeting devono intendersi le riunioni di studio degli sperimentatori, aventi ad oggetto studi pre-clinici, clinici o osservazionali.

La durata dell'iniziativa dovrà essere conforme con il programma dei lavori con esclusione di eventuali aspetti turistico-ludici e di spese di ospitalità per accompagnatori a qualsiasi livello.

La scelta delle località dovrà essere effettuata secondo i medesimi criteri individuati per convegni e congressi così come l'individuazione dei limiti di ospitalità offerta.

6.3 I rapporti dell'industria con il mondo scientifico e sanitario

6.3.1 Le borse di studio e le consulenze scientifiche

Fermo restando il pieno rispetto delle vigenti disposizioni normative in materia, la collaborazione scientifica fra le società del Gruppo e il mondo scientifico può essere attivata anche tramite borse di studio e consulenze scientifiche, purché sia garantita comunque la congruità, l'adeguatezza e la documentabilità dell'iniziativa.

L'aspetto decisionale di tali iniziative deve essere comunque riservato ai vertici amministrativi delle società del Gruppo. E' consentito il ricorso da parte delle società alla collaborazione dei medici come consulenti per servizi quali relatori e moderatori a convegni, coinvolgimenti in studi osservazionali, servizi di addestramento e formazione. Tali forme di collaborazione devono essere realizzate nel pieno rispetto dei seguenti criteri:

- è necessaria la stipula di un contratto scritto tra il medico e la società che specifichi la natura del servizio prestato. L'esigenza di tale servizio deve essere chiaramente identificata;
- nel contratto dovrà essere previsto l'obbligo per il consulente di dichiarare il rapporto in essere con la società in tutte le occasioni in cui egli scrive o parla in pubblico sull'argomento oggetto del rapporto di collaborazione. Il medesimo obbligo è applicabile anche nel caso di aziende che impieghino part-time medici che esercitino la professione;
- ciascuna società è tenuta a conservare la documentazione riguardante i servizi offerti dai consulenti per un periodo almeno di 3 anni;
- il compenso riconosciuto dalle società per i servizi offerti dovrà essere individuato secondo criteri di economicità e riflettere il valore di mercato dei servizi stessi. Dovrà inoltre essere garantita la congruità, l'adeguatezza e la documentabilità dell'iniziativa;

- in tutti i casi in cui siano previsti viaggi o qualsiasi forma di ospitalità si applicano le disposizioni di cui al paragrafo “Congressi, convegni e riunioni scientifiche”.

6.3.2 Le borse di studio

La collaborazione tra le società del Gruppo e il mondo scientifico può essere attivata anche tramite borse di studio.

In tal caso le borse dovranno avere ad oggetto un progetto di rilevante interesse scientifico con specifici e misurabili obiettivi; dovranno essere subordinate alla preventiva stipula di una specifica Convenzione con la struttura dove il beneficiario opera, nella quale siano precisate tutte le condizioni applicabili; dovranno avere carattere singolare e non abituale non potendosi ripetere con la stessa Struttura ospedaliera o con la stessa Unità operativa/Dipartimento prima di 3 anni. L’aspetto decisionale relativo all’erogazione delle borse di studio dovrà essere riservato ai vertici amministrativi di ciascuna società.

6.3.3 I rapporti con le società scientifiche

Le società del Gruppo potranno intrattenere rapporti di collaborazione con le Società scientifiche e le Associazioni mediche purché la stessa sia ispirata alla divulgazione della conoscenza scientifica ed al miglioramento della conoscenza professionale, e venga svolta in collaborazione con enti di provata affidabilità e di levatura nazionale, di cui sia ben nota la missione.

6.3.4 Le sperimentazioni e le indagini connesse ai farmaci

Nella fase successiva al rilascio dell'autorizzazione all'immissione in commercio delle specialità medicinali sono consentite esclusivamente le sperimentazioni cliniche autorizzate ai sensi della vigente normativa che regola la materia.

Dovrà essere garantito che gli studi clinici, le indagini di sorveglianza “post marketing” e quelle successive all’immissione in commercio siano condotte esclusivamente per finalità scientifiche.

La realizzazione da parte delle società del Gruppo di studi clinici non interventistici (osservazionali) è soggetta al rispetto delle disposizioni di cui alla circolare del Ministero della Salute 2 settembre 2002, n. 6, ed alla Determinazione AIFA del 20 marzo 2008 recante le Linee Guida per la classificazione e conduzione degli studi osservazionali sui farmaci.

Dovranno inoltre essere rispettati i seguenti criteri:

- dovrà essere preventivamente realizzato un contratto scritto tra la società sponsor e gli Enti coinvolti nello studio nell’ambito del quale dovranno essere specificate nel dettaglio le caratteristiche dello Studio stesso e la natura delle prestazioni offerte dall’Ente e/o dai medici partecipanti;
- il Protocollo di studio dovrà essere approvato dagli organi aziendali competenti ed opportunamente delegati, i quali dovranno inoltre provvedere al monitoraggio della conduzione dello Studio nel rispetto della normativa sulla privacy;
- l’eventuale remunerazione riconosciuta per la partecipazione allo Studio dovrà essere individuata secondo criteri di economicità e riflettere il valore di mercato del lavoro svolto;
- lo studio non dovrà contenere elementi di induzione o raccomandazione a prescrivere o ad acquistare un particolare medicinale;
- gli informatori scientifici potranno essere coinvolti negli studi osservazionali esclusivamente sotto il profilo logistico, con esclusione di qualsiasi aspetto di natura economico-finanziaria.

Nell’ipotesi in cui, ai fini dello studio o ai fini di una iniziativa di formazione realizzati direttamente o indirettamente dalle società, si renda necessario il ricorso a supporti di carattere strumentale (quali holter,

elettrocardiografi ed altri strumenti di telemedicina) finalizzati esclusivamente a tali studi o iniziative, la distribuzione ai medici delle strumentazioni dovrà essere effettuata attraverso l'Ente o gli Enti coinvolti nello studio (ASL, Università, Enti Ospedalieri e IRCCS) ed il relativo utilizzo dovrà essere regolamentato nell'ambito di una specifica Convenzione tra la società e detti Enti.

In ogni caso, dovrà essere previsto l'utilizzo delle strumentazioni a tempo determinato esclusivamente ai fini del completamento dello studio o dell'iniziativa di formazione, il ritiro delle stesse al termine dello studio o dell'iniziativa ed il divieto del loro riutilizzo in indagini immediatamente successive effettuate dall'azienda con i medesimi Enti. E' comunque vietato il ricorso a strumentazioni di tipo informatico (quali computer portatili e non, palmari e prodotti assimilabili), a meno che essi non siano strettamente necessari per lo svolgimento dello studio.

6.3.5 Siti internet

Ogni sito internet che sia diretto al pubblico ed agli operatori italiani, oltre a rispondere ai requisiti previsti dai Regolamenti e dalle Leggi vigenti in materia, dovrà garantire che siano chiaramente identificati lo sponsor, la fonte di tutte le informazioni riportate sul sito stesso, i destinatari di tali informazioni, e gli obiettivi del sito. In ogni caso, dovrà essere garantito che l'accessibilità alle sezioni riportanti informazioni di tipo promozionale sui prodotti aziendali sia riservata esclusivamente alla classe medica ed ai farmacisti.

6.3.6 I rapporti tra le Aziende Farmaceutiche e le Associazioni dei Pazienti

Qualsiasi forma di supporto economico diretto o indiretto da parte di una società del Gruppo nei confronti di un'Associazione di pazienti deve avvenire nel rispetto dei seguenti criteri:

- dovrà essere preventivamente sottoscritto uno specifico accordo finalizzato a regolamentare l'ammontare del finanziamento e la finalità per la quale viene erogato. A tal fine ogni società dovrà mettere a punto un processo standard interno di approvazione per questa categoria di accordi;
- l'utilizzo pubblico da parte di una società del Gruppo, del logo o di materiale di proprietà di un'Associazione dei pazienti dovrà essere preventivamente autorizzato da tale Associazione. Al fine di acquisire l'autorizzazione dovranno essere definite con chiarezza le finalità e le modalità di utilizzo del logo;
- qualsiasi forma di sponsorizzazione da parte delle società del Gruppo nei confronti delle Associazioni dei Pazienti dovrà essere trasparente e priva di finalità promozionali;
- nessuna società può richiedere di essere l'unico soggetto finanziatore di un'Associazione dei Pazienti;
- in tutti i casi in cui siano previsti viaggi o qualsiasi forma di ospitalità si applicano le disposizioni previste nel paragrafo "Congressi, convegni e riunioni scientifiche".

Al solo fine di sostenere la Pubblica salute o la Ricerca, potranno essere stipulati Contratti tra le società del Gruppo e Associazioni dei Pazienti finalizzati a fornire alle società stesse specifici servizi. È consentito inoltre impiegare rappresentanti delle Associazioni dei Pazienti quali esperti o consulenti per Servizi quali partecipazione ad *Advisor board* e relatori. A tal fine dovrà essere sottoscritto un accordo o un contratto preventivo nel quale vengano specificati la natura dei servizi prestati ed i criteri per il pagamento dei Servizi stessi.

Nell'ambito del contratto dovrà essere chiaramente individuata e documentata l'esigenza del ricorso a tali servizi. La remunerazione riconosciuta dovrà essere ragionevole e non dovrà eccedere il normale valore di mercato del Servizio prestato.

7. DISPOSIZIONI SANZIONATORIE

L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti. Le violazioni delle norme del Codice Etico potranno costituire inadempimento delle obbligazioni primarie del rapporto di lavoro o illecito disciplinare, con ogni conseguenza di Legge, anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalle stesse derivanti.

L'osservanza del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai collaboratori non subordinati e/o soggetti aventi relazioni d'affari con il Gruppo. La violazione delle norme del Codice Etico potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di Legge, anche in ordine alla risoluzione del contratto e/o dell'incarico e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

Il Gruppo si impegna a prevedere e ad irrogare, con coerenza, imparzialità ed uniformità, sanzioni proporzionate alle rispettive violazioni del Codice Etico e conformi alle vigenti disposizioni in materia di regolamentazione dei rapporti di lavoro.

8. DISPOSIZIONI FINALI

Il presente Codice Etico, ricognitivo della prassi aziendale, è approvato dalla direzione e dal management delle società del Gruppo P&R. Ogni variazione e/o integrazione dello stesso sarà approvata dalla direzione e dal management e diffusa tempestivamente ai Destinatari.