

- CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO -

Il Codice Etico e di Comportamento (di seguito anche “Codice”) è uno degli strumenti della responsabilità sociale delle imprese per la diffusione ed attuazione di buone pratiche di comportamento. A maggior ragione, More Than Access S.r.l. Società Benefit (di seguito anche “MTA” o “l’Azienda”) vi si sente impegnata in quanto Società Benefit.

È uno strumento di autoregolamentazione: ciò significa che le organizzazioni che lo adottano, lo fanno volontariamente perché riconoscono che dotarsi di regole esplicitamente formulate, volontarie, dimostrando la possibilità di operare delle scelte in coerenza con i propri valori e non perché imposte dalle normative.

Il Codice Etico e di Comportamento di MTA nasce da questa convinzione: essere responsabili significa fondare la relazione tra le persone, sull’obiettivo del bene comune, che non si raggiunge sommando le utilità di ciascuno, ma costruendo in modo condiviso un sistema valoriale a cui ogni persona aderisce in modo spontaneo, avendo partecipato alla sua definizione.

Il Codice vuole essere un punto di riferimento e una guida per chi lavora in MTA e per chi ha interesse a perseguirne la *Mission*. Esso esprime impegni che ogni collaboratrice e collaboratore di MTA - ognuno secondo il proprio ruolo, le proprie responsabilità e la propria naturale attitudine - si assume nel condurre ogni attività aziendale, al di là di quanto prescritto dalla legge, verso tutti i portatori di interesse dell’impresa.

Non è un caso che il percorso per la sua definizione sia stato avviato sin dalla costituzione di MTA, per far fronte a nuove sfide e responsabilità in modo etico e trasparente nel rispetto delle attese delle nostre persone, delle richieste dei nostri clienti, dei cambiamenti istituzionali.

Differenti utilità del Codice Etico

Il Codice serve innanzitutto a definire l’ammissibilità o inammissibilità dei comportamenti, ma ha anche altre finalità:

- a. proporre modalità di comportamento che aiutino a orientare la propria condotta in quelle aree dell’agire quotidiano in cui possono manifestarsi potenziali conflitti tra morali individuali, logiche d’impresa e culture diverse,
- b. accrescere la coesione interna e la coerenza del sistema: il Codice ha come scopo il miglioramento delle relazioni interne e la formazione di un’immagine esterna unitaria e chiara attraverso la formazione di un sentire e di un vissuto comune tra tutte le persone dell’Azienda,
- c. favorire la costruzione di un clima di fiducia dentro l’Azienda e verso i suoi “pubblici” di riferimento, sostenendo la reputazione di MTA agli occhi dei suoi stakeholder.

MTA ha costruito il suo Codice a garanzia e quale strumento del rispetto di comportamenti “giusti”, in coerenza con i valori aziendali. Per questo i suoi intendimenti sono più profondi di un’eventuale conformità ad un dettato legislativo e si collegano integralmente alle sue diverse e connesse finalità.

Un’ultima notazione riguarda la natura proattiva del Codice: esso non è uno strumento rivolto a sanzionare, ma ad indirizzare, definendo linee guida per il comportamento nelle diverse attività svolte. Perché ciò si possa realizzare, è molto importante che l’aspetto più apprezzato sia la sua ispirazione complessiva e l’attiva partecipazione alla sua elaborazione, ancor più delle singole indicazioni.

Destinatari del Codice

I destinatari del Codice sono tutti coloro che a vario titolo e con differenti responsabilità costituiscono l'organizzazione e/o ne realizzano direttamente e indirettamente gli scopi.

I portatori di interesse o *stakeholder* di MTA

Sono tutti i soggetti con cui MTA entra in relazione nello svolgimento delle sue attività e che, a vario titolo, concorrono al raggiungimento della *Mission* di MTA:

Collaboratori: sono coloro che, al di là della qualificazione giuridica del rapporto, intrattengono con MTA una relazione di lavoro finalizzata al raggiungimento degli scopi dell'impresa. Rientrano in questa categoria oltre ai dipendenti, anche i collaboratori a progetto, gli stagisti e i consulenti;

Clienti: sono le organizzazioni che, nei diversi mercati di riferimento dell'attività di MTA fruiscono dei servizi dell'Azienda;

Soci: sono i proprietari dell'Azienda, coloro che detengono una quota di MTA;

Fornitori: sono tutti quei soggetti (persone fisiche e/o giuridiche) che, a vario titolo, scambiano con MTA beni, servizi, prestazioni e risorse necessari alla realizzazione della sua attività caratteristica;

Territorio: comprende il contesto fisico (ambiente) e sociale (comunità) in cui MTA è chiamata ad operare, tanto a livello locale che nazionale o internazionale;

Istituzioni: sono i soggetti pubblici con cui MTA si relaziona, al di là del rapporto consulenziale che l'Azienda intrattiene con essi;

Sistema Socio-Economico: comprende tutti quegli attori (persone fisiche e/o giuridiche, tra cui anche i *competitor*) che possono avere un interesse (anche indiretto) nel fatto che MTA operi in maniera onesta e corretta nel proprio settore, collaborando alla creazione di valore per il Sistema Paese.

La Mission di MTA

MTA è una *boutique consulting firm* specializzata nell'erogazione di servizi in grado di facilitare l'accesso al mercato delle tecnologie sanitarie e si fonda sul principio della costruzione di sane collaborazioni con società scientifiche, Istituzioni e con l'ambito accademico, con le associazioni di pazienti e con aziende che offrono servizi complementari ed è proiettata al contesto europeo mediante lo sviluppo di collaborazioni strategiche con agenzie di altri Paesi.

Sulla base della conoscenza del mercato di riferimento e dell'analisi della sua continua evoluzione, MTA intende offrire soluzioni personalizzate a supporto di tutti gli *stakeholder* della filiera del farmaco e in particolare delle aziende farmaceutiche – siano esse Big Pharma o *start-up* – al fine di ottimizzare l'accesso delle tecnologie sanitarie fino al paziente, in maniera efficace, tempestiva e sostenibile, produce valore, facendolo emergere e contribuendo a realizzare un'economia circolare attenta al benessere del contesto socio-ambientale ed economico.

I Valori di MTA

Sono i principi di riferimento che fanno da sfondo all'attività quotidiana di MTA, nei quali ci riconosciamo e sui quali formuliamo linee di condotta per raggiungere i nostri obiettivi strategici:

Sostenibilità

La sostenibilità socio-ambientale ed economica è un valore imprescindibile nell'operatività di MTA che si impegna anche a divulgarne la pratica presso clienti, fornitori e *partner*. L'estensione dell'economia circolare ne è una concreta modalità.

Economia della condivisione

La partecipazione al valore generato dall'impresa, così come da qualsiasi altra organizzazione o istituzione da parte di tutti coloro che vi contribuiscono, costituisce per MTA il principale *driver* delle proprie attività. Ciò affinché questo sia un modello di riferimento per la comunità ed il settore di riferimento in termini di relazioni economiche.

Essere Benefit

MTA è una Società Benefit e ha scelto di generare, nell'ambito delle sue attività, benefici comuni da condividere sulla comunità. Il principale è quello di assistere gli attori della comunità nell'esplicitare tutto il valore che generano e di renderne partecipi tutti coloro che vi contribuiscono. MTA ritiene di dover adempiere a questo impegno con tutti i mezzi in suo possesso per estendere questa modalità di fare economia quanto più ampiamente possibile e contribuire a renderla quella prevalente per originare un impatto positivo in termini di utilità sociale.

Collaborazione, Partecipazione e Partnership

La fiducia è la base di ogni rapporto professionale e di *business* e imposta qualsiasi rapporto di MTA con clienti, fornitori, collaboratori, dipendenti, oltre che fra Soci. Si intende una fiducia che porti a concreta collaborazione e, ovunque ci siano le condizioni, a *partnership* con beneficio non solo fa le parti, ma per la comunità. MTA ritiene che questi valori aiutino a sviluppare un forte senso di appartenenza.

Onestà, Coerenza e Trasparenza

Chiarezza delle regole, coerenza dell'azione professionale con queste, trasparenza nell'applicarle sono le linee guida dell'agire di MTA e del suo comunicarsi all'esterno. Dobbiamo essere in grado di riconoscere i nostri limiti e coltivare tutte le potenzialità di miglioramento.

Competenze e Qualità

Il possesso delle competenze necessarie allo svolgimento delle attività va di pari passo con l'elevato standard qualitativo di MTA. È questa la norma a valere per tutti coloro che operano nella nostra società e lo standard che vogliamo far raggiungere a coloro che si rivolgono a noi. Vogliamo essere una realtà fortemente orientata al risultato, in modo da essere riconosciuti quali *partner* di qualità, in grado di fornire sempre valore aggiunto.

Innovazione

L'innovazione è parte della nostra genetica: uscire dal consueto in un mondo in perenne cambiamento è l'elemento fondante della nostra attività. Concepiamo l'innovazione nell'approccio al *business*, all'organizzazione, al sistema di rapporti sociali sottesi a tutta l'attività economica. Vogliamo essere sempre un passo avanti e pertanto siamo sempre alla ricerca di novità, in termini di nuove tecnologie e approcci, che possano anche essere eventualmente in grado di anticipare i tempi.

Conciliazione vita-lavoro e Attenzione alle persone

La conciliazione tra vita privata e vita lavorativa, per tutti (donne e uomini), è parte essenziale del rispetto necessario per tutte le persone. Vogliamo portare attenzione ai bisogni delle persone per poterci accorgere di eventuali loro difficoltà ed apprestare quanto in potere dell'Azienda per aiutarle. Anche nel nostro statuto abbiamo fatto riferimento a questo primario valore, manifestando pubblicamente sin dalla costituzione societaria la volontà

di “*perseguire la creazione delle migliori condizioni possibili di accoglienza, flessibilità e qualità del lavoro, per attrarre, far crescere e trattenere persone di talento, valorizzandone le vocazioni e attitudini, non solo quelle di natura squisitamente professionale, privilegiando l'uso di soluzioni innovative e tecnologiche finalizzate all'attuazione di una filosofia di work-life integration*”.

Riconoscimento del merito

Riconoscere le potenzialità ed il merito di ognuno, valorizzandone gli elementi caratteristici è un valore particolarmente importante per MTA e vuole essere oggetto di confronto con tutte le risorse dell'Azienda e soprattutto di un processo di continuo miglioramento.

Le Norme di comportamento

Sono le indicazioni emergenti dalle responsabilità che, alla luce dei principi sui quali fondiamo la nostra attività, ci assumiamo nei confronti di tutti i nostri portatori di interesse.

Responsabilità verso i Collaboratori

Valorizzazione delle persone.

MTA garantisce una dimensione di lavoro in cui ciascuno possa collaborare, esprimendo la propria attitudine professionale.

A tal fine, si impegna a:

- a. investire nello sviluppo delle competenze, capitalizzando dalle diversità presenti in Azienda, valorizzando le potenzialità e l'impegno di tutti,
- b. predisporre programmi di aggiornamento e formazione atti a valorizzare le professionalità specifiche e a conservare e sviluppare la competitività dei collaboratori all'interno dell'Azienda e sul mercato del lavoro esterno.

Motivazione delle persone

MTA interpreta l'impresa come il luogo della responsabilità.

Essa si impegna a creare le condizioni perché la Direzione possa mantenere alta la condivisione con i collaboratori, rilevandone le aspettative, facendosene ove possibile carico e proponendo le soluzioni organizzative più opportune.

In particolare, MTA si impegna a:

- a. comunicare e condividere con chiarezza percorsi professionali e relative valutazioni, obiettivi di miglioramento per ciascun profilo professionale,
- b. rendere omogenei i processi di valutazione dei percorsi di aziendali, così come i meccanismi di incentivazione (economici e non).

Equità

MTA si impegna a promuovere e favorire il riconoscimento del merito sviluppando strumenti di ascolto e dialogo con le persone, strumenti che consentano di tradurre le loro necessità professionali e personali in soluzioni organizzative efficaci, nel rispetto delle esigenze di sostenibilità economica dell'Azienda.

Coinvolgimento dei collaboratori

MTA promuove il coinvolgimento delle persone. A tal fine, si impegna a:

- definire con chiarezza i ruoli,
- organizzare incontri periodici per la condivisione degli obiettivi aziendali,
- sviluppare un clima lavorativo positivo, in cui ciascuno possa esprimere le proprie preoccupazioni in buona fede e con correttezza,
- far sì che MTA sia un ambiente capace di attrarre persone motivate e di talento, offrendo loro una occasione di apprendimento basata sull'esperienza attiva e diretta,
- incoraggiare una cultura dello scambio e della condivisione entro l'Azienda ed entro i team di lavoro.

Rispetto

MTA tutela l'integrità fisica e morale delle sue persone:

- a. garantendo una dimensione di lavoro libero da pressioni e condizionamenti (interni ed esterni) impropri,
- b. individuando modalità per prestare attenzione alle necessità delle persone che lavorano in MTA, soprattutto nelle situazioni di difficoltà che possono impedire il normale svolgimento dell'attività lavorativa.

L'Azienda fissa, inoltre, le procedure relative ai comportamenti che devono essere tenuti dai collaboratori al fine di minimizzare i rischi di incidenti e, in generale, per salvaguardare la salubrità dell'ambiente di lavoro, nel rispetto della normativa vigente.

Gestione e condivisione della conoscenza

Ogni collaboratore, al fine di legittimare l'identità professionale di MTA, è chiamato a diffondere informazioni e conoscenza entro l'impresa, senza mai manipolarle o usarle per incrementare il proprio potere personale a danno di coloro che gli sono a fianco oppure a danno dell'impresa stessa.

Conflitto di interesse

Ogni collaboratore deve evitare situazioni in cui possano manifestarsi conflitti di interesse con MTA e deve astenersi dall'avvantaggiarsi personalmente di possibili opportunità di business connesse allo svolgimento delle proprie funzioni.

Diligenza nell'utilizzo delle risorse aziendali

Ogni collaboratore è chiamato ad un uso diligente delle risorse aziendali, al fine di prevenire danni o riduzione dell'efficienza.

Responsabilità verso i Soci

Creazione di valore

MTA si impegna alla creazione di valore a medio-lungo termine per i suoi soci attraverso una gestione sostenibile delle proprie attività ed un utilizzo efficiente delle proprie risorse che ne preservi e remunerati equamente l'investimento nel tempo.

Reputazione

MTA tutela il marchio e la reputazione dell'Azienda, astenendosi dal compiere azioni che potrebbero screditarne l'immagine. Agisce, inoltre, con integrità in tutte le relazioni istituzionali.

Dovere di rendere conto

MTA assume il dovere di dare conto ai soci della coerenza tra obiettivi annunciati e risultati conseguiti, anche a fronte dell'impegno ad una gestione sostenibile del proprio *business*.

Responsabilità verso il sistema delle Società Benefit

Interdipendenza

MTA è consapevole della novità e dell'importanza del cambio di paradigma che l'introduzione delle Società benefit ha apportato al ruolo dell'impresa nell'economia e nella società. Un nuovo paradigma che impegna tutte le Società Benefit a coinvolgersi attivamente nella sua diffusione e nella sua attuazione.

Tale attuazione passa necessariamente da un legame di reciproca interdipendenza fra Società Benefit.

MTA, pur nell'autonomia delle scelte che le sono pertinenti, impronta le proprie relazioni con le altre S.B. alla massima interdipendenza.

Apertura alla collaborazione

MTA, ritenendo che uno dei caratteri dell'interdipendenza, sia l'apertura di ciascuna S.B. alla collaborazione con le altre S.B., è impegnata a collaborare con le altre Società Benefit su tutti i versanti in cui tale collaborazione possa essere funzionale all'affermazione di tale nostro nuovo paradigma economico.

Gli ambiti auspicabili della collaborazione

MTA si impegna a collaborare con le altre S.B. in particolare, ma senza escluderne altri possibili, nei seguenti ambiti di attività:

- a. nell'identificare aree di conduzione collaborativa delle attività di business sul mercato;
- b. nel creare le possibilità di agevolare le attività economiche fra S.B. nella conduzione del business fra S.B.;
- c. nella ricerca di opportunità di individuazione di benefici comuni che, scelti congiuntamente da più S.B. moltiplichino gli impatti positivi sui destinatari;
- d. nella creazione di condizioni organizzative e associative affinché le S.B. possano ritrovarsi in un'unica Comunità per meglio tutelare, divulgare, attuare a favore dell'intera società il modello di conduzione dell'attività economica che le caratterizza.

Responsabilità verso i Clienti

Onestà nella relazione

MTA impronta la relazione con il cliente ad una logica di partnership di medio- lungo termine. Si impegna, tuttavia, ad evitare situazioni di "dipendenza" reciproca che possano frenare la crescita vicendevole.

In tutte le diverse fasi di un intervento consulenziale MTA opererà con la massima onestà intellettuale, eventualmente comunicando, ove se ne ravvisasse la necessità, la propria decisione di uscire dalla relazione col cliente per il bene di quest'ultimo e di MTA.

Trasparenza nella relazione

MTA fornisce solo quei servizi professionali che è nelle sue capacità e competenze rendere, senza mai operare al di sotto di quanto si è impegnata a fare.

Equità, efficacia ed efficienza nella relazione

In ogni momento della relazione consulenziale, MTA garantisce un uso efficace ed efficiente delle risorse del cliente, richiedendo un'equa remunerazione per i servizi resi, pianificando e - successivamente - rendicontando al cliente su costi e risorse effettivamente impegnate sul progetto.

Qualità dell'offerta

MTA si impegna a far evolvere organizzazione, professionalità e cultura avendo come punto di riferimento la qualità dell'offerta consulenziale ed il servizio al cliente.

Attenzione ai bisogni del cliente

MTA, in conformità agli standard di qualità di cui si è dotata, adotta strumenti per il monitoraggio e la valutazione continua della *customer satisfaction*.

Si impegna, inoltre, a tradurre con tempestività le necessità individuali del cliente in adeguate risposte:

- a. capitalizzando dalle esperienze pregresse, ma cercando sempre soluzioni *tailor made*, che tengano conto della realtà che si ha di fronte,
- b. favorendo la condivisione di eventuali criticità su un progetto in ogni fase del rapporto consulenziale.

Comunicazione e informazione “da” e “verso” il cliente

MTA si impegna a rendere sempre esplicite al cliente le caratteristiche dei prodotti e dei servizi offerti, i loro limiti e potenzialità.

L'Azienda gestisce e tutela la riservatezza delle informazioni e dei dati dei clienti di cui entra in possesso. Ogni collaboratore dell'Azienda, in particolare, non utilizzerà informazioni confidenziali per scopi personali e agirà con ocularità quando lavorerà con un competitor del cliente.

Indipendenza

MTA agisce con correttezza ed integrità, proteggendo la fiducia dei suoi clienti e facendo in modo che la propria indipendenza non venga compromessa o venga, in qualche modo, percepita come tale.

In nessun caso, sottoporrà il cliente a pressioni indebite per ottenere l'affidamento di un incarico professionale.

Sostenibilità

Avendo scelto la sostenibilità come orientamento strategico, MTA si impegna, ove ve ne fossero le condizioni, a proporre ai propri clienti soluzioni organizzative che vadano nella direzione di coniugare la massimizzazione del profitto con una migliore gestione degli impatti sociali ed ambientali della propria attività.

Responsabilità verso i Fornitori

Rapporto coi fornitori

MTA opera perché si creino, specialmente coi fornitori di servizi di consulenza partner su taluni progetti, rapporti di cooperazione finalizzati allo scambio di informazioni e competenze reciproche per la creazione di valore comune e condiviso verso il cliente.

Correttezza nella relazione

MTA impronta la relazione coi fornitori alla correttezza e alla disponibilità e si impegna a rispettare i tempi e le modalità di pagamento convenute. Al verificarsi di eventi imprevisti che portassero a modificare le condizioni contrattuali iniziali, MTA non sfrutterà il proprio margine di discrezionalità per imporre condizioni inique ai fornitori.

Criteri di selezione dei fornitori

Nella fase di approvvigionamento di beni e servizi, MTA ricerca sempre qualità ed economicità dell'offerta, riconoscendo pari opportunità ai fornitori, attraverso l'utilizzo di criteri di valutazione e qualificazione oggettivi e imparziali.

Regali e benefici

MTA evita ogni forma di pagamento illecito a fornitori o loro rappresentanti e non elargisce benefici e/o regali intesi ad ottenere speciali condizioni di favore. Parimenti, respinge benefici e/o regali dei fornitori intesi a ottenere condizioni di favore.

Responsabilità verso il Territorio

Ambiente

MTA considera la tutela e la salvaguardia dell'ambiente come una delle sue più grandi responsabilità sul fronte della sostenibilità.

A tal fine, si impegna:

- a. a promuovere una attività di sensibilizzazione e a mettere in atto una serie di iniziative finalizzate a ridurre l'impatto ambientale diretto delle proprie attività,
- b. a sensibilizzare tutti i portatori di interessi sia come singoli sia come organizzazioni (clienti, fornitori, istituzioni...), perché sviluppino azioni e strumenti volti ad una significativa riduzione dell'impatto ambientale delle loro attività.

Attenzione alla Comunità

MTA vuole diventare un soggetto riconosciuto della comunità in cui opera, un punto di riferimento per le nuove generazioni, un interlocutore autorevole del mondo accademico e della ricerca locale e nazionale.

A tal fine, si impegna a potenziare la propria presenza nei contesti istituzionali e a sviluppare *partnership* innovative con attori chiave del contesto socio-economico locale, nazionale ed internazionale, che innalzino la competitività e la sostenibilità del territorio.

Cittadinanza responsabile

MTA si impegna ad agire come “cittadino” responsabile, ascoltando i bisogni del territorio in cui è chiamata via via ad operare e mettendo a disposizione della propria comunità competenze ed esperienze maturate nel tempo.

Lo sviluppo locale dovrà essere promosso attraverso la selezione di iniziative attente alle reali esigenze delle comunità e del territorio, in coerenza con l'obiettivo della creazione di valore sostenibile.

Responsabilità verso le Istituzioni

Gli amministratori, i soci e tutti i collaboratori di MTA agiscono verso le istituzioni con integrità e lealtà. Nel rispetto delle leggi e delle norme, codificate o meno, di una convivenza civile improntata alla collaborazione per il bene comune.

Nei rapporti con le Istituzioni, in particolare, è vietato porre in essere iniziative volte ad ottenere un trattamento di favore per MTA o cercare di promuovere gli interessi della stessa o dei suoi clienti adottando (o tentando di adottare) comportamenti che potrebbero influenzare in modo improprio un pubblico ufficiale o un incaricato di pubblico servizio.

È pertanto vietato offrire a funzionari pubblici ciò che potrebbe essere percepito regalia destinata ad influenzare il comportamento del destinatario: denaro, beni anche di valore trascurabile, intrattenimento, servizi o offerte di lavoro possono essere percepite come il prezzo di un favore non dovuto.

Responsabilità verso il Sistema Socio-Economico

MTA e tutti i suoi collaboratori agiscono verso le Sistema Socio-Economico nel pieno rispetto delle regole di comportamento e delle leggi in vigore a livello nazionale e internazionale. A tal proposito, MTA si impegna ad implementare e a mantenere una formazione continua delle proprie risorse (sia in fase di ingresso sia durante la propria vita lavorativa nell'Azienda) su tutte le Policy che sono allegate e che costituiscono di fatto parte integrante del presente Codice, tra cui la Policy Anticorruzione e la *Fair Competition Policy*.

Allegato 1 al CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO

- POLICY ANTICORRUZIONE -

Premessa

More Than Access S.r.l. Società Benefit (di seguito anche “MTA” o “l’Azienda”) intende promuovere e consolidare al proprio interno una cultura improntata all’etica e all’integrità finalizzata ad assicurare condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, a tutela della propria posizione ed immagine, delle aspettative dei propri *stakeholder* (dipendenti, clienti, fornitori, Stato e istituzioni, collettività, ecc.), nella convinzione che l’assoluto rispetto di questi valori rappresenti una premessa indispensabile ai fini del raggiungimento degli obiettivi aziendali di eccellenza.

MTA è consapevole dell’importanza di dotarsi di un sistema di controllo interno idoneo a prevenire la commissione di comportamenti illeciti da parte dei propri amministratori, dipendenti, ecc. e pertanto le Linee guida Anticorruzione hanno l’obiettivo di fornire un quadro sistematico di riferimento delle norme e delle procedure in materia di anticorruzione, di definire ruoli e responsabilità, nonché dettare presidi di prevenzione e di controllo in relazione alla gestione dei rapporti con le Pubbliche Amministrazioni e con gli Enti Privati, al fine di prevenire, nell’esecuzione dell’attività di impresa, la commissione di atti corruttivi che possono danneggiare gravemente l’immagine dell’Azienda, nonché comportare la responsabilità civile e penale dei collaboratori coinvolti.

La presente Policy è redatta nel rispetto dei principi indicati dal Codice Etico adottato da MTA, delle leggi, dei regolamenti e degli standard internazionali previsti in materia di anticorruzione.

Definizioni

- **“Corruzione”**: per corruzione si intende l’offerta o la consegna, la sollecitazione o la ricezione, in modo diretto o indiretto, di un indebito vantaggio in denaro o di altra natura, a o da un’altra persona, cosicché quest’ultima, violando i propri doveri:
 - agisca o si astenga dall’agire o perché ha agito o si è astenuta dall’agire; o
 - abusi della propria influenza reale o presunta o perché ha abusato della propria influenza reale o presunta;allo scopo di ottenere o di conservare un affare o qualsiasi altro vantaggio inappropriato o improprio nell’ambito delle attività esercitate.
- **“Destinatari”**: Organi societari (Amministratori e Sindaci), Dipendenti, fornitori, consulenti, procuratori, outsourcer e altri soggetti con cui l’Azienda entri in contatto nello svolgimento di relazioni d’affari.
- **“Direzioe”**: l’Amministratore Unico, i Soci, il Managing Director ed il *Senior Management* dell’Azienda, in funzione del senso della frase di riferimento.
- **“Evento”**: un evento di lavoro, un evento sociale o una commistione tra questi due tipi di eventi cui partecipi (tra gli altri) un Destinatario. Le tre categorie di evento sono qui di seguito definite: gli eventi di lavoro sono finalizzati alla creazione di una rete di conoscenze, alla trattazione di tematiche professionali e lavorative ed in essi sono trattati argomenti inerenti il business aziendale ad esempio si tratta di dimostrazioni, conferenze, presentazioni, seminari, attività promozionali, interventi, fiere dedicate a operatori professionali e/o attività di vendita di prodotti e servizi e possono includere la somministrazione

di cibi e bevande; gli eventi sociali sono finalizzati alla creazione di relazioni e sono incentrati su tematiche relative alla socializzazione quali ritrovi o eventi sportivi organizzati a livello aziendale, eventi culturali, ricreativi, o inerenti qualsivoglia altro tipo di relazione interpersonale, possono includere somministrazione di cibi e bevande e non possono durare oltre le 24 ore; gli eventi commisti sono indirizzati contemporaneamente sia alla creazione di reti di conoscenze e alla trattazione di argomenti professionali e lavorativi che alla costruzione di relazioni, possono includere la somministrazione di cibi e bevande.

- **“Partner”**: soggetti con cui l’Azienda entra in contatto nello svolgimento di relazioni d’affari e, più precisamente, dealer che si avvalgono, per la vendita dei prodotti e/o servizi offerti, di un network costituito da una pluralità di soggetti aventi o meno una propria autonomia giuridica. In quanto tale, il Partner è un Destinatario.
- **“Personale”**: tutte le persone fisiche che intrattengono con l’Azienda un rapporto di lavoro, inclusi i lavoratori dipendenti, interinali, i collaboratori, gli “stagisti” ed i liberi professionisti che abbiano ricevuto un incarico da parte dell’Azienda.
- **“Pubblica Amministrazione”** o **“P.A.”**: per Amministrazione Pubblica si deve intendere:
 - lo Stato (o Amministrazione Statale);
 - o gli Enti Pubblici; si specifica che l’Ente Pubblico è individuato come tale dalla legge oppure è un Ente sottoposto ad un sistema di controlli pubblici, all’ingerenza dello Stato o di altra Amministrazione per ciò che concerne la nomina e la revoca dei suoi amministratori, nonché l’Amministrazione dell’Ente stesso. È caratterizzato dalla partecipazione dello Stato, o di altra Amministrazione Pubblica, alle spese di gestione; oppure dal potere di direttiva che lo Stato vanta nei confronti dei suoi organi; o dal finanziamento pubblico istituzionale; o dalla costituzione ad iniziativa pubblica. A titolo puramente esemplificativo e non esaustivo sono da considerarsi Pubbliche Amministrazioni in senso lato le seguenti Società: Ferrovie dello Stato, Autostrade SpA, AEM Milano, ecc.
 - Pubblico Ufficiale: colui che esercita “una pubblica funzione legislativa, giudiziaria o amministrativa”. Agli effetti della legge penale “è pubblica la funzione amministrativa disciplinata da norme di diritto pubblico e da atti autoritativi e caratterizzata dalla formazione e dalla manifestazione della volontà della pubblica amministrazione o dal suo svolgersi per mezzo di poteri autoritativi o certificativi” (art. 357 c.p.);
 - Incaricato di Pubblico Servizio: colui che “a qualunque titolo presta un pubblico servizio. Per pubblico servizio deve intendersi un’attività disciplinata nelle stesse forme della pubblica funzione, ma caratterizzata dalla mancanza dei poteri tipici di quest’ultima e con esclusione dello svolgimento di semplici mansioni di ordine e della prestazione di opera meramente materiale” (art. 358 c.p.). Si rappresenta che “a qualunque titolo” deve intendersi nel senso che un soggetto esercita una pubblica funzione, anche senza una formale o regolare investitura (incaricato di un pubblico servizio “di fatto”). Non rileva, infatti, il rapporto tra la P.A. e il soggetto che esplica il servizio.
- **“Regalo”**: qualsiasi tipo di dono, prodotto, erogazione liberale o beneficio (inclusa qualsiasi cosa che abbia un valore nominale) che è dato o ricevuto. Non sono compresi in tale definizione le Spese di rappresentanza o gli Eventi. Si considerano Regali di modico valore i doni, prodotti, gratuità o benefici di importo non superiore a € 50,00.
- **“Senior Management”**: i soggetti che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione dell’Azienda o di una sua unità organizzativa dotata di autonomia finanziaria e funzionale.
- **“Sistema Disciplinare”**: l’insieme delle misure sanzionatorie applicabili in caso di violazione delle regole procedurali e comportamentali previste dal Modello.
- **“Spese di rappresentanza”**: l’insieme delle cortesie adottate nell’ambito della usuale gestione delle attività lavorative in cui possono rientrare cibi e bevande.

- **“Utilità”**: qualsiasi cosa abbia valore, ogni sorta di beneficio incluso, ma non limitato, a denaro, prestiti, obbligazioni, diritti contrattuali o interessi, beni immobili, beni personali, o altri interessi nascenti da una relazione di lavoro, regali, svaghi, pranzi, spese di rappresentanza, contributi o donazioni, viaggi e relative spese, sconti al di sotto del valore di mercato, rimborsi, ribassi, trattamenti privilegiati nella fornitura, o accesso privilegiato a opportunità di business, beni, servizi che non abbiano una ragionevole giustificazione commerciale, o costituiscano un incentivo improprio. Nella definizione “Utilità” è compresa, inoltre, l’offerta di un impiego.

Policy

MTA ha una posizione di assoluta intransigenza nei confronti di qualsiasi forma di corruzione, anche nei confronti di personale di imprese private. Questa posizione contribuisce al rispetto degli impegni cui l’Azienda si è volontariamente vincolata anche attraverso la formalizzazione del proprio Codice Etico e di Comportamento. Tutto il Personale è tenuto, nello svolgimento delle attività di lavoro, ad assumere una posizione di ferma opposizione rispetto ad ogni forma di abuso d’ufficio e corruzione.

MTA e i Destinatari si impegnano al fine di assicurare che tutte le leggi e i regolamenti che mirano a contrastare la corruzione, in ogni giurisdizione in cui si opera, siano rispettati nella loro totalità.

Applicazione

Tutti i Destinatari sono tenuti a operare conformemente alla presente policy qualora agiscano in nome o per conto dell’Azienda.

Regole e principi di condotta

Di seguito sono definiti gli standard di comportamento che devono essere osservati dall’Azienda e dal Personale, al fine di assicurare un approccio “tolleranza zero” nei confronti di comportamenti corruttivi riguardanti esponenti della Pubblica Amministrazione e personale di imprese private.

1. Divieto di corruzione in ogni sua forma e raccomandazioni generali

Qualsiasi atto illecito e di corruzione è vietato. I Destinatari non devono:

- direttamente o indirettamente offrire denaro od altra Utilità ad amministratori, direttori generali, dirigenti preposti alla redazione dei documenti contabili societari, sindaci e liquidatori o a sottoposti alla direzione o vigilanza dei predetti soggetti, di Società clienti o fornitrici, o di altro ente, al fine di ottenere un interesse o vantaggio di qualsiasi tipo, tra cui ottenere o mantenere vantaggi in termini di business/affari per o per conto di MTA;
- direttamente o indirettamente richiedere o accettare denaro o altra Utilità da parte di clienti, fornitori, o di altro soggetto o ricercare un vantaggio di qualsiasi tipo in cambio.

È inoltre vietato qualsiasi comportamento consistente, a titolo esemplificativo e non esaustivo, in:

- offrire, suggerire, autorizzare l’offerta o il pagamento di denaro o altra Utilità al fine di indurre o remunerare un abuso d’ufficio di una funzione o attività, pubblica o privata;
- pagare o approvare il pagamento di denaro o altra Utilità al fine di indurre o remunerare un abuso d’ufficio di una funzione o attività, pubblica o privata;
- accettare o sollecitare pagamento di denaro o altra Utilità al fine di indurre o remunerare abuso d’ufficio di una funzione o attività, pubblica o privata;

- utilizzare fondi di cui si sappia o si sospetti essere di provenienza di un reato;
- assistere o partecipare al compimento di qualsiasi attività costituente reato;
- stabilire, definire consapevolmente o mantenere processi o procedure o schemi con l'intento di effettuare pagamenti illeciti;
- intraprendere qualsiasi attività con consumatori, clienti, fornitori, partner commerciali e altre terze parti che possa costituire reato.

A titolo esemplificativo, le seguenti attività possono configurare Corruzione:

- la dazione di denaro o altra Utilità al fine di ottenere una opportunità di lavoro;
- la corresponsione di denaro o altra Utilità a un dipendente di una persona giuridica al fine di ottenere informazioni confidenziali;
- l'accettazione di regali sproporzionati da un fornitore di servizi.

È vietato eludere le suddette prescrizioni ricorrendo a forme diverse di aiuti e contribuzioni che, nella forma di, ad esempio, sponsorizzazioni, incarichi, consulenze, pubblicità, perseguano le stesse finalità sopra vietate.

Ciascun Destinatario che accetti richieste, sollecitazioni o autorizzi qualcuno ad accettare o sollecitare, direttamente o indirettamente qualsiasi vantaggio economico o altra Utilità da chiunque (cd. corruzione passiva) è esposto alle stesse sanzioni di colui che offra, prometta, dia, paghi, autorizzi qualcuno a dare o pagare, direttamente o indirettamente, un vantaggio economico o altra Utilità a un Pubblico Ufficiale o a un soggetto privato (cd. corruzione attiva).

Atti illeciti e corruzione possono esporre a responsabilità penale personale e a responsabilità in capo all'Azienda ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

Se un dipendente si trova di fronte al bivio tra essere coinvolto in una attività che comporti la commissione di un atto illecito e concludere, attraverso lo sfruttamento di tale attività, un affare nell'interesse o a vantaggio dell'Azienda, questi deve scegliere di rinunciare all'affare.

2. Spese di rappresentanza

Le Spese di Rappresentanza devono avere un obiettivo commerciale appropriato, devono comportare una attinenza con qualche forma di attività lavorativa e debbono essere gestite dalle Funzioni aziendali nei limiti della presente Policy.

3. Regali, Intrattenimenti commerciali ed Eventi, Pranzi di lavoro

I Destinatari (o chiunque per loro conto) non devono:

- dare o ricevere alcun Regalo;
- offrire o accettare di partecipare a intrattenimenti commerciali, eventi o altre forme di ospitalità che potrebbero:
 - costituire motivo di influenza o di incentivo improprio (tenuto conto anche del loro costo), tra cui ad esempio, l'aspettativa di ricevere un vantaggio di business o di ottenere un ringraziamento per un vantaggio già ottenuto ovvero potrebbero essere percepite come tali;
 - consistere in regali e/o partecipazioni ad eventi commerciali per amici o parenti dei Destinatari;
 - violare leggi e regolamenti o procedure dell'Azienda.

Quando si offrono o si ricevono Regali di non modico valore o si organizza/si accetta di partecipare a intrattenimenti di lavoro ed eventi devono essere rispettati anche i seguenti principi:

- la causale sottesa al Regalo, all'intrattenimento di lavoro o all'evento deve essere strettamente correlata al *business* (ad esempio: lo sviluppo della relazione commerciale o la promozione dei prodotti e dei servizi di MTA);
- questi devono essere modesti e ragionevoli in valore, appropriati in tutte le circostanze e tali da non compromettere l'integrità e la reputazione dell'Azienda. In ogni caso, i regali non devono essere percepiti come effettuati al fine di esercitare pressione o comunque un'impropria influenza. In tale contesto, assumono rilevanza, ad esempio, la tempistica del Regalo, il fatto che sia stato effettuato in maniera trasparente ed il destinatario prescelto.
- questi devono essere coerenti con il contesto dell'occasione di business e in accordo con le pratiche abituali aziendali.
- questi devono essere trasparenti e discussi apertamente. In altre parole, se comunicati alle società di informazione, non devono causare imbarazzo per il destinatario né per l'Azienda;
- questi devono essere organizzati temporalmente in modo appropriato. In altre parole, non devono coincidere con la partecipazione ad un'offerta commerciale, con il processo di acquisizione di un potenziale business, o con qualsiasi momento decisionale relativo a nuovi business/transazioni;
- questi devono essere coerenti con tutti i requisiti di questo documento e per gli stessi tutte le autorizzazioni devono essere state ottenute (vedi sotto).

Per evitare qualsiasi dubbio, il dare/ricevere Regali di non modico valore e in ogni caso l'organizzazione/partecipazione a intrattenimenti commerciali ed eventi sono vietati sia se fatti direttamente (in prima persona) che indirettamente (attraverso parti terze), salvo espressa autorizzazione della Direzione.

La Direzione, ricevuta la richiesta, può decidere di non darvi seguito, qualora essa non risponda alla policy aziendale, ovvero di esprimere il proprio parere favorevole (eventualmente con alcune riserve o commenti). Pranzi offerti a/dai clienti, consulenti o fornitori effettivi e potenziali che siano di valore ragionevole, occasionali e comunque offerti in connessione e in occasione di incontri lavorativi sono ammessi.

Per nessun motivo Regali ed Eventi devono essere offerti ad esponenti della Pubblica Amministrazione, soggetti referenti di Società concessionarie, amministratori, direttori generali, dirigenti preposti alla redazione dei documenti contabili societari, sindaci e liquidatori o a sottoposti alla direzione o vigilanza dei soggetti citati.

4. Utilizzo di Terze Parti

I Destinatari devono prestare attenzione quando si seleziona e/o si opera con soggetti terzi (agenzie, Società di intermediazione, ecc.). MTA, infatti, può essere ritenuta responsabile per atti illeciti e corruzione commessi da tali terzi soggetti.

L'impiego di soggetti terzi deve essere valutato attentamente per controllare che sia coerente con i seguenti principi:

- la natura della transazione e delle attività oggetto del rapporto con i soggetti terzi, in ragione delle pratiche locali deve essere coerente e conforme alle leggi o regolamenti applicabili;
- le condizioni di impiego dei suddetti soggetti terzi (in modo particolare l'assegnazione e le modalità di compenso) sono chiaramente definite e sancite in accordi scritti;
- la proposta remunerazione deve essere coerente con i servizi che sono resi, sia in assoluto che in relazione al valore del business in oggetto.

MTA proibisce a qualsiasi Destinatario o soggetto terzo di dare, promettere di dare, offrire denaro o altra Utilità ad amministratori, direttori generali, dirigenti preposti alla redazione dei documenti contabili societari, sindaci e liquidatori o a sottoposti alla direzione o vigilanza dei soggetti citati nell'interesse o a vantaggio della medesima Azienda.

Nessun Destinatario deve dare o promettere denaro o altra Utilità ad un soggetto terzo, sapendo che parte o tutto del valore verrà trasferito ad uno dei soggetti sopra citati in violazione di questa procedura.

5. Erogazioni Liberali e Sponsorizzazioni

Erogazioni Liberali e Sponsorizzazioni ad associazioni e altre organizzazioni non profit sono permesse, ma strettamente monitorate dalla Direzione.

Dal momento che le Erogazioni Liberali e le Sponsorizzazioni possono configurarsi come atti prodromici alla corruzione se concesse impropriamente e senza il rispetto dei limiti previsti dalle procedure, queste sono concesse solo se:

- non effettuate allo scopo di ottenere un vantaggio indebito o di influenzare una decisione;
- l'Azienda non riceva e non vi sia alcun sospetto che riceva alcuna contropartita impropria in cambio;
- effettuate in maniera trasparente;
- effettuate ad un'organizzazione che goda di una buona reputazione (ossia, sia registrata presso le autorità del Paese in cui opera, nota alle autorità fiscali).

In ogni caso, qualsiasi donazione effettuata in favore di un'organizzazione senza scopo di lucro dovrà essere sottoposta all'autorizzazione preventiva da parte della Direzione.

6. Finanziamenti ai partiti politici

MTA mantiene una posizione politica neutrale e rifiuta qualsiasi finanziamento diretto o indiretto ai partiti politici, anche nel caso tale azione sia autorizzata dalla giurisdizione locale. MTA e il Personale non sono autorizzati a effettuare donazioni politiche.

Ruoli e Responsabilità

I Soci, la Direzione e il Personale di MTA devono assicurare di aver letto e di osservare la presente Policy Anticorruzione. La prevenzione, l'individuazione e l'informazione relativa a comportamenti illeciti e a forme di corruzione sono responsabilità di tutti coloro che, Dipendenti o altri Destinatari, operino per conto dell'Azienda.

La Direzione, e in particolare il Managing Director, ha la responsabilità di identificare, monitorare e controllare i rischi di concussione e corruzione, anche con il supporto di consulenti legali. Il Managing Director è responsabile di garantire l'effettiva attuazione della presente Policy approvata dall'Amministratore Unico. Il Managing Director lavora per raggiungere l'obiettivo di garantire che tutti i Destinatari si astengano dall'attuare comportamenti che possono configurare illeciti o corruzione e siano tutti ben consapevoli dei requisiti normativi applicabili, promuovendo una forte cultura anticorruzione in tutta l'organizzazione.

Tutti i Destinatari devono evitare qualsiasi attività che potrebbe suggerire o condurre a violare la presente Policy. I Destinatari, non appena possibile, devono segnalare alla Direzione i casi in cui ritengano o sospettino si sia verificata o si verificherà in futuro una violazione del presente codice comportamentale.

MTA o qualunque altro Destinatario non deve mettere in atto forme di ritorsione nei confronti di chiunque abbia rifiutato di commettere comportamenti o atti in violazione del presente codice comportamentale.

I Destinatari possono ottenere chiarimenti in relazione a dubbi circa l'applicabilità della presente procedura o la valutazione dei comportamenti che possono configurare illeciti o corruzione rivolgendosi alla Direzione.

I Destinatari devono comunicare alla Direzione se ritengono di aver proposto un accordo corruttivo, gli è stato chiesto di farlo, sospettano che potrebbe accadere in futuro.

I Destinatari che rifiutano di accettare o proporre un accordo corruttivo, o quelli che sollevano interrogativi o riferiscono un fatto illecito di un altro dipendente, non dovranno temere eventuali ripercussioni.

MTA è tenuta ad assicurare che nessuno subisca trattamenti lesivi come conseguenza del rifiuto di prendere parte ad un accordo corruttivo o dell'aver riferito in buona fede un fondato sospetto relativo ad una effettiva, potenziale o futura corruzione.

I Soci, la Direzione e il Personale devono essere consapevoli dell'impegno assunto da MTA nei confronti della lotta ai comportamenti illeciti e alla corruzione. Tutti i Destinatari dovranno quindi agire nel rispetto delle leggi, dei regolamenti, del Codice Etico e di Comportamento, nonché della presente Policy Anticorruzione.

Informazione e consapevolezza

MTA dovrà:

- garantire la conoscenza da parte del Personale della presente Policy attraverso un'opportuna attività di comunicazione e formazione;
- prevedere un'attività di formazione obbligatoria nei confronti di tutti i dipendenti e i collaboratori in ordine ai principi di cui al presente codice comportamentale.

MTA, nei rapporti con i soggetti terzi, laddove possibile, inserirà nei contratti apposite clausole che informano sulle politiche e le procedure adottate, nonché sulle conseguenze che comportamenti contrari a tali documenti possono avere con riguardo ai rapporti contrattuali stessi.

Segnalazioni

I Destinatari sono tenuti a segnalare alla Direzione tutte le violazioni conosciute o sospette della presente Policy o della normativa di riferimento tramite e-mail al seguente indirizzo segnalazioni@morethanaccess.com.

MTA si impegna ad analizzare qualsiasi violazione segnalata e di procedere a verifiche interne, se necessario. Tutto il Personale è tenuto a cooperare in caso di indagini interne in tema di anticorruzione.

Le sanzioni

L'inosservanza dei principi contenuti nella presente Policy può comportare l'applicazione delle misure sanzionatorie contenute nel Sistema Disciplinare aziendale e/o previste dalle prassi aziendali, nell'osservanza della rigida applicazione del Contratto di lavoro.

Allegato 2 al CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO

- FAIR COMPETITION POLICY -

L'impegno di MTA

La presente *Fair Competition Policy* ("Policy") stabilisce che More Than Access S.r.l. Società Benefit (di seguito anche "MTA" o "l'Azienda") si aspetta una concorrenza leale e aperta da parte dei propri dipendenti e collaboratori che conducono qualsiasi attività per conto di MTA, per mezzo di pratiche commerciali oneste e trasparenti che rispettino la disciplina comunitaria in materia di concorrenza e *antitrust*, e la disciplina nazionale introdotta dalla Legge N. 287/1990 ("*Norme per la tutela della concorrenza e del mercato*").

MTA ritiene che una concorrenza leale in mercati aperti spinga l'Azienda a fare il miglior uso delle proprie risorse e a trovare idee innovative per sviluppare nuovi modi di fare *business* e acquisire clienti. Pratiche commerciali professionali, oneste e dirette sono in grado di proteggere la reputazione di MTA e garantiscono che MTA e i suoi dipendenti e collaboratori non violino le leggi sulla concorrenza, che prevedono sanzioni severe.

La presente Policy è stata redatta nel rispetto delle Linee Guida sulla *compliance antitrust* fornite dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e di Confindustria, al fine di prevenire la commissione di illeciti *antitrust* nello svolgimento dell'attività di impresa.

Affinché il rispetto delle regole di concorrenza costituisca parte integrante della cultura e della politica aziendale, tutti i dipendenti e collaboratori di MTA sono messi nelle condizioni di conoscere approfonditamente le regole in vigore sulla concorrenza e i rischi legati all'*antitrust* connessi alla propria attività grazie allo svolgimento di attività di formazione continua da parte di risorse interne e di consulenti esterni.

MTA si avvale di un processo in quattro fasi per valutare e gestire eventuali rischi inerenti al rispetto delle leggi sulla concorrenza previste dall'ordinamento italiano e in linea con le *best practice* europee:



Core – Commitment alla conformità: il *Senior Management*, in particolare l'Amministratore Unico, deve dimostrare un impegno chiaro e inequivocabile per il rispetto delle leggi sulla concorrenza, promuovendo il processo volto a prevenire e scongiurare la commissione di infrazioni *antitrust*.

Fase 1 – Identificazione del rischio: si identificano i rischi legati al diritto della concorrenza affrontati da MTA.

Fase 2 – Valutazione del rischio: si determina la gravità dei rischi identificati (spesso è più semplice valutarli come bassi, medi o alti). MTA valuta quali dipendenti o collaboratori si trovano in aree ad alto rischio, come ad esempio quelli che hanno probabili contatti con *competitor*.

Fase 3 – Mitigazione del rischio: si definiscono policy, procedure e formazione adeguate con l'obiettivo che i rischi identificati non si verifichino, assicurandosi al tempo stesso di rilevarli e affrontarli nel caso in cui si verifichino.

Fase 4 – Revisione: si rivedono regolarmente le fasi 1-3 ed il *commitment* alla conformità, per garantire l'efficacia del processo. Eventuali revisioni straordinarie, potrebbero rendersi necessarie ad esempio in caso di modifiche sostanziali all'organizzazione o alle modalità di svolgimento dell'attività.

Pratiche sleali e comportamenti anticoncorrenziali

I dipendenti e i collaboratori di MTA non devono intraprendere o dare l'impressione di intraprendere alcuna azione che possa escludere o ridurre ingiustamente la concorrenza in qualsiasi mercato. I dipendenti e i collaboratori non devono travisare, manipolare, nascondere, utilizzare in modo improprio informazioni riservate e non devono intraprendere discorsi denigratori nei confronti dei *competitor* o pratiche sleali con azionisti, clienti, partner commerciali, *competitor* e altri dipendenti e collaboratori. I dipendenti e i collaboratori devono ottenere informazioni sui *competitor*, sui loro prodotti, servizi, tecnologie, prezzi, campagne di marketing, ecc. solo attraverso mezzi legali ed etici.

Inoltre, i dipendenti e i collaboratori non devono far partecipare MTA ad accordi commerciali o a comportamenti di cartello volti a eliminare o scoraggiare la concorrenza o a conferire un vantaggio competitivo inappropriato. Le attività vietate includono, a titolo esemplificativo e non esaustivo, accordi di fissazione dei prezzi, boicottaggio illegale di fornitori o clienti, manipolazione delle offerte, condotta di cartello, pratiche predatorie, trattative esclusive, abuso di potere di mercato, controllo della produzione o limitazione della fornitura di beni e servizi, pratiche concertate, segnalazione dei prezzi, fissazione dei prezzi per eliminare un *competitor*, stipula di un accordo o di un'intesa con i *competitor* per dividersi un mercato, scambio di informazioni riservate, ecc.

Le forme più comuni di condotta vietata sono descritte di seguito. I dipendenti e i collaboratori devono chiedere consiglio al management in caso di dubbi sul fatto che un'azione possa essere considerata una pratica sleale o un comportamento anticoncorrenziale.

Manipolazione delle offerte

La manipolazione delle offerte si verifica quando due o più *competitor* coordinano le offerte, per cui ad esempio uno o più *competitor* si accordano per non presentare un'offerta, per ritirare un'offerta o per presentare un'offerta raggiunta di comune accordo, senza che l'ente che richiede l'offerta sia informato dell'accordo stipulato tra le parti.

Fissazione dei prezzi e segnalazione dei prezzi

La fissazione dei prezzi è un accordo (scritto, verbale o desunto dal comportamento) tra *competitor* che aumenta, abbassa o stabilizza i prezzi o le condizioni di concorrenza. La fissazione dei prezzi si verifica ogni volta che due o più *competitor* si accordano per intraprendere azioni che hanno l'effetto di aumentare, abbassare o stabilizzare il prezzo di qualsiasi prodotto o servizio senza alcuna giustificazione legittima, o quando alcuni *competitor* si accordano per eliminarne altri. La segnalazione dei prezzi si verifica quando i *competitor* concordano metodi per segnalarsi reciprocamente i prezzi al fine di coordinare le vendite a prezzi uniformi.

Ripartizione del mercato

La ripartizione del mercato si verifica quando i *competitor* si accordano per dividere o assegnare i clienti o i mercati geografici, o per limitare la produzione di un prodotto fissando quote tra i *competitor* o con altri mezzi, piuttosto che prendere decisioni indipendenti su dove operare, da chi rifornirsi e quali clienti perseguire. La

ripartizione del mercato comprende la ripartizione dei clienti per area geografica, l'accordo di non competere per i clienti dell'altro (accordi cosiddetti *no-poach*) e l'accordo di non entrare/espandersi nel mercato di un *competitor*.

Scambio anticoncorrenziale di informazioni riservate

Lo scambio vietato di informazioni riservate (come prezzi, costi o profitti) si verifica quando le parti in concorrenza tra loro, anche se contemplano una transazione o lo scambio di informazioni in un altro contesto, intraprendono discussioni o scambi di informazioni che hanno un impatto negativo sulla concorrenza tra loro.

Abuso di posizione dominante

L'abuso di posizione dominante (o abuso di potere di mercato) si verifica quando un'impresa o un gruppo di imprese in posizione dominante impedisce o riduce in modo sostanziale la concorrenza, compiendo atti volti a eliminare o disciplinare i *competitor* o semplicemente a impedire ai potenziali *competitor* di entrare in un mercato. L'abuso di posizione dominante si verifica anche quando una parte controlla la produzione o limita la fornitura di beni e servizi per limitare la concorrenza. Esempi di atti che possono costituire abuso di posizione dominante sono la compressione sleale dei margini o la vendita di servizi sottocosto per eliminare dal mercato gli altri *competitor*.

Interazioni con i *competitor*

MTA e i suoi dipendenti e collaboratori devono assicurarsi che le discussioni o lo scambio di informazioni riservate non portino ad accordi illeciti, anche verbali, in particolare in occasione di eventi commerciali e incontri informali e sociali. In tutte le circostanze in cui la discussione tra *competitor* è prevalente, i dipendenti e i collaboratori devono:

- a. evitare di scambiare informazioni con un *competitor* su prezzi, costi, profitti, tariffe, termini contrattuali o di offerta, oneri, commissioni o sconti applicabili a clienti, appaltatori o fornitori attuali o futuri; e sull'assegnazione di lavoro, mercati, territori o clienti.
- b. evitare di fare dichiarazioni che creino, implicino o suggeriscano ad altri l'esistenza di un accordo anticoncorrenziale con un *competitor*.

Gli accordi di *teaming*, *joint venture* o consorzio sono esempi di collaborazione legale tra *competitor* naturali, che possono svolgere un ruolo positivo in un ambiente di concorrenza leale. Tuttavia, quando si presenta l'opportunità di un rapporto di *teaming*, *joint venture* o consorzio, i dipendenti e collaboratori devono prestare attenzione al tipo di informazioni che vengono scambiate e al momento in cui vengono scambiate.

In generale, le leggi sulla concorrenza vietano tutti gli accordi per fissare i prezzi, ripartire i mercati o limitare la produzione che non siano attuati nell'ambito di una collaborazione, un'alleanza o una *joint venture* legittima.

I dipendenti e i collaboratori non devono scambiare informazioni riservate come prezzi, costi o profitti con i *competitor* senza un'autorizzazione adeguata e devono ottenere la revisione del *management* prima di concordare un prezzo relativo a un'offerta con un *competitor* in qualsiasi circostanza.

Se un dipendente o un collaboratore si trova a partecipare a una riunione o a una conversazione che coinvolge *competitor* in cui si discute di comportamenti o azioni anticoncorrenziali deve immediatamente allontanarsi dalla situazione, quindi documentare la preoccupazione e consultare il *management*, che lo aiuterà a determinare se sono necessarie ulteriori indagini e misure precauzionali.

Non conformità

MTA applica un approccio "tolleranza zero" a tutte le forme di pratica sleale o comportamenti anticoncorrenziali commessi da dipendenti, collaboratori o partner commerciali che agiscono per suo conto. L'adozione di comportamenti anticoncorrenziali costituisce una violazione del Codice Etico e di Comportamento e della presente Policy e le conseguenze possono comportare l'applicazione di una sanzione disciplinare, compreso il

licenziamento. In aggiunta, la violazione delle leggi sulla concorrenza può avere conseguenze legali e regolamentari, tra cui responsabilità civile e penale, sanzioni per MTA e i suoi dipendenti e collaboratori, danni alla reputazione e l'esclusione di MTA dalle logiche commerciali dei propri clienti.

Dove rivolgersi per dubbi o ulteriori informazioni

I dipendenti e i collaboratori di MTA possono chiedere chiarimenti al *Senior Management* in caso di dubbi sul fatto che una condotta possa avere natura anticoncorrenziale e circa qualsiasi aspetto connesso alla presente Policy.

Segnalazione di violazioni sospette

Le informazioni su possibili violazioni di questa Policy da parte di MTA, dei suoi dipendenti o di qualsiasi terza parte con cui MTA conduce o prevede di condurre affari devono essere segnalate tempestivamente. I dipendenti e i collaboratori possono segnalare i sospetti di cattiva condotta al proprio responsabile diretto o al *Senior Management*, anche in modo confidenziale e anonimo.