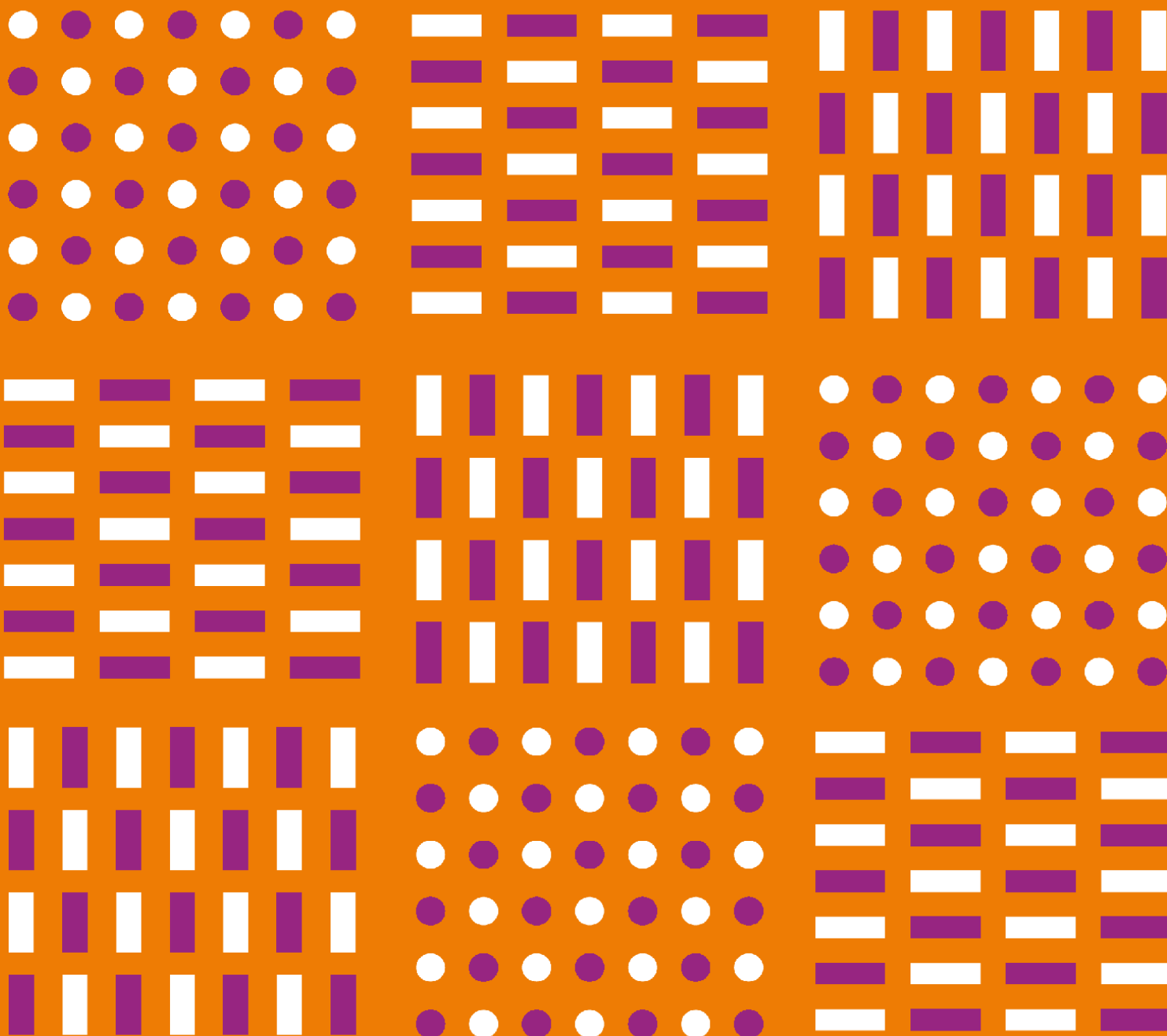


CODICE ETICO DEL GRUPPO GPI

Principi etici e valori che ispirano
la cultura e la condotta aziendale

Approvato dal Consiglio di Amministrazione di GPI S.p.a il 26/07/2021



SOMMARIO

1.	DEFINIZIONI	4
2.	INTRODUZIONE	4
3.1.	La storia	4
3.2.	La missione	5
3.3.	Il valore della reputazione	5
3.4.	Il valore della reciprocità	5
3.	PRINCIPI GENERALI	6
3.1.	Imparzialità	6
3.2.	Legalità	6
3.3.	Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse	6
3.4.	Riservatezza	6
3.5.	Valore delle risorse umane	7
3.6.	Integrità della persona	7
3.7.	Correttezza ed equità nei contratti	7
3.8.	Qualità dei servizi e dei prodotti	7
3.9.	Concorrenza leale	7
3.10.	Trasparenza delle operazioni	7
3.11.	Comunicazioni all'esterno	8
3.12.	Rapporti con la collettività e tutela ambientale	8
3.13.	Efficienza ed efficacia	8
4.	CRITERI DI CONDOTTA	9
4.1.	Relazioni con i dipendenti e/o i collaboratori	9
4.1.1.	Selezione del Personale	9
4.1.2.	Costituzione del rapporto di lavoro	9
4.1.3.	Tutela della privacy	9
4.1.4.	Integrità e tutela della persona	9
4.1.5.	Gestione del Personale	10
4.1.6.	Sicurezza e salute	10
4.2.	Relazioni con i soci e gli azionisti	10
4.2.1.	Trasparenza verso il mercato	10
4.2.2.	Trasparenza verso soci, azionisti ed investitori	11

4.2.3.	Doveri dei soci e degli azionisti	11
4.3.	Relazioni con gli Interlocutori.....	11
4.3.1.	Trattamento delle informazioni	11
4.3.2.	Omaggi e regali	12
4.3.3.	Sponsorizzazioni e liberalità	12
4.3.4.	Rapporti con la Pubblica Amministrazione.....	12
4.3.5.	I contratti e le comunicazioni ai clienti	12
4.3.6.	Comportamento nei confronti dei clienti.....	13
4.3.7.	Scelta del fornitore	13
4.3.8.	Utilizzo dei prodotti software di altre aziende	13
4.3.9.	Relazioni con le Organizzazioni Sindacali.....	13
5.	ATTUAZIONE E CONTROLLO	14
5.1.	Adozione e valenza del Codice Etico.....	14
5.2.	Controllo interno da parte dell' Organismo di Vigilanza.....	14
5.3.	Whistleblowing (segnalazioni)	14
5.4.	Violazioni del Codice Etico.....	15

MODIFICHE RISPETTO ALLA VERSIONE DEL 6 APRILE 2018

- Cap. 4.2.1 - Trasparenza verso il mercato; inserita una precisazione sul termine “comunicazione sociale”.

1. DEFINIZIONI

Nel Codice Etico:

- per “**GPI**” si intende GPI S.p.A. e le società appartenenti al Gruppo GPI;
- Per “**Modello**” si intende il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex art. 6 del D.Lgs. 231/2001 di cui il presente Codice Etico forma parte integrante;
- per “**Destinatari del Modello**” si intendono i dipendenti, i collaboratori, gli amministratori, i soci e gli azionisti di GPI, nonché tutti coloro che operano all’interno di GPI per il raggiungimento degli obiettivi della stessa;
- per “**Interlocutori**” si intendono i clienti, i fornitori, nonché, più in generale, tutte quelle categorie di individui, gruppi e/o istituzioni, il cui apporto è richiesto per realizzare la missione di GPI e/o che hanno comunque un interesse in gioco nel suo perseguimento.

2. INTRODUZIONE

Questo Codice esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione dell'attività di impresa di GPI.

Il Codice Etico è un insieme di principi e regole la cui osservanza da parte dei Destinatari del Modello è di fondamentale importanza per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione di GPI, costituendo un patrimonio decisivo per il successo della società.

Il Codice Etico si propone di improntare a correttezza, lealtà, integrità e trasparenza le operazioni, i comportamenti, i modi di lavorare e i rapporti sia interni che nei confronti di soggetti esterni.

I Destinatari del Modello sono tenuti a conoscerne il contenuto ed a contribuire alla sua attuazione ed al suo miglioramento; qualora ne violino le regole, essi ledono il rapporto di fiducia con la società.

3.1. La storia

GPI S.p.A. nasce a Trento nel 1988 su iniziativa di Fausto Manzana, ancora oggi presente e attivo in azienda in qualità di Presidente e Amministratore Delegato.

La Società è costantemente cresciuta nel tempo, sia per dimensioni che per competenze sino a diventare il partner di riferimento in Italia per le tecnologie e i servizi dedicati alla Sanità e al Sociale.

Grazie alle specifiche conoscenze, portate in dote dalle Società entrate a far parte dell’universo GPI, e ai significativi investimenti in innovazione di prodotto e di processo applicati ai settori e-health, e-welfare & well-being, il Gruppo è riuscito a tradurre le spinte innovative emergenti dal mondo della Sanità in soluzioni tecnologiche all’avanguardia e in nuovi modelli di servizio.

L'offerta combina competenze specialistiche in ambito IT e capacità di consulenza e progettazione che consentono di operare in differenti aree di business: Sistemi Informativi, Servizi per la Sanità (Business Process Outsourcing e Social Care), Logistica del farmaco e Automazione, Servizi professionali ICT e Monetica.

Nel triennio 2014 – 2016 il Gruppo è cresciuto in modo significativo attraverso l'acquisizione di società con business contigui o complementari e lo sviluppo del business in Italia e all'estero. Da dicembre 2016 GPI è quotata in Borsa sul mercato AIM Italia.

In questo percorso GPI non ha mai perso di vista il senso più profondo del suo fare impresa, con la consapevolezza di realizzare soluzioni e servizi che incidono sulla qualità della vita delle persone. La quotazione in Borsa è un'opportunità per sviluppare l'impresa, per realizzare il progetto industriale e per continuare a crescere in modo sostenibile, finanziariamente e socialmente.

Sede storica della Società è Trento. Numerose sono le filiali distribuite sul territorio nazionale e all'estero.

3.2. La missione

La missione di GPI è progettare e realizzare soluzioni informatiche e servizi che semplifichino e migliorino il lavoro dei nostri Clienti.

Contribuiamo al loro successo favorendo l'adozione di metodologie, tecnologie e modelli che consentono di ottenere risparmi senza intaccare la qualità dei servizi.

Aggiungiamo valore a valore, coniughiamo l'innovazione tecnologica con una visione chiara dell'evoluzione del mondo della Sanità e del Sociale.

Ci impegniamo per migliorare la qualità e la sostenibilità dei servizi a beneficio sia dei cittadini che delle Organizzazioni che li erogano.

3.3. Il valore della reputazione

La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale, la quale favorisce la fedeltà dei clienti, l'attrazione delle migliori risorse umane, la serenità dei fornitori, l'affidabilità verso i creditori.

3.4. Il valore della reciprocità

Questo Codice è improntato a un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte nel rispetto del ruolo di ciascuno. GPI richiede, perciò, che ciascun Destinatario ed Interlocutore agisca nei suoi confronti secondo principi e regole ispirate ad un'analogia idea di condotta etica.

3. PRINCIPI GENERALI

I Destinatari del Modello devono sempre attenersi ai seguenti principi guida:

3.1. Imparzialità

Nelle decisioni che influiscono sulla scelta dei clienti, la gestione e valutazione del personale o l'organizzazione del lavoro, la selezione e la gestione dei fornitori, i rapporti con la comunità circostante e le istituzioni che la rappresentano, i Destinatari del Modello devono astenersi e/o evitare di favorire alcun gruppo di interesse o singola persona, nonché astenersi o favorire qualsiasi discriminazione in base all'età, al sesso, all'orientamento sessuale, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi Interlocutori.

3.2. Legalità

I Destinatari del Modello sono tenuti al rispetto delle leggi italiane o di ogni altro paese in cui GPI opera, oltre che del presente Codice Etico e delle disposizioni contenute nel Modello.

Nessun Destinatario del Modello può costringere o sollecitare altri Destinatari del Modello a violare le leggi italiane o di un paese estero dove GPI svolge la propria attività od ha comunque interessi diretti o indiretti.

In nessun caso il perseguimento dell'interesse di GPI può giustificare una condotta non onesta.

3.3. Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse

I Destinatari del Modello devono valutare prima di ogni operazione la possibilità che si manifestino conflitti di interessi, attuali e/o potenziali, e provvedere affinché il conflitto venga evitato a priori. Di seguito alcuni esempi, a titolo puramente indicativo, di conflitto di interessi:

- condurre un'operazione in una posizione di vertice e avere interessi economici diretti e indiretti (tramite familiari e parenti o società controllate e/o collegate) con fornitori e/o clienti che collaborano all'operazione;
- curare i rapporti con i fornitori e svolgere attività personali o tramite familiari o società controllate e/o collegate con loro;
- accettare favori da terzi per favorire i rapporti con la società.

Chiunque si trovi in una posizione di conflitto di interesse è tenuto a darne comunicazione al proprio superiore gerarchico, il quale, oltre ad informare l'Organismo di Vigilanza, deve valutare e attivare le misure per cui, nonostante il conflitto di interesse, l'operazione possa essere condotta nel rispetto delle abituali condizioni di mercato.

In caso di dubbio o di impossibilità a risolvere il conflitto di interesse, l'operazione deve essere sospesa.

3.4. Riservatezza

GPI assicura la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e si astiene dal ricercare dati riservati, salvo il caso di espressa e consapevole autorizzazione e conformità alle norme giuridiche vigenti. Inoltre, i Destinatari del Modello sono tenuti a non utilizzare informazioni riservate per scopi non connessi con l'esercizio della propria attività.

I Destinatari del Modello devono mantenere riservati tutti i dati e le informazioni di GPI acquisiti o trattati in esecuzione dell'attività per GPI, nonché assicurare il pieno e puntuale rispetto delle misure di sicurezza e di protezione.

3.5. Valore delle risorse umane

I Destinatari del Modello sono un fattore indispensabile per il successo di GPI. Per questo motivo, GPI tutela e promuove il valore delle persone allo scopo di migliorare ed accrescere il patrimonio e la competitività delle competenze possedute da ciascuno. GPI si impegna a fare in modo che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza, evitandone ogni abuso. In particolare, GPI garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità dei Destinatari del Modello.

3.6. Integrità della persona

GPI garantisce l'integrità fisica e morale dei Destinatari del Modello, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri e salubri. Perciò non sono tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge e i principi del Codice Etico, o ad adottare comportamenti lesivi delle convinzioni e preferenze morali e personali di ciascuno.

3.7. Correttezza ed equità nei contratti

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti. Chiunque operi in nome e per conto di GPI non deve approfittare di lacune contrattuali o di eventi imprevisi, per rinegoziare il contratto al solo scopo di sfruttare la posizione di dipendenza o di debolezza nelle quali l'Interlocutore si sia venuto a trovare.

3.8. Qualità dei servizi e dei prodotti

GPI orienta la propria attività alla soddisfazione ed alla tutela dei propri Interlocutori dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei servizi.

3.9. Concorrenza leale

GPI intende tutelare il valore della concorrenza leale astenendosi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso di posizione dominante.

3.10. Trasparenza delle operazioni

Tutte le azioni, le operazioni, le transazioni e in generale i comportamenti tenuti e seguiti dai Destinatari del Modello, in merito alle attività svolte nell'esercizio delle funzioni di propria competenza e responsabilità, devono essere improntati alla massima correttezza, trasparenza, obiettività.

Per le operazioni che hanno un'incidenza particolare sul rapporto con gli Interlocutori deve essere possibile la verifica del processo di decisione, autorizzazione e svolgimento, e in particolare la rintracciabilità e quindi l'individuazione di chi ha autorizzato, effettuato, registrato e verificato l'operazione stessa.

In particolare, le operazioni contabili devono essere correttamente registrate secondo i criteri indicati dalla legge e dai principi contabili.

3.11. Comunicazioni all'esterno

I Destinatari del Modello devono effettuare tutte le comunicazioni verso l'esterno nel rispetto delle leggi e delle regole interne di GPI.

Nessun Destinatario del Modello può divulgare o utilizzare a profitto proprio o di terzi notizie e informazioni riservate attinenti all'attività di GPI.

3.12. Rapporti con la collettività e tutela ambientale

Avendo un forte legame con il territorio e consapevole che le proprie attività incidono sulla qualità della vita del territorio stesso, GPI si impegna ad investire in innovazione per migliorare il livello qualitativo dei servizi erogati, garantendo la salvaguardia delle risorse naturali e dei prodotti immessi sul Mercato.

3.13. Efficienza ed efficacia

In ogni attività lavorativa devono essere utilizzati gli standard qualitativi più avanzati, avendo come obiettivo l'efficienza e l'efficacia della propria azione.

4. CRITERI DI CONDOTTA

I Destinatari del Modello devono sempre attenersi ai criteri di condotta di seguito indicati:

4.1. Relazioni con i dipendenti e/o i collaboratori

4.1.1. Selezione del Personale

La valutazione del Personale da assumere è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi ed alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati, evitando favoritismi, nepotismi o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione, per esempio evitando che il selezionatore sia legato da vincoli di parentela con il candidato.

Le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psicoattitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato.

4.1.2. Costituzione del rapporto di lavoro

Il Personale è assunto con regolare contratto di lavoro; non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare. Alla costituzione del rapporto di lavoro ogni collaboratore riceve accurate informazioni relative a:

- caratteristiche della funzione e del ruolo da svolgere;
- elementi normativi e retributivi, come regolati dal contratto collettivo nazionale di lavoro;
- norme e procedure da adottare al fine di evitare i possibili rischi per la salute associati all'attività lavorativa;
- contenuto del Modello.

Tali informazioni sono presentate al dipendente e/o collaboratore in modo tale che lo stesso ne abbia un'effettiva comprensione.

4.1.3. Tutela della privacy

La privacy dei dipendenti e/o collaboratori è tutelata adottando standard che specificano le informazioni che GPI richiede al dipendente e/o collaboratore e le relative modalità di trattamento e conservazione.

È esclusa qualsiasi indagine sulle idee, le preferenze, i gusti personali e, in generale, la vita privata dei dipendenti e/o collaboratori. È inoltre vietato, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, comunicare e/o diffondere i dati personali dei dipendenti e/o collaboratori senza previo consenso degli interessati.

4.1.4. Integrità e tutela della persona

GPI si impegna a tutelare l'integrità morale dei dipendenti e/o dei collaboratori garantendo il diritto a condizioni di lavoro rispettose della dignità della persona. Per questo motivo salvaguarda i lavoratori da atti di violenza fisica e/o psicologica e contrasta qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona e delle sue convinzioni.

Non sono ammesse molestie sessuali e devono essere evitati comportamenti o discorsi che possano turbare la sensibilità della persona.

Il dipendente e/o collaboratore di GPI che ritiene di essere stato oggetto di molestie o di essere stato discriminato per motivi legati all'età, al sesso, alla sessualità, alla razza, allo stato di salute, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose, ecc., può segnalare l'accaduto all'Organismo di Vigilanza che valuterà l'effettiva violazione del Codice Etico.

4.1.5. Gestione del Personale

GPI evita qualsiasi forma di discriminazione nei confronti dei propri dipendenti e/o collaboratori.

Nell'ambito dei processi di gestione, valutazione e sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dai collaboratori (ad esempio in caso di promozione o trasferimento) e/o su considerazioni di merito (ad esempio assegnazione degli incentivi in base ai risultati raggiunti).

L'accesso a ruoli e incarichi è anch'esso stabilito in considerazione delle competenze e delle capacità; inoltre, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, sono favorite quelle flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolano la gestione dello stato di maternità e in generale della cura dei figli.

La valutazione di dipendenti e/o collaboratori è effettuata in maniera allargata coinvolgendo i responsabili e, per quanto possibile, i soggetti che sono entrati in relazione con il valutato.

Nei limiti delle informazioni disponibili e della tutela della privacy, GPI opera per impedire forme di nepotismo (ad esempio, escludendo rapporti di dipendenza gerarchica tra dipendenti e/o collaboratori legati da vincoli di parentela).

Ogni responsabile è tenuto a valorizzare il tempo di lavoro dei dipendenti e/o collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro.

È assicurato il coinvolgimento dei dipendenti e/o collaboratori nello svolgimento del lavoro, anche prevedendo momenti di partecipazione a discussioni e decisioni funzionali alla realizzazione degli obiettivi aziendali.

4.1.6. Sicurezza e salute

GPI si impegna a diffondere e consolidare, anche con azioni preventive, una cultura della sicurezza per i lavoratori, sviluppando la consapevolezza dei rischi e promuovendo comportamenti responsabili da parte dei Destinatari del Modello.

Obiettivo di GPI è proteggere le proprie risorse umane, patrimoniali e finanziarie, ricercando le sinergie necessarie anche con gli Interlocutori.

4.2. Relazioni con i soci e gli azionisti

4.2.1. Trasparenza verso il mercato

GPI persegue la propria missione assicurando la piena trasparenza sia nell'agire che nel comunicare e nell'informare; pertanto adotta modelli di organizzazione e gestione per garantire correttezza e veridicità alle comunicazioni sociali (bilanci, relazioni periodiche, prospetti informativi, comunicazioni a organismi di vigilanza e/o controllo ecc.) e per prevenire la commissione di reati societari quali falso in bilancio, false relazioni o comunicazioni alle società di revisione, false comunicazioni a organismi di vigilanza, ecc.

Tutta la comunicazione finanziaria di GPI si caratterizza non solo per il mero rispetto dei disposti normativi, ma anche per il linguaggio comprensibile, l'esaustività, la tempestività e la simmetria informativa nei confronti di tutti i soci e azionisti.

Si precisa che nella nozione di "comunicazione sociale" rientrano tutte le comunicazioni previste dalla legge dirette ai soci o al pubblico. Questa riserva di legge esclude la rilevanza penale di qualunque comunicazione atipica e non istituzionalizzata, ancorché diretta ai soci e al pubblico, per esempio le esternazioni di uso corrente come i comunicati e le conferenze stampa, nonché le stesse dichiarazioni estemporanee ai soci riuniti in assemblea e persino le comunicazioni prescritte dalla CONSOB in forza di poteri regolamentari. Nelle comunicazioni sociali rientra l'attestazione del Dirigente Preposto che deve accompagnare gli atti e le comunicazioni delle società diffusi al mercato e relativi all'informativa contabile anche infra-annuale della società, diretta ad attestarne la corrispondenza alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili ex art. 154-bis TUF (in relazione alla legge 262/2005 in merito alle S.p.A.). Sono compresi nella nozione di comunicazioni sociali il progetto di bilancio, le relazioni, i documenti da pubblicare ai sensi degli artt. 2501-ter-2504-novies c.c. in caso di fusione o scissione, ovvero in caso di acconti sui dividendi, a norma dell'art. 2433-bis c.c.

4.2.2. Trasparenza verso soci, azionisti ed investitori

Il socio e l'azionista, anche potenziale, non è solo una fonte di finanziamento, ma un soggetto con opinioni e preferenze morali di vario genere. Per orientarsi nelle decisioni di investimento e nelle delibere societarie, necessita perciò di tutta l'informazione rilevante disponibile. GPI crea le condizioni affinché la partecipazione dei soci e degli azionisti alle decisioni di loro competenza sia diffusa e consapevole, pertanto promuove la parità di informazione e, inoltre, tutela l'interesse di GPI e della totalità dei soci ed azionisti da azioni intentate da coalizioni di soci ed azionisti volte a far prevalere i loro interessi particolari.

4.2.3. Doveri dei soci e degli azionisti

I soci e gli azionisti di GPI devono attenersi al Modello e rispettare tutti i principi ivi contenuti, garantendo una partecipazione assidua ed informata alle adunanze ed attività degli organi sociali.

4.3. Relazioni con gli Interlocutori

4.3.1. Trattamento delle informazioni

Le informazioni degli Interlocutori sono trattate da GPI nel pieno rispetto della riservatezza e della privacy degli interessati. A tal fine sono applicate e costantemente aggiornate politiche e procedure specifiche per la protezione delle informazioni. In particolare GPI:

- definisce un'organizzazione per il trattamento delle informazioni che assicuri la corretta separazione dei ruoli e delle responsabilità;
- classifica le informazioni per livelli di criticità crescenti, e adotta opportune contromisure in ciascuna fase del trattamento;
- sottopone i soggetti terzi che intervengono nel trattamento delle informazioni alla sottoscrizione di patti di riservatezza.

4.3.2. Omaggi e regali

Non è ammesso offrire o accettare alcuna forma di omaggio o regalo che possa anche solo essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia o, comunque, rivolta ad influenzare il normale decorso delle trattative commerciali o ad ottenere trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività collegabile a GPI. Omaggi o regali sono quindi consentiti solo se di modico valore o comunque tali da non compromettere l'integrità o la reputazione di GPI.

Si precisa che per omaggio o regalo si intende qualsiasi tipo di beneficio (partecipazione gratuita a convegni, promessa di un'offerta di lavoro, ecc.).

4.3.3. Sponsorizzazioni e liberalità

GPI, per promuovere la propria immagine e i propri prodotti e servizi all'interno di un evento, di una manifestazione o di altre attività può concedere sponsorizzazioni. Per sostenere attività o interventi di particolare rilevanza sociale e culturale GPI può concedere liberalità ad istituzioni, enti, organismi e associazioni del volontariato.

Tali attività devono essere svolte dai ruoli autorizzati, seguendo le procedure aziendali e secondo i principi del Modello.

4.3.4. Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione ed in particolare, ma non solo, nel caso di una gara, GPI si impegna ad operare nel rispetto della legge e della corretta pratica commerciale ed a portare a conoscenza del presente Codice Etico gli eventuali partner che in collaborazione con essa intrattengano rapporti con la Pubblica Amministrazione, a titolo esemplificativo nel caso di ATI e/o RTI.

Nel corso di una trattativa d'affari, richiesta o rapporto di lavoro con la Pubblica Amministrazione non vanno intraprese (direttamente o indirettamente) le seguenti azioni:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale;
- offrire o in alcun modo fornire omaggi o regali di alcun tipo;
- sollecitare o ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti.

4.3.5. I contratti e le comunicazioni ai clienti

I contratti con i clienti di GPI e in genere tutte le comunicazioni agli stessi devono essere:

- chiari e semplici, formulati con un linguaggio il più possibile vicino a quello corrente;
- conformi alle normative vigenti, senza ricorrere a pratiche elusive o comunque scorrette;
- completi, così da non trascurare alcun elemento rilevante ai fini della decisione del cliente.

4.3.6. Comportamento nei confronti dei clienti

Lo stile di comportamento di GPI nei confronti della clientela è improntato alla disponibilità, al rispetto e alla cortesia e, a parità di condizioni tecnico commerciali, all'imparzialità di trattamento, nell'ottica di un rapporto collaborativo e di elevata professionalità. Inoltre GPI si impegna a limitare gli adempimenti richiesti ai suoi clienti e, ove sia possibile, ad adottare procedure di pagamento semplificate, sicure e, quando possibile, informatizzate e gratuite.

4.3.7. Scelta del fornitore

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per GPI e alla concessione, a parità di requisiti tecnici qualitativi, delle pari opportunità per ogni fornitore; sono inoltre fondati su comportamenti precontrattuali e contrattuali tenuti nell'ottica di un'indispensabile e reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione.

In particolare, nella scelta tra fornitori in concorrenza tra loro, GPI valuterà gli elementi di decisione in modo imparziale, con l'obiettivo di fornire ai propri clienti la soluzione e le competenze migliori sia in termini qualitativi che economici.

4.3.8. Utilizzo dei prodotti software di altre aziende

La legislazione italiana tutela il software con specifiche leggi, in linea con l'evoluzione tecnologica e con le direttive dell'Unione Europea, che prevedono sanzioni penali ed amministrative per chi viola tali leggi.

In particolare, l'uso di copie e la duplicazione illegale di software costituisce un reato che comporterebbe gravi conseguenze per GPI e per gli Interlocutori, non da ultimo in termini di immagine dell'azienda.

Inoltre, la legge vigente prevede azioni incisive e sanzioni amministrativo-pecuniarie per chi acquista software non originale.

In questi termini e sulla base delle normative vigenti, GPI si impegna a fornire sempre prodotti software originali, o in copia autorizzata, in particolare se si tratta di prodotti di terze parti, necessari al completamento di una specifica soluzione.

Tali prodotti dovranno essere corredati da licenza d'uso.

4.3.9. Relazioni con le Organizzazioni Sindacali

GPI riconosce le Organizzazioni Sindacali firmatarie del contratto collettivo di lavoro applicato ai propri dipendenti e le relative rappresentanze sindacali aziendali e mantiene con loro relazioni improntate alla massima trasparenza ed imparzialità, in conformità alle previsioni contrattuali.

5. ATTUAZIONE E CONTROLLO

5.1. Adozione e valenza del Codice Etico

Il Codice Etico è messo a disposizione dei Destinatari del Modello e degli Interlocutori sul sito internet aziendale all'indirizzo <https://www.gpi.it/investors/governance/> - Statuto e Regolamenti e per questo si presume che tutti siano a conoscenza dei principi in esso contenuti.

GPI prevede un'attività di formazione mirata a creare condivisione sui contenuti del Codice Etico, fornendo anche strumenti di consapevolezza e di conoscenza dei meccanismi e delle procedure per tradurre i principi etici in comportamenti da tenersi concretamente nell'operatività quotidiana.

5.2. Controllo interno da parte dell' Organismo di Vigilanza

Per il controllo interno in materia di attuazione e controllo del Codice Etico Viene istituito l'Organismo di Vigilanza a cui competono i seguenti compiti:

- ricevere ed analizzare le segnalazioni di violazione del Codice Etico prendendo decisioni in materia di violazioni del Codice Etico e in materia di sanzioni secondo le modalità previste dal "*Sistema Disciplinare*";
- esprimere pareri vincolanti in merito alla revisione delle più rilevanti politiche e procedure di GPI, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice Etico;
- garantire lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica;
- proporre all'Alta Direzione le necessarie revisioni del Codice Etico.

5.3. Whistleblowing (segnalazioni)

In data 29 dicembre 2017 è entrata in vigore la Legge 30 novembre 2017 n. 179 (cosiddetta "whistleblowing") che regola le forme di tutela per coloro che segnalano eventuali illeciti o irregolarità nell'ambito dello svolgimento dell'attività lavorativa, sia in ambito pubblico, che privato.

Di conseguenza GPI:

- ha previsto l'attivazione di uno o più canali finalizzati alla trasmissione delle segnalazioni di condotte illecite a tutela dell'integrità dell'ente e in grado di garantire la riservatezza dell'identità del segnalante, oltre istituire almeno un canale alternativo che garantisca la riservatezza con modalità informatiche;
- valuta che le segnalazioni di condotte illecite devono essere circostanziate ovvero fondate su elementi di fatto precisi e concordanti;
- ha previsto sanzioni nei confronti di coloro che riportino informazioni false rese con dolo o colpa, nonché sanzioni verso coloro che violino le misure di tutela del segnalante;
- ha previsto il divieto di qualsiasi forma di ritorsione o misura discriminatoria nei confronti dei segnalante nell'ambito del rapporto di lavoro per motivi collegati direttamente o indirettamente alla segnalazione.

5.4. Violazioni del Codice Etico

L'Organismo di Vigilanza analizza le segnalazioni di inosservanze e valuta la necessità di adottare i conseguenti provvedimenti, ispirandosi, ove non si configurino comportamenti fraudolenti o attuati in violazione di specifiche normative di legge, contrattuali o regolamentari, ad un approccio costruttivo che rafforzi la sensibilità e l'attenzione dei singoli circa il rispetto dei valori e dei principi affermati nel presente Codice Etico.

GPI S.p.A.

Via Ragazzi del '99, nr.13 - I-38123 Trento (TN)

T 0039 0461 381515 | F 0039 0461 381599

R.I. TN | CF - PI 01944260221

R.E.A. C.C.I.A.A. TN nr. 189428 Cap. Soc. Euro 8.780.059,60 i.v.

| gpi@pec.gpi.it | www.gpi.it | info@gpi.it