

CODICE ETICO

DI

OMEGA PHARMA S.R.L.

ADOTTATO DAL C.D.A. CON DELIBERA DEL 24 GIUGNO 2020

Indice

Preambolo	3
Principi generali	3
Comunicazione	3
<i>Comunicazione diretta agli operatori sanitari</i>	4
Congressi, convegni e riunioni scientifiche	5
I rapporti con il mondo scientifico	6
Adozione, rispetto e modifiche al Codice Etico	7
Segnalazione delle violazioni.....	7
Provvedimenti	7
Comunicazione e diffusione del Codice Etico	8

Preambolo

Il presente Codice Etico è ispirato alle norme del Codice Deontologico di AIIPA (Associazione Italiana Industrie Prodotti Alimentari) - Associazione "Nutrizione e Salute" Gruppo "Integratori Italia", del Novembre 2017, nonché alle norme del Codice Deontologico di Farindustria, del 18 Gennaio 2019, e si accompagna all'adozione da parte di Omega Pharma S.r.l. del Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. n. 231/2001.

Principi generali

Nell'organizzazione e nello svolgimento della propria attività, fermo restando quanto previsto dal Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. n. 231/2001, Omega Pharma si impegna:

- a far sì che i propri dipendenti e terzi collaboratori, attraverso appositi obblighi contrattuali, rispettino le prescrizioni del presente Codice Etico;
- a **rispettare le leggi, i regolamenti ed in generale le normative vigenti** in Italia;
- ad operare secondo **principi di correttezza, imparzialità, legalità, trasparenza, rispetto per le risorse umane, tutela della personalità individuale;**
- ad improntare i **rapporti con la Pubblica Amministrazione** secondo i principi di legalità, integrità, correttezza e trasparenza;
- ad astenersi dal finanziare partiti politici, movimenti, comitati ed organizzazioni politiche e sindacali, ovvero i loro rappresentanti o candidati, o associazioni ed eventi che abbiano come finalità la propaganda politica;
- a garantire la **tutela della salute e sicurezza dei luoghi di lavoro** ed il **rispetto dell'ambiente;**
- a rispettare i principi della **leale competizione** nei rapporti con le imprese concorrenti;
- a contribuire alla difesa di una **buona immagine** dell'industria di settore verso il mondo esterno, ad esempio attraverso una comunicazione etica ed una formulazione dei prodotti rispettosa della normativa nazionale e comunitaria applicabile;

Comunicazione

Omega Pharma si impegna ad adottare una comunicazione:

- onesta, veritiera e corretta, evitando ogni dichiarazione o rappresentazione che sia tale da indurre in errore gli operatori sanitari e/o i consumatori, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni non palesemente iperboliche;
- a non indurre i consumatori in errori nutrizionali;
- a non vantare proprietà non conformi alle particolari caratteristiche dei prodotti, ovvero proprietà che non siano realmente possedute dai prodotti stessi e in particolare proprietà terapeutiche o capacità di prevenzione e cura delle malattie umane senza adeguata certificazione clinica;

- a non affermare o sottintendere che una dieta equilibrata e variata non sia generalmente in grado di apportare le sostanze nutritive in quantità sufficienti;
- a indicare il nome delle categorie di sostanze nutritive o delle altre sostanze che caratterizzano il prodotto o la relativa natura, la dose raccomandata per l'assunzione giornaliera, con l'avvertenza di non eccederla;
- ad indicare, in presenza di sostanze nutritive (vitamine e minerali) o di altre sostanze ad effetto nutritivo (quali esemplificativamente aminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre ed estratti di origine vegetale, sia monocomposti che pluricomposti, in forme predosate), l'indicazione che gli integratori non vanno intesi come sostituti di una dieta variata;
- a non indurre a far credere, nella pubblicità dei prodotti contenenti come ingredienti piante o altre sostanze comunque naturali, che solo per effetto di tale derivazione naturale non vi sia il rischio di incorrere in effetti collaterali indesiderati;
- a usare in modo appropriato terminologia, citazioni e menzioni di prove tecniche e scientifiche;
- a non presentare prove tecniche e scientifiche e dati statistici con limitata validità in modo che essi appaiano come illimitatamente validi;
- ad utilizzare testimonianze autentiche, responsabili e controllabili;
- ad evitare qualsiasi sfruttamento del nome, del marchio, della notorietà e dell'immagine aziendale altrui;
- ad evitare ogni denigrazione di attività, imprese o prodotti altrui, anche se non nominati;
- ad utilizzare la comparazione quando sia utile ad illustrare, sotto l'aspetto tecnico od economico, caratteristiche e vantaggi dei beni e servizi oggetto della comunicazione, ponendo a confronto obiettivamente caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili tecnicamente e rappresentative di beni concorrenti, che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;
- a far sì che la comparazione sia leale e non ingannevole, non ingeneri rischi di confusione, non causi discredito o denigrazione e non tragga indebitamente vantaggio dalla notorietà altrui;
- ad evitare affermazioni o rappresentazioni di violenza fisica o morale o tali che debbano ritenersi indecenti, volgari o ripugnanti, ed evitare altresì di offendere le convinzioni morali, civili e religiose, rispettando la dignità della persona umana in tutte le sue forme ed espressioni;
- a documentare i contenuti della comunicazione.

Comunicazione diretta agli operatori sanitari (non comprende il materiale ad uso didattico)

Fermo restando quanto previsto al paragrafo precedente, Omega Pharma si impegna a far sì che i propri agenti condividano e rispettino il presente Codice Etico.

In particolare, la Società si impegna a che gli agenti si presentino agli operatori sanitari identificandosi nella propria qualifica e funzione; a fornire le informazioni sulle proprietà e sulle caratteristiche del prodotto presentato che ne consentano il corretto utilizzo.

Il **materiale scritto**, inteso anche in formato elettronico, riguardante gli integratori alimentari, predisposto da Omega Pharma e destinato agli operatori sanitari:

- deve riferirsi agli aspetti scientifici del prodotto, all'effetto nutritivo o fisiologico attribuito al prodotto sulla base dei suoi costituenti e alle modalità d'uso;
- deve essere predisposto sulla base di evidenze e dati scientifici documentati e documentabili;
- deve essere scientificamente corretto e documentabile, sufficientemente completo e verificabile;
- può contenere riferimenti a eventuali studi pubblicati, citandoli, per sostenere ogni affermazione circa eventuali effetti nutrizionali o fisiologici;
- deve recare l'indicazione della denominazione sociale e della sede di Omega Pharma e che si tratta di materiale destinato esclusivamente agli operatori sanitari;
- deve, in ogni caso, conformarsi alle prescrizioni vigenti in materia di presentazione e pubblicità; le citazioni scientifiche devono riflettere esattamente il significato che l'Autore intendeva attribuire alle stesse; non sono consentite citazioni scientifiche che, avulse dal proprio contesto, risultino parziali e/o contraddittorie rispetto alle intenzioni dell'Autore; i testi, le tabelle e le illustrazioni tratte da opere e riviste scientifiche e mediche devono essere riprodotti quanto più fedelmente possibile e riflettere il significato che l'Autore voleva veicolare con indicazione esatta della fonte da cui essi sono tratti.

Nel quadro delle attività di informazione e di presentazione dei prodotti svolta nei confronti degli operatori sanitari, Omega Pharma vieta ai propri agenti di concedere, offrire o promettere direttamente o indirettamente premi, incentivi, denaro o altre utilità.

Per ogni operatore sanitario il **materiale promozionale**, riguardante i prodotti ed il loro uso, deve avere valore trascurabile (non superiore a € 100) sia in termini di valore assoluto che in termini di valore percepito deve comunque essere direttamente ed immediatamente collegabile all'attività espletata dall'operatore sanitario medesimo.

Il materiale promozionale fornito da Omega Pharma riporta chiaramente la propria denominazione e/o l'indicazione del prodotto promosso.

Il **sito internet** di Omega Pharma, accessibile nei suoi contenuti sia liberamente che previa autenticazione, oltre a rispettare i requisiti prescritti dalla normativa vigente in materia e le previsioni sulla comunicazione di cui al presente Codice, deve essere predisposto in modo che siano chiaramente identificati le fonti delle informazioni di carattere scientifico riportate sul sito stesso, i destinatari di tali informazioni e gli obiettivi e le finalità del sito.

Congressi, convegni e riunioni scientifiche

Sono da intendersi oggetto delle previsioni di cui al presente paragrafo, ove non diversamente disposto, i convegni, i congressi ed ogni altra manifestazione scientifica comprendente in qualunque modo la trattazione di tematiche scientifiche, generalmente definiti eventi.

Omega Pharma organizza e partecipa ad eventi che attengono ai settori scientifici inerenti ai prodotti dalla stessa sviluppati e commercializzati.

L'obiettivo primario della partecipazione alle manifestazioni congressuali deve essere indirizzato allo sviluppo della collaborazione scientifica con gli operatori sanitari.

La sponsorizzazione della partecipazione di operatori sanitari e la sponsorizzazione dell'organizzazione di eventi è consentita solo ove le stesse siano caratterizzate da un programma scientifico qualificante e dettagliato, ove le stesse abbiano ad oggetto tematiche sanitarie di alto contenuto scientifico e prevedano la partecipazione di docenti altamente qualificati e ove le stesse siano programmate e svolte privilegiando le finalità tecnico-scientifiche per un valido aggiornamento professionale.

La partecipazione è comunque consentita solo ove il programma scientifico sia prevalente rispetto al programma sociale.

Omega Pharma si impegna ad invitare e a programmare la partecipazione degli operatori sanitari alle predette manifestazioni esclusivamente quando sussista una attinenza tra la tematica oggetto dell'evento e la specializzazione degli operatori invitati.

Omega Pharma può offrire agli operatori sanitari italiani invitati alle manifestazioni congressuali esclusivamente viaggi aerei in classe economica e soggiorno in alberghi con un massimo di quattro stelle. In caso di trasporto ferroviario sono consentite tutte le classi di viaggio, con esclusione della Executive.

L'ospitalità offerta è limitata al periodo di tempo compreso tra le 24 ore precedenti l'inizio della manifestazione congressuale stessa e le 24ore successive alla conclusione della medesima, e non deve avere finalità diverse e prevalenti rispetto alle finalità tecnico-scientifiche della manifestazione.

Sono consentite le cene sociali organizzate dal Congresso per la collegialità dei partecipanti e comprese nella quota di iscrizione al Congresso stesso e iniziative di carattere sociale e culturale sempre in adeguata proporzione con l'attività scientifica.

Omega Pharma esclude l'ospitalità per accompagnatori sotto qualsiasi forma; in caso di partecipazione alla manifestazione congressuale di accompagnatori, la relativa quota di partecipazione deve essere tassativamente posta a carico dell'operatore sanitario che ne richiede la partecipazione direttamente alla segreteria dell'organizzazione congressuale.

Le precedenti previsioni si applicano anche ai **corsi di aggiornamento** medico-scientifico a qualsiasi livello territoriale. I corsi di aggiornamento si devono svolgere in sedi idonee ad assicurare contenuti professionali e/o scientifici ovvero con l'ausilio di specifici strumenti digitali

I rapporti con il mondo scientifico

Ferma restando l'osservanza delle norme vigenti in materia, la collaborazione scientifica può consistere in borse di studio e consulenze scientifiche, come specificato nel Modello 231.

Come per ogni rapporto di collaborazione, Omega Pharma garantisce la congruità, l'adeguatezza, la tracciabilità e le finalità delle iniziative intraprese.

Con riferimento alle **consulenze scientifiche**, queste devono essere realizzate nel pieno rispetto dei seguenti criteri:

- è necessaria la stipula di un contratto scritto che specifichi la natura del servizio prestato e identifichi chiaramente l'esigenza del servizio richiesto;
- l'aspetto decisionale di tali iniziative deve essere riservato ai vertici operativi aziendali;
- in tutti i casi in cui siano previsti viaggi o qualsiasi forma di ospitalità si applicano le disposizioni di cui al paragrafo del presente Codice in materia di manifestazioni congressuali.

Adozione, rispetto e modifiche al Codice Etico

Il presente Codice Etico è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Omega Pharma il 24 Giugno 2020 e le eventuali modifiche e/o aggiornamenti saranno approvate dal medesimo organo sociale e prontamente comunicati ai soggetti interessati.

Omega Pharma si impegna a far rispettare le norme del presente Codice anche attraverso l'attività dell'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. n. 231/2001.

Segnalazione delle violazioni

Chiunque venga a conoscenza di un fatto, circostanza o condotta che violi il presente Codice è tenuto a farne tempestiva segnalazione al proprio responsabile e/o all'Organismo di Vigilanza. La Società provvede a stabilire adeguati canali di comunicazione attraverso i quali i soggetti interessati possano rivolgere le proprie segnalazioni in merito all'applicazione o alle violazioni del Codice.

Gli Amministratori Delegati e l'Organismo di vigilanza si adoperano affinché coloro che hanno effettuato le segnalazioni non siano oggetto di ritorsioni, discriminazioni o penalizzazioni, assicurando, quindi, l'adeguata riservatezza di tali soggetti (salvo la ricorrenza di eventuali obblighi di legge che impongano diversamente).

Provvedimenti

Gli Amministratori Delegati definiscono le azioni da intraprendere nell'eventualità di una violazione del presente Codice, conformemente al sistema disciplinare di cui al Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. n. 231/2001. Tali azioni dovranno mirare in maniera responsabile a scoraggiare le trasgressioni e a promuovere la responsabilità e l'ottemperanza a questo Codice.

Per stabilire quali siano le azioni appropriate da intraprendere in ogni singolo caso, si dovrà tenere conto di tutte le informazioni a disposizione, incluse la natura e la gravità della violazione, se quest'ultima sia riconducibile ad un episodio isolato oppure si sia ripetuta nel tempo, se la violazione appaia intenzionale o involontaria, se il soggetto in questione sia stato precedentemente informato sul comportamento corretto da tenere e se lo stesso soggetto abbia commesso altre violazioni in passato.

Saranno soggetti a provvedimenti disciplinari anche gli amministratori, i dirigenti e i dipendenti che siano a

conoscenza di una violazione e non agiscano tempestivamente per segnalare o correggerla e gli stessi che ordinino o approvino le violazioni.

Comunicazione e diffusione del Codice Etico

Il Codice Etico viene portato a conoscenza delle parti interessate per mezzo di apposite attività di comunicazione e diffusione. Il Codice Etico viene distribuito a tutti i dipendenti e agenti (informatori scientifici) e messo a disposizione di tutti i soggetti terzi che collaborano con Omega Pharma.