

Codice Etico del Gruppo Cariparma FriulAdria



Sommario

1.	PREMESSA	5
2.	DEFINIZIONI	5
3.	LA MISSIONE AZIENDALE	6
4.	I VALORI DI RIFERIMENTO	6
5.	PRINCIPI DI CONDOTTA NEI RAPPORTI ESTERNI	7
5.1	RAPPORTI CON LA CLIENTELA	7
5.2	RAPPORTI CON GLI AZIONISTI	8
5.3	RAPPORTI CON I FORNITORI	9
5.4	RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E CON GLI ENTI	9
5.5	RAPPORTI CON LE ORGANIZZAZIONI POLITICHE E SINDACALI	9
5.6	RAPPORTI CON GLI ORGANI DI INFORMAZIONE	9
6.	PRINCIPI DI CONDOTTA NEI RAPPORTI INTERNI	10
7.	RESPONSABILITA' VERSO LA SOCIETA'	10
7.1	BILANCIO SOCIALE	11
7.2	OPPOSIZIONE AD ATTIVITÀ ILLECITE E CRIMINOSE	11
7.3	FINANZIAMENTI AL SETTORE DELLE ARMI	11
7.4	TUTELA DELL'AMBIENTE	12
7.5	IMPEGNI VERSO LA COMUNITA'	12
8.	ADOZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO	12
8.1	MODALITA' DI DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO	13
8.2	MODALITA' DI CONTROLLO INTERNO DEL CODICE ETICO	13
8.3	SEGNALAZIONI E INTERVENTI IN CASO DI INOSSERVANZA	14
8.4	DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI	14

1. PREMESSA

Il Codice Etico (di seguito “Codice”) rappresenta l’insieme dei principi, dei doveri e delle responsabilità che il Gruppo Cariparma FriulAdria (“Gruppo”) assume nei confronti di tutti i propri stakeholders, ovvero di tutti i soggetti che collaborano al raggiungimento degli obiettivi aziendali o sui quali l’attività del Gruppo ricade, in modo diretto o indiretto (clienti, azionisti, collaboratori, fornitori, istituzioni, ambiente, collettività intera).

Tale Codice fissa valori, standard di riferimento e norme generali di comportamento che guidano le scelte e le iniziative adottate dal Gruppo, la definizione dei processi interni, nonché le condotte dei soggetti che in esso operano, al fine di garantire una creazione di valore sostenibile nel tempo e preservare una reputazione costruita sulla fiducia e sull’affidabilità.

Ciascun amministratore, sindaco, dipendente, collaboratore è chiamato al rispetto dei principi e delle norme contenute nel presente Codice nell’esercizio delle proprie funzioni e nell’espletamento della propria attività lavorativa.

2. DEFINIZIONI

Di seguito si forniscono utili definizioni per la comprensione del documento.

Clienti: ciascuna persona fisica o giuridica che instaura un rapporto giuridico con una delle società del Gruppo Cariparma FriulAdria finalizzato ad ottenere la prestazione di un servizio.

Conflitto di interesse: definito come quel conflitto che potrebbe insorgere con il cliente o tra i clienti che si verifica tipicamente nelle circostanze ove, a seguito della prestazione di qualunque servizio e attività di investimento o servizio accessorio o di una combinazione di tali servizi, l’intermediario o un soggetto rilevante (o un soggetto avente con esso un legame di controllo, diretto o indiretto):

- possa realizzare un guadagno finanziario o evitare una perdita finanziaria a danno del cliente;
- sia portatore di un interesse nel risultato del servizio prestato al cliente distinto da quello del cliente medesimo;
- abbia un incentivo a privilegiare gli interessi di clienti diversi da quello a cui il servizio è prestato;
- svolga la medesima attività del cliente;
- riceva o possa ricevere da una persona diversa dal cliente, in relazione con il servizio a questi prestato, un incentivo, sotto forma di denaro, beni o servizi, diverso dalle commissioni o dalle competenze normalmente percepite per tale servizio.

Destinatari: si ritengono tali gli amministratori, i sindaci, i dipendenti, i collaboratori, che prestino la propria attività anche in modo occasionale e non continuativo quali ad es. collaboratori a progetto, con contratto di somministrazione o di collaborazione occasionale, del Gruppo Cariparma FriulAdria (di seguito anche, globalmente, “collaboratori”), nonché ciascun altro *stakeholder* del Gruppo.

Gruppo: Gruppo bancario Cariparma FriulAdria

Normativa: le disposizioni nazionali, comunitarie ed internazionali, nonché i regolamenti di

attuazione e i provvedimenti emanati dalle Autorità competenti, e il complesso di disposizioni vigenti all'interno delle Società del Gruppo finalizzate a definirne i requisiti di organizzazione e funzionamento.

Società: ciascuna società appartenente al Gruppo bancario Cariparma FriulAdria

Stakeholders: letteralmente, "portatori di interessi". Gli stakeholders sono le persone che lavorano nella Banca, i soci/azionisti, i clienti, i fornitori, il sistema finanziario, lo Stato e le autonomie locali, la collettività, l'ambiente, i media.

3. LA MISSIONE AZIENDALE

Il Gruppo Cariparma FriulAdria, facente parte del Gruppo Crédit Agricole, uno tra i principali protagonisti del panorama bancario europeo e internazionale, coniuga la dimensione nazionale con un'orgogliosa tradizione di radicamento sul territorio.

L'obiettivo del Gruppo è quello di fornire servizi e prodotti bancari e finanziari di alta qualità, ponendo attenzione alla soddisfazione dei clienti e degli azionisti e nell'intento di contribuire a rispondere ai bisogni della collettività e dei territori sui quali opera.

Consapevole dell'importanza di perseguire obiettivi di sviluppo e risultati sostenibili nel tempo, il Gruppo si impegna in una gestione prudente dei risparmi pur nel perseguimento di politiche di ampliamento dell'accesso al credito e agli strumenti finanziari e nel sostegno allo sviluppo sostenibile delle imprese.

4. I VALORI DI RIFERIMENTO

Il Gruppo Cariparma FriulAdria fa propri i seguenti valori, che devono guidare l'attività professionale quotidiana così come le scelte strategiche di tutti coloro che amministrano, controllano, lavorano e collaborano con le Società del Gruppo, definendo una chiara identità basata sulla costruzione di un rapporto di solida fiducia tra e con tutti gli stakeholders.

Integrità: il Gruppo Cariparma FriulAdria persegue i propri obiettivi e organizza la propria attività con onestà, correttezza e responsabilità nel pieno rispetto delle regole e dell'etica professionale.

Responsabilità: il Gruppo Cariparma FriulAdria opera facendo propria a tutti i livelli gerarchici una politica della responsabilità declinata tanto nel contesto d'impresa quanto sociale ed ambientale, ben consapevole di come la propria attività rilevi non solo per i dipendenti, clienti ed azionisti, ma per l'intera collettività; per questo il Gruppo, nel perseguire la propria missione a livello nazionale, rimane fedele all'impegno locale e attento ai bisogni del territorio. Amministratori, sindaci, dipendenti e collaboratori del Gruppo sono chiamati ad operare assumendo gli obblighi professionali, deontologici ed etici connessi al ruolo e alla sfera di competenze di ciascuno.

Trasparenza: la trasparenza è alla base di ogni azione e comunicazione posta in essere dal Gruppo nei confronti dei propri interlocutori sia interni che esterni, per permettere a tutti i portatori di interesse di fare scelte consapevoli.

Rispetto delle diversità: viene vietata ogni forma di discriminazione e si garantisce la piena tutela delle diversità di genere, nazionalità, orientamenti sessuali, età, razza, religione, appartenenza politica e sindacale, diversa abilità, lingua, indirizzi filosofici.

Deve essere garantita la dovuta attenzione ad ogni tipo di interlocutore, assicurando rapporti improntati al rispetto della centralità della persona e della dignità di ognuno.

Impegno e professionalità: ciascuno, nell'ambito delle responsabilità connesse al ruolo ricoperto, deve fornire il massimo livello di professionalità di cui dispone impegnandosi a contribuire in maniera concreta ed efficiente al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

E' vietato, nell'espletamento dei propri compiti, assumere decisioni o svolgere attività che siano in conflitto o non conformi con gli interessi della Società.

Riservatezza: tutti coloro che svolgono la propria attività all'interno del Gruppo Cariparma FriulAdria, anche in modo occasionale e non continuativo, sono tenuti alla massima riservatezza relativamente a dati personali, informazioni, comunicazioni e notizie di cui entrano in possesso nel contesto lavorativo e la cui divulgazione potrebbe comportare violazione di normative nonché danni ai clienti, all'immagine o agli interessi della Società.

Fiducia: il Gruppo orienta ogni sua condotta alla costruzione di rapporti basati sulla sicurezza, affidabilità e reputazione sia nell'ambito interno che nei rapporti con i clienti, gli stakeholders, i fornitori, le società partecipate e i partner progettuali.

5. PRINCIPI DI CONDOTTA NEI RAPPORTI ESTERNI

Gli organi sociali, i dipendenti, i collaboratori assumono un comportamento fondato sulla massima correttezza, integrità e professionalità, nel costante rispetto dei valori di riferimento del Gruppo, in tutti i rapporti con persone ed enti esterni all'azienda.

5.1 RAPPORTI CON LA CLIENTELA

Il Gruppo Cariparma FriulAdria impronta i rapporti con la clientela sulla volontà di creare relazioni durature, positive e costruttive, basate sulla fiducia e sulla capacità di rispondere alle necessità e agli interessi dei clienti con competenza, efficienza e responsabilità.

Chiunque instauri un rapporto con la clientela è pertanto tenuto

- Al **rispetto della legge** con particolare riferimento alle disposizioni in materia di antiriciclaggio, antiusura, trasparenza, privacy e a tutte le altre diverse norme applicabili a tutela del cliente.

La tutela della sicurezza dei clienti, dei loro beni, e delle loro informazioni rappresenta un dovere primario. Nell'acquisire informazioni dalla clientela occorre pertanto attenersi al rispetto della normativa in materia di privacy e di riservatezza. La Società adotta inoltre ogni possibile precauzione per proteggere i dati dei clienti, anche in riferimento ai rischi di frode informatica.

Nell'avviare relazioni commerciali con nuovi clienti e nella gestione di quelli già in essere è vietato intrattenere rapporti con soggetti implicati in attività illecite e in particolare connesse al traffico di armi e di sostanze stupefacenti, al riciclaggio e al terrorismo.

- All'**indipendenza da ogni tipo di condizionamento**.

I rapporti con la clientela devono essere sempre contrassegnati dal massimo rispetto e attenzione verso le persone e la dignità individuale. E' assolutamente vietata ogni forma di discriminazione relativa al genere, alla nazionalità, all'età, al ceto sociale, alla lingua,

agli orientamenti sessuali, politici, religiosi, sindacali.

I rapporti commerciali sono condotti in ottemperanza alle disposizioni di legge vigenti nonché alla normativa interna tempo per tempo emanata. La relazione è improntata alla conoscenza del cliente, al fine di instaurare rapporti duraturi fondati sulla fiducia; deve essere promosso un costante dialogo, teso a comprendere il profilo del cliente, i suoi obiettivi e necessità al fine di poter proporre prodotti e servizi rispondenti. Gli obiettivi di vendita, le direttive interne e il sistema incentivante rivolto al personale sono coerenti con i principi espressi nel presente Codice e con i valori del Gruppo.

- Alla piena **trasparenza, correttezza, equità**.

Il Gruppo Cariparma FriulAdria lavora per la costruzione di rapporti di fidelizzazione e di lungo periodo con i propri clienti, che devono dunque essere caratterizzati da comportamenti corretti, equi e trasparenti. Il Gruppo si impegna nell'adoptare sempre forme di comunicazione le più comprensibili e complete possibili e promuove il dialogo e la comunicazione attraverso vari canali con la propria clientela, anche al fine di raccogliere domande e suggerimenti.

Vengono sostenuti progetti di estensione dell'accesso al credito per i soggetti che ne sono generalmente esclusi, cercando di studiare ed offrire specifici prodotti dedicati alle necessità di fasce sociali più deboli.

Particolare attenzione è dedicata alla soddisfazione della clientela, con l'introduzione di forme di monitoraggio, indagini ed indici di misurazione.

Ci si impegna nel dare adeguato seguito e tempestivo riscontro alle segnalazioni e ai reclami presentati dai clienti, in un'ottica di continuo miglioramento dei servizi offerti e dell'organizzazione interna.

Le Società del Gruppo aderiscono inoltre ad iniziative, anche di autoregolamentazione, promosse dal comparto bancario e non, finalizzate ad assicurare alla clientela, specialmente al dettaglio, una maggiore trasparenza e semplificazione e la possibilità di poter confrontare con più facilità servizi e prodotti offerti.

5.2 RAPPORTI CON GLI AZIONISTI

Tra le responsabilità delle Società del Gruppo vi è anche quella di creare valore per gli azionisti, principalmente attraverso la costituzione di un solido e duraturo rapporto con la clientela basato sulla qualità dei servizi offerti, la fidelizzazione del personale tramite la predisposizione di specifici percorsi di formazione, crescita e valorizzazione, nonché il sostegno alle economie indotte.

Le decisioni e i comportamenti delle Società sono tesi a rispondere alle attese e agli interessi dei clienti, degli azionisti e degli altri stakeholders e ad offrire la propria collaborazione alle aziende ed organizzazioni che promuovono e diffondono pratiche di responsabilità sociale d'impresa.

L'organizzazione interna garantisce e sostiene un adeguato ed efficiente sistema di controlli interni su più livelli, finalizzato a svolgere un attento e costante monitoraggio e presidio dell'insieme dei rischi, con l'obiettivo di salvaguardare il valore delle attività e la reputazione della Società.

Il Gruppo assicura inoltre, nel pieno rispetto delle normative, che le comunicazioni al mercato siano sempre complete, tempestive ed accurate ed impronta i rapporti con le Autorità di Vigilanza e Controllo nel segno della massima collaborazione.

5.3 RAPPORTI CON I FORNITORI

Anche nei confronti dei fornitori le Società del Gruppo assumono un atteggiamento di correttezza, equità e trasparenza tale da mantenere nel tempo un rapporto basato sulla fiducia.

La scelta dei fornitori avviene attraverso una procedura oggettiva e trasparente caratterizzata da criteri chiari e documentabili.

Nella gestione e conclusione dei contratti per le forniture, così come per i casi di consulenze professionali, ci si adopera per evitare situazioni di conflitto di interesse anche potenziale.

La selezione dei fornitori avviene sulla base del merito, della solidità e sostenibilità organizzativa e del migliore rapporto qualità - prezzo tra coloro che offrano garanzie di operare in ottemperanza alle leggi e alla regolamentazione anche di settore vigenti e con particolare attenzione a criteri di sostenibilità ambientale.

Anche nei rapporti con i fornitori le Società applicano principi ispirati alla responsabilità sociale d'impresa, nell'intento di diffondere una cultura della legalità e del rispetto nell'intera catena di fornitura.

5.4 RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E CON GLI ENTI

Nel rapportarsi con la Pubblica Amministrazione e gli altri enti pubblici ciascuna Società si ispira ai principi di correttezza, equità ed integrità.

L'assunzione di impegni e la gestione dei rapporti con le istituzioni sono riservate alle funzioni aziendali preposte e/o ad altro personale autorizzato.

Oltre al rispetto di leggi e regolamenti applicabili, in tali rapporti devono sempre essere tutelate reputazione e integrità, secondo le linee di condotta indicate nel Modello organizzativo della Società ex D. Lgs. 231/01.

5.5 RAPPORTI CON LE ORGANIZZAZIONI POLITICHE E SINDACALI

Il Gruppo non ammette erogazioni di contributi diretti o indiretti in denaro, in natura, o in altra forma a movimenti, comitati o organizzazioni che rivestono un fine esclusivamente politico. La partecipazione ad interventi promozionali e commerciali, a fronte di iniziative promosse da partiti politici e organizzazioni sindacali, è altresì definita nel rispetto delle leggi vigenti e nella massima trasparenza.

L'eventuale partecipazione, a titolo personale, dei destinatari del Codice ad organizzazioni politiche deve avvenire fuori dell'orario di lavoro e senza alcun collegamento con la funzione svolta nella Società.

5.6 RAPPORTI CON GLI ORGANI DI INFORMAZIONE

Per quanto concerne il Gruppo Cariparma FriulAdria è stato stabilito che l'Ufficio Relazioni con i Media, attivo presso la Capogruppo sotto la responsabilità del Servizio Comunicazione Istituzionale di Gruppo, sia la struttura che governa il processo di comunicazione con i media (agenzie di stampa, giornali, tv, radio, testate internet) per tutto il Gruppo e l'iter di approvazione da parte di Crédit Agricole.

Le comunicazioni destinate, direttamente o indirettamente, al pubblico sono sottoposte ad

attento controllo al fine di garantirne la veridicità ed assicurare che non contengano informazioni o omissioni che possano risultare fuorvianti, alterandone l'attendibilità; tale controllo garantisce inoltre che esse siano coerenti, omogenee ed accurate, conformi alle politiche e ai programmi societari.

6. PRINCIPI DI CONDOTTA NEI RAPPORTI INTERNI

La professionalità e l'impegno dei dipendenti rappresentano per il Gruppo Cariparma FriulAdria valori determinanti ed imprescindibili, che il Gruppo si impegna quindi a sostenere e valorizzare. Vengono a tal fine garantite condizioni e ambienti di lavoro sicuri, salubri e soddisfacenti, in cui i dipendenti sono trattati in modo equo e con rispetto per il lavoro e la dignità di ciascuno, supportati nello sviluppo professionale.

La ricerca, la selezione e la gestione del personale è effettuata sulla base di criteri oggettivi di competenza, professionalità e motivazione garantendo a tutti pari opportunità d'inserimento e di sviluppo professionale in base al merito. Vengono realizzate politiche di sostegno alla maternità, e forme di flessibilità che permettano il giusto equilibrio tra attività professionale e vita privata.

E' vietata ogni forma di abuso, molestia e discriminazione, e vengono adottate misure necessarie a prevenire comportamenti non conformi ai valori del Gruppo e alle prescrizioni del presente Codice.

Viene favorito un clima di lavoro positivo, che riconosca a tutti la possibilità di esprimere la propria individualità e valorizzi i rapporti interpersonali, contribuendo a realizzare partecipazione, senso d'appartenenza e spirito di squadra.

A tal fine vengono adottate politiche trasparenti di remunerazione del management e dei dipendenti, nonché un sistema di analisi e valutazione delle prestazioni basato su un dialogo costante e costruttivo tra collaboratori e responsabili, attraverso la definizione di obiettivi condivisi e raggiungibili, che tengano in considerazione la specificità del lavoro di ognuno e che promuovano l'adozione di comportamenti coerenti e trasparenti, anche nella relazione con la clientela. L'impegno e la professionalità dei dipendenti nel raggiungimento degli obiettivi aziendali vengono valorizzati anche attraverso un sistema di incentivazione economica basato su criteri chiari ed oggettivi, che privilegino atteggiamenti solidali e partecipativi, e con una forte attenzione al rispetto delle regole e al governo dei rischi, soprattutto in un'ottica di lungo periodo.

Le politiche di budget sono pianificate in coerenza con i principi espressi dal presente Codice e nel rispetto della professionalità dei dipendenti.

Gli organi sociali, oltre al rispetto della legge, dello statuto, della normativa di vigilanza sono tenuti all'osservanza dei precetti contenuti nel presente Codice etico.

7. RESPONSABILITA' VERSO LA SOCIETA'

Il Gruppo Cariparma FriulAdria è ben consapevole dell'importanza del ruolo che il settore bancario e finanziario riveste nei confronti della società e di come il numero degli interlocutori a cui l'attività della banca si rivolge sia in continua evoluzione. Una consapevolezza incentivata anche dall'essere parte di Crédit Agricole, un gruppo tra i più attivi nel panora-

ma bancario globale nello sviluppo sostenibile, firmatario fin dal 2003 del “Global Compact”, il Patto mondiale promosso dall’ONU che impegna i soggetti aderenti ad adottare e diffondere un insieme di dieci valori fondamentali relativamente ai diritti dell’uomo, alla legislazione sul lavoro, al rispetto dell’ambiente e alla lotta alla corruzione (<http://www.credit-agricole.com/developpement-durable/>).

Il Gruppo Cariparma FriulAdria esprime a sua volta il proprio senso di responsabilità nei confronti della collettività, impegnandosi ad agire non solo al fine di generare rendimenti positivi a favore degli investitori e offrire prodotti e servizi di qualità alla clientela, ma con l’obiettivo più ampio di creare valore per tutti i suoi stakeholders, adottando comportamenti attenti alla comunità in cui opera anche attraverso il sostegno alla crescita economica, sociale e culturale dei territori di riferimento.

7.1 BILANCIO SOCIALE

Le Società del Gruppo Cariparma FriulAdria declinano il proprio percorso di responsabilità sociale d’impresa anche attraverso la redazione del Bilancio Sociale, pubblicato ed accessibile al pubblico attraverso i propri siti internet.

Con tale documento, che ha l’obiettivo di fornire una rendicontazione trasparente e puntuale dell’organizzazione e delle attività della Società nei confronti di tutti i portatori di interesse, si intendono inserire gli obiettivi d’impresa all’interno di un più ampio contesto sociale, permettendo di confrontare nel tempo le azioni intraprese dalla Società in termini di ricerca di uno sviluppo sempre più sostenibile e di una maggiore sensibilizzazione alla responsabilità sociale.

7.2 OPPOSIZIONE AD ATTIVITÀ ILLECITE E CRIMINOSE

Il Gruppo Cariparma FriulAdria collabora con altre banche, istituzioni e autorità di controllo, per contribuire alla lotta al crimine, con particolare riguardo a:

- prevenzione delle frodi a danno dei clienti
- lotta alla corruzione
- lotta al riciclaggio dei proventi legati ad attività illecite
- contrasto al finanziamento di attività terroristiche
- prevenzione e contrasto dei fenomeni di usura e racket. A tal fine le Società del Gruppo collaborano con le Prefetture italiane nelle attività di prevenzione del compimento di reati di racket e usura e nel rafforzare l’accesso al credito legale.

Le attività di contrasto sopra descritte sono effettuate, oltre che nel rispetto della legge, attraverso appropriati interventi formativi ed organizzativi, e l’adozione di sistemi normativi e tecnologici che consentono una pronta rilevazione e trattamento delle operazioni e transazioni sospette.

7.3 FINANZIAMENTI AL SETTORE DELLE ARMI

I finanziamenti e le operazioni di credito di firma rivolti in modo diretto alla produzione ed al commercio di armi, pur se pienamente conformi alle normative vigenti, sono, di norma, esclusi dagli ambiti di ammissibilità.

7.4 TUTELA DELL'AMBIENTE

La tutela dell'ambiente è uno dei principi chiave della politica di responsabilità adottata dal Gruppo Cariparma FriulAdria.

Il Gruppo si impegna nel rifiuto dello spreco e a far in modo che le scelte attuate non abbiano un impatto negativo sull'ambiente. Persegue l'obiettivo di gestire in modo organizzato e con crescente efficienza gli impatti diretti della propria operatività quotidiana, favorendo la riduzione delle emissioni inquinanti, un consumo attento e limitato di carta, acqua ed energia, una gestione dei rifiuti finalizzata al recupero dei materiali smaltiti; presso la Capogruppo Cariparma è stata altresì individuata una figura interna, il c.d. "energy manager", responsabile per la conservazione e l'uso razionale dell'energia. Particolare attenzione viene posta nella limitazione degli impatti indiretti, connessi in particolare con l'attività di clienti e fornitori, attraverso forme di sensibilizzazione e politiche attive quali la valutazione del rischio ambientale nei finanziamenti, l'esclusione di attività o prodotti inquinanti nei rapporti con i fornitori, il sostegno attraverso propri prodotti e servizi agli investimenti di persone, famiglie, enti e imprese che vogliono migliorare la loro efficienza e qualità energetico- ambientale.

Il Gruppo promuove inoltre iniziative atte a sviluppare forme di mobilità sostenibile per i dipendenti, al fine di limitare al massimo l'utilizzo dell'automobile e razionalizzare gli spostamenti.

7.5 IMPEGNI VERSO LA COMUNITA'

Il Gruppo Cariparma FriulAdria, pur essendo una realtà di livello nazionale e parte di un Gruppo di dimensioni globali, intende rimanere fedele al proprio impegno locale e partecipa quindi alla promozione e sviluppo del benessere economico e alla qualità dei contesti sociali in cui opera.

Il Gruppo si impegna ad individuare, anche in partnership con altre associazioni, enti o organizzazioni, le esigenze ed i bisogni, non solo materiali, della collettività e a sostenere programmi di tutela e sviluppo delle comunità conformi ai propri valori e principi etici, attraverso:

- donazioni ad organizzazioni attive nel volontariato e nella solidarietà e sostegno al mondo no-profit e alle imprese sociali con l'attivazione di progetti di utilità comune;
- sostegno a Fondazioni impegnate nella promozione di iniziative in ambito culturale, artistico, scientifico, sociale e ambientale;
- sponsorizzazioni di manifestazioni ed iniziative culturali e sportive di livello sia nazionale che locale, tese a promuovere nella società, ed in particolare tra i giovani, i valori della cultura e dello sport.

8. ADOZIONE E CONTROLLO DEL CODICE ETICO

Il Codice Etico, ed ogni eventuale futuro aggiornamento, è approvato dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo del Gruppo Cariparma FriulAdria, su proposta dell'Amministratore Delegato, sentiti i rappresentanti legali delle Società appartenenti al Gruppo.

Il Codice è soggetto a revisione periodica a cura della funzione di Compliance di Cariparma, in qualità di Capogruppo, quando ritenuto opportuno per iniziativa propria o su segnalazio-

ne di altra funzione, in collaborazione con tutte le altre strutture coinvolte.

I principi e i valori espressi dal presente Codice ispirano anche le disposizioni previste dal Codice di Comportamento Interno adottato dal Gruppo Cariparma FriulAdria, che stabilisce le linee guida di condotta e gli standard professionali ai quali devono attenersi tutti gli amministratori, i sindaci, i dipendenti e i collaboratori del Gruppo, nonché le disposizioni previste dalla normativa interna.

Il Codice Etico rappresenta riferimento e parte integrante anche del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001.

8.1 MODALITA' DI DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO

Il presente Codice Etico viene reso accessibile ai clienti e ai soggetti interessati attraverso la pubblicazione nel sito internet delle Società del Gruppo; il Codice è altresì a disposizione dei dipendenti nella intranet aziendale.

Una copia cartacea viene consegnata a ciascun consigliere, dipendente o collaboratore all'atto, rispettivamente, della nomina, dell'assunzione o dell'avvio del rapporto di collaborazione con l'azienda. Ogni aggiornamento del Codice è portato a conoscenza dei dipendenti tramite diffusione interna.

I valori e i principi che si vogliono affermare attraverso il Codice Etico saranno inoltre oggetto di attività di formazione, con particolare riferimento ai neo-assunti, per consentire di tradurre i principi in comportamenti concreti da adottare durante l'attività lavorativa quotidiana. Il Gruppo è inoltre attento a diffondere la cultura del Codice Etico mediante ogni forma e strumento interno disponibile.

8.2 MODALITA' DI CONTROLLO INTERNO DEL CODICE ETICO

Il presente Codice si ispira al principio di auto-responsabilità delle strutture nel tutelare il valore reputazionale del Gruppo adottando comportamenti eticamente e socialmente responsabili. Ogni struttura aziendale è perciò tenuta a presidiare e garantire l'aderenza delle proprie azioni e attività ai principi e ai valori espressi nel presente Codice, attuando forme di controllo di linea permanenti nell'ambito della propria sfera di attività e competenze e segnalando eventuali inosservanze rilevate all'interno della propria struttura alla funzione Compliance secondo le modalità di seguito descritte.

La funzione Compliance di ciascuna Società svolge un ruolo di consulenza e supporto alle strutture aziendali relativamente all'interpretazione e all'applicazione del presente Codice Etico e ne cura l'aggiornamento al fine di renderlo coerente e attuale con la realtà aziendale. Effettua inoltre controlli di secondo livello al fine di verificare l'effettiva integrazione delle strategie, delle politiche e delle procedure aziendali con i principi ed i valori etici espressi, individuare potenziali aree di criticità, indicare alle strutture coinvolte, in seguito a confronto con le stesse, eventuali azioni correttive finalizzate al superamento delle criticità e monitorarne la successiva implementazione. Garantisce infine un adeguato flusso comunicativo verso gli Organi aziendali competenti, incluso ove opportuno l'Organismo di Vigilanza ai sensi del D. Lgs. 231/2001, relativamente alle risultanze dei monitoraggi effettuati nonché in caso di situazioni straordinarie. La funzione Compliance di Cariparma, in qualità di Capogruppo, riceve le segnalazioni di violazioni del Codice Etico e le analizza, eventualmen-

te con il supporto di altre funzioni aziendali; infine, nei casi in cui la funzione Compliance ravveda la possibile messa in opera di una frode interna, sottopone all'Audit una richiesta di accertamento per la determinazione dei fatti oggetto di segnalazione e delle eventuali responsabilità.

La funzione Audit opera un controllo di terzo grado sul regolare andamento dell'operatività e dei processi interni, su tutte le attività di controllo di primo e secondo grado esercitate dalle funzioni competenti nonché sul rispetto delle normative interne e degli obblighi etici e di responsabilità sociale.

8.3 SEGNALAZIONI E INTERVENTI IN CASO DI INOSSERVANZA

Ogni struttura aziendale, in quanto presidio di primo livello per il rispetto dei principi e dei valori etici espressi dal Codice nell'ambito delle proprie attività e competenze, è tenuta a segnalare eventuali inosservanze.

Inoltre, ogni dipendente e collaboratore del Gruppo, qualora, operando in buona fede, ravvisi attività o comportamenti non coerenti con i principi etici qui espressi, può segnalarlo in forma diretta e riservata al proprio responsabile gerarchico, o, ove ciò non sia possibile o comunque non opportuno, alla funzione Compliance della propria Società ovvero direttamente alla Compliance della Capogruppo.

Le segnalazioni dirette alla funzione Compliance di Cariparma sono inviate tramite e-mail alla casella di posta elettronica auto REGOLAMENTAZIONE@CARIPARMA.IT e devono essere il più circostanziate possibile.

Ogni segnalazione sarà trattata nella massima riservatezza sia nei confronti del segnalante che di eventuali persone segnalate, fatti salvi gli obblighi di legge; chiunque effettui segnalazioni in buona fede viene garantito da qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione.

Qualora, a seguito delle attività di accertamento effettuate sulle segnalazioni pervenute, venissero provate inosservanze al presente Codice, esse saranno segnalate alle funzioni di competenza affinché siano adottati i conseguenti provvedimenti, al fine di garantire sempre la massima osservanza, attenzione e sensibilità al rispetto dei valori del Gruppo e dei principi etici adottati.

8.4 DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Il presente Codice, approvato dal Consiglio di Amministrazione di Cariparma S.p.A., in data 23 settembre 2009 viene recepito da tutte le società del Gruppo Cariparma FriulAdria.

 **FRIULADRIA**
CRÉDIT AGRICOLE

 **CRÉDIT AGRICOLE**
LEASING

 **CARIPARMA**
CRÉDIT AGRICOLE