



CODICE ETICO

Approvato con delibera del 21.12.2011

CTM SPA – Via Vittorio Veneto, 13
31033 CASTELFRANCO VENETO (TV)

1. Premessa

CTM è una società a totale partecipazione pubblica che ha come oggetto sociale la gestione del servizio di trasporto pubblico, di persone e cose.

Ogni impresa, a maggior ragione una società che offre un servizio pubblico, deve improntare la propria attività, i propri comportamenti, i rapporti interni ed esterni ed il proprio comportamento sul mercato, all'osservanza della legge, alla concorrenza leale ed ai valori quali la trasparenza, la correttezza, l'integrità e la lealtà. Tali elementi costituiscono il patrimonio fondamentale ed irrinunciabile di una società, la rendono affidabile, efficace ed efficiente e ne costruiscono, al contempo, il rispetto, l'affidabilità e la reputazione.

È imprescindibile, quindi, per garantire il successo, il buon funzionamento, la qualità dei servizi resi ed il raggiungimento degli obiettivi prefissati da CTM, che ogni comportamento aziendale di ogni singolo soggetto che lavori per la Società sia diretto ad osservare ed a far osservare principi e valori enunciati. Costituiscono fattori comuni e determinanti per l'attività di CTM, il riconoscimento, l'accettazione, la condivisione e l'applicazione a tutti i livelli dei valori sopra enunciati nonché delle connesse responsabilità.

Per queste ragioni è stato predisposto il "Codice Etico" che deve essere rispettato da tutti coloro che lavorano per CTM e conosciuto da tutti coloro che, comunque, con CTM entrano in contatto ed intrattengono affari; ragione per cui a tale documento sarà data ampia diffusione e pubblicità.

La **missione** di CTM è così formulata:

- *soddisfare i bisogni dei clienti attuali e potenziali, garantendo servizi di alta qualità, affidabili e sicuri; una informazione adeguata e tempestiva; una corretta distribuzione del costo del servizio tra i cittadini;*
- *migliorare la qualità della vita e il benessere della comunità in cui l'azienda vive ed opera prestando particolare attenzione alle esigenze di soggetti appartenenti a fasce deboli e svantaggiate (anziani, portatori di handicap, soggetti a ridotta capacità motoria);*
- *salvaguardare l'ambiente;*
- *stimolare e valorizzare le capacità dei propri dipendenti, promuovendone le competenze specifiche per l'eccellenza del servizio;*
- *impegnarsi nel miglioramento continuo delle prestazioni per cogliere le aspettative degli utenti e nuove opportunità di sviluppo;*
- *investire nell'innovazione del servizio e dei relativi processi realizzativi e di controllo, stimolando i fornitori verso comportamenti e scelte orientate alla responsabilità sociale, coinvolgendo e responsabilizzando i propri dipendenti circa le ricadute sociali ed ambientali dell'attività svolta dall'azienda.*

CTM intende essere un interlocutore riconosciuto del territorio, collaborando con le istituzioni per la promozione di politiche ed opere che garantiscano lo sviluppo socio-economico ambientale locale;

- *creare collaborazioni sinergiche sul territorio per accrescere la propria competitività;*
- *porsi come soggetto trainante verso lo sviluppo sostenibile, salvaguardando l'ambiente naturale e realizzando un servizio che favorisca lo sviluppo dei rapporti personali e l'appartenenza al territorio.*

Il Codice etico esprime i principi e le norme di comportamento - che danno attuazione a questi principi - che amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori di CTM si impegnano ad assumere come proprio punto di riferimento nella conduzione dell'attività imprenditoriale.

2. Destinatari ed ambito di applicazione del Codice

Le norme del presente Codice si applicano, senza alcuna eccezione, ai dipendenti, dirigenti, amministratori e sindaci della Società ed a tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, vi instaurano, a qualsiasi titolo, rapporti e relazioni di collaborazione od operano nell'interesse della Società (soci azionisti, cittadini/utenti, incluse le rappresentanze dei consumatori, fornitori, collettività, pubblica amministrazione ed enti locali, partner commerciali - c.d. Stakeholder).

Questi verranno di seguito definiti come "Destinatari". In particolare, a titolo esemplificativo ma non esaustivo:

- i componenti del Consiglio di Amministrazione si ispirano ai principi del Codice nel fissare gli obiettivi di impresa;

- i membri del Collegio Sindacale assicurano il rispetto e l'osservanza dei contenuti del Codice nell'esercizio delle proprie funzioni;
 - i dirigenti danno concretezza ai valori ed ai principi contenuti nel Codice, facendosi carico delle responsabilità verso l'interno e verso l'esterno, rafforzando la fiducia, la coesione e lo spirito di gruppo;
 - i dipendenti ed i collaboratori, nel dovuto rispetto della legge e delle normative vigenti, adeguano le proprie azioni ed i propri comportamenti ai principi, agli obiettivi ed agli impegni previsti dal Codice.
- Favorire la cooperazione degli stakeholder per il raggiungimento della missione significa tener conto delle aspettative legittime di ciascuno: la "cooperazione" sarà tanto più efficace quanto più ciascun stakeholder vedrà il suo impegno orientato ad uno scopo e si sentirà trattato in modo equo.

3. Valore contrattuale del codice

Il Codice etico definisce i principi in base ai quali CTM realizza il corretto bilanciamento tra le aspettative dei suoi portatori di interesse. Esso rappresenta quel "contratto sociale ideale" che l'azienda chiede a ciascun soggetto, che con essa si relaziona, di condividere sulla base di una corrisposta responsabilità.

L'osservanza delle norme del Codice dovrà considerarsi parte integrante del rapporto di lavoro, nella consapevolezza che la violazione di un principio del Codice lede il rapporto di fiducia tra i partecipanti all'impresa.

Allo stesso tempo CTM richiede che ciascuno stakeholder esterno all'azienda agisca nei suoi confronti secondo principi e regole ispirate ad un'analoga idea di condotta etica: la mancanza di *reciprocità*, laddove esista un rapporto regolato contrattualmente tra azienda e stakeholder, farebbe venir meno anche le condizioni su cui si fonda tale rapporto, rendendone impossibile la prosecuzione.

L'osservanza del presente Codice è obbligazione contrattuale per i destinatari di seguito indicati:

- componenti del Consiglio di Amministrazione della Società;
- membri del Collegio Sindacale della Società;
- dirigenti della Società;
- dipendenti e collaboratori della Società.

Per i dipendenti si applicherà quanto disposto dall'art. 2104 cod.civ., nonché il sistema disciplinare regolato dal R.D. n. 148/31 All. A, artt. 37 e ss..

Per i dirigenti ed i membri degli Organi Sociali, nonché per i collaboratori esterni anche temporaneamente o occasionalmente inseriti nella Società, verrà inclusa nella lettera di nomina, nel contratto, o nell'atto di conferimento/accettazione di incarico, l'obbligazione espressa di attenersi ai principi del Codice e la clausola di risoluzione del rapporto per gli inadempimenti ritenuti rilevanti.

Nei rapporti di collaborazione professionale o di prestazioni caratterizzate da piena autonomia professionale o imprenditoriale, la Società inserirà nei contratti apposite clausole etiche per garantire il rispetto dei principi sanciti dal presente Codice.

La violazione delle norme del Codice lede il rapporto di fiducia con CTM e potrà costituire inadempimento alle obbligazioni contrattuali del rapporto di lavoro oppure illecito disciplinare, con ogni conseguenza di legge.

4. Principi generali ed obblighi dei destinatari

Tutte le azioni, le operazioni e le negoziazioni e, in genere, i comportamenti posti in essere dai destinatari nello svolgimento dell'attività lavorativa, devono essere improntati ai principi di onestà, correttezza, integrità, trasparenza, legittimità, chiarezza e reciproco rispetto come sotto individuati nonché essere aperti alle verifiche ed ai controlli secondo le norme vigenti e le procedure interne.

Tutte le attività devono essere svolte con impegno e rigore professionale. Ciascun destinatario deve fornire apporti professionali adeguati alle responsabilità assegnate e deve agire in modo da tutelare il prestigio della Società.

I destinatari devono assicurare che ogni decisione aziendale sia presa nell'interesse della Società; essi devono evitare situazioni e/o attività che possano condurre a conflitti di interesse con quelli della Società o che potrebbero interferire con la loro capacità di prendere decisioni imparziali, nella salvaguardia del miglior interesse della stessa.

A titolo esemplificativo, e non esaustivo, possono determinare conflitto di interesse le seguenti situazioni:

- avere interessenze economiche e finanziarie, anche attraverso familiari, con clienti, fornitori o concorrenti, ovvero, in persone giuridiche di cui si abbia la titolarità o in cui si abbia, comunque, un interesse;
- accettare denaro, regali, favori o altri benefici di qualsiasi natura da persone, aziende o enti che sono o intendono entrare in rapporti d'affari con la Società;
- strumentalizzare la propria posizione funzionale per la realizzazione di interessi propri o di terzi;
- concludere, perfezionare o avviare trattative e/o contratti in nome e/o per conto della Società con familiari o propri soci, ovvero con persone giuridiche in cui si abbia comunque un interesse diretto o indiretto.

Gli Amministratori e i Sindaci si devono astenere dall'accettare incarichi che potrebbero configurare un conflitto di interessi anche solo potenziale con la carica ricoperta.

I Dirigenti e i dipendenti sono, di norma, vincolati all'esclusività del rapporto, salvo che il Datore di Lavoro non consenta l'espletamento di attività espressamente autorizzate.

Nel caso in cui sopravvenga una situazione di conflitto di interessi, anche potenziale, prima di accettare un incarico di consulenza, di direzione, amministrazione o altro incarico in favore di un altro soggetto, i destinatari sono tenuti a darne comunicazione scritta alla società indicando anche gli incarichi perduranti alla data di entrata in vigore del presente Codice nelle seguenti modalità:

- gli Amministratori e i Sindaci al plenum del Consiglio di Amministrazione, all'intero Collegio Sindacale e all'Organismo di Vigilanza;
- i dirigenti al Direttore Generale, il quale comunicherà al Consiglio di Amministrazione e all'Organismo di Vigilanza;
- tutti gli altri dipendenti per via gerarchica ai direttori i quali comunicheranno al Direttore del Personale, il quale a sua volta comunicherà al Direttore Generale e all'Organismo di Vigilanza.

A ciascun destinatario viene chiesta la conoscenza delle norme contenute nel Codice e delle norme di Codice etico CTM SpA riferimento che regolano l'attività svolta nell'ambito della sua funzione.

In particolare essi hanno l'obbligo di:

- astenersi da comportamenti contrari a tali norme ed esigerne il rispetto;
- rivolgersi ai propri superiori o alle funzioni a ciò deputate, in caso di necessità di chiarimenti, sulle modalità di applicazione delle stesse;
- riferire tempestivamente ai superiori o alle funzioni a ciò deputate:
 - qualsiasi notizia di diretta rilevazione, o riportata da altri, in merito a possibili violazioni del Codice;
 - qualsiasi richiesta, atto o fatto, che possa configurarsi come una violazione del Codice;
- collaborare con le strutture deputate a verificare le possibili violazioni.

5. Impegni di CTM

CTM si impegna a:

- divulgare e rendere disponibile il Codice ai suoi dipendenti/collaboratori;
- assicurare la periodica revisione dei contenuti alla luce dei cambiamenti che intervenissero all'interno dell'azienda;
- fornire chiarimenti e supporto a chiunque ne faccia richiesta tramite la messa a disposizione di adeguati strumenti conoscitivi circa l'interpretazione e l'attuazione delle norme *contenute nel Codice*;
- svolgere un'attività periodica di informazione e formazione sul Codice;
- indagare ogni eventuale violazione, tutelando chiunque denunci eventuali comportamenti non conformi ai contenuti del Codice;
- ove opportuno/richiesto, sanzionare i comportamenti scorretti;
- che nessuno possa subire ritorsioni di qualunque genere per aver fornito notizie di possibili violazioni del Codice o delle norme ad esso collegate.

Ogni Responsabile di Direzione e di Servizio ha l'obbligo di:

- rappresentare con il proprio comportamento un esempio per i propri collaboratori;
- operare affinché i dipendenti comprendano che il rispetto delle norme del Codice costituisce parte essenziale delle modalità di espletamento della prestazione lavorativa e della propria attività e promuovere l'osservanza delle norme del Codice da parte dei propri collaboratori;
- attuare gli impegni di cui sopra riferendo tempestivamente al proprio superiore, o all'Organismo di Vigilanza.

6. Responsabilità etico-sociali

Le Responsabilità etico-sociali di CTM sono definite in base ai seguenti *principi*:

6.1 Fiducia

Le relazioni tra gli amministratori, i dirigenti e i dipendenti all'interno dell'impresa devono essere fondate sulla fiducia nel rispetto delle legittime diversità di interessi e ruoli.

6.2 Creazione di valore

CTM è consapevole dell'influenza che la propria attività ha sullo sviluppo economico, sociale ed ambientale locale e sul benessere della comunità in cui essa opera. Si impegna pertanto a coniugare valore economico con valore sociale e ambientale.

6.3 Equità

Nella sottoscrizione e gestione di rapporti contrattuali che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche, CTM si impegna a fare sì che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza evitando ogni forma di abuso.

6.4 Trasparenza

CTM si impegna ad agire sempre secondo trasparenza, cioè a fornire informazioni puntuali, veritiere, complete, comprensibili circa la propria attività in modo tale che, nel relazionarsi con l'azienda, gli stakeholder siano in condizioni di prendere decisioni consapevoli degli interessi coinvolti, delle alternative e delle conseguenze rilevanti.

Allo stesso modo, tutti coloro che contribuiscono al perseguimento della missione di CTM sono chiamati ad adottare comportamenti trasparenti.

6.5 Imparzialità e Oggettività

Nelle decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi stakeholder CTM evita qualunque forma di discriminazione basata sull'età, sesso, stato di salute, razza e nazionalità, opinioni politiche e credo religioso dei suoi interlocutori.

Si impegna, inoltre, a prendere le proprie decisioni in maniera tale da non creare vantaggi o svantaggi arbitrari tra gli stakeholder con cui interagisce attenendosi a criteri di oggettività.

6.6 Efficacia ed efficienza

CTM si impegna ad un uso delle proprie risorse mirato a conseguire, al massimo grado, le proprie finalità sociali e la propria missione, coordinando in modo efficiente l'apporto dei diversi soggetti che contribuiscono al perseguimento della missione (in particolare, dipendenti, fornitori) in modo che nessuna risorsa vada sprecata.

6.7 Onestà

L'impresa dovrà assicurarsi che, nell'ambito della loro attività professionale, i suoi amministratori, rappresentanti e dipendenti non perseguano l'utile personale o aziendale a scapito del rispetto della legge, delle normative vigenti e dei criteri di condotta previsti nel Codice etico.

L'onestà richiede altresì che l'impresa presti la massima attenzione affinché siano evitate situazioni in cui i soggetti coinvolti nelle transazioni siano, o anche solo appaiano, in conflitto di interesse.

7. Principi di condotta in materia contabile e controlli interni

7.1 RegISTRAZIONI contabili

CTM istruisce i propri dirigenti, dipendenti e collaboratori affinché siano costantemente garantite verità, completezza e tempestività delle informazioni contabili.

A tal fine, ogni operazione o transazione contabile deve essere correttamente e tempestivamente registrata nel sistema di contabilità aziendale secondo i criteri indicati dalla legge, dalle procedure aziendali e sulla base dei principi contabili applicabili; ogni operazione o transazione deve essere autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua.

Affinché la contabilità risponda ai requisiti di verità, completezza e trasparenza del dato registrato, deve essere conservata agli atti della Società un'adeguata e completa documentazione di supporto dell'attività svolta, in modo da consentire:

- l'accurata registrazione contabile di ciascuna operazione;
- l'immediata individuazione delle caratteristiche e delle motivazioni alla base della stessa;
- l'agevole ricostruzione formale cronologica dell'operazione;
- la verifica del processo di decisione, di autorizzazione e di realizzazione, nonché l'individuazione dei vari livelli di responsabilità e controllo.

Ciascuna registrazione contabile deve riflettere esattamente ciò che risulta dalla documentazione di supporto. Pertanto, è compito di ciascun destinatario a ciò deputato fare in modo che la documentazione di supporto sia facilmente reperibile ed ordinata secondo criteri logici ed in conformità alle disposizioni e alle procedure aziendali.

Non potrà essere effettuato alcun tipo di pagamento nell'interesse della Società in mancanza di adeguata documentazione di supporto.

Ciascun destinatario, nella misura in cui sia a ciò deputato, che venisse a conoscenza di omissioni, falsificazioni o trascuratezze nelle registrazioni contabili o nelle documentazioni di supporto, è tenuto a riferirne tempestivamente al proprio superiore. Qualora la segnalazione non dia esito, ovvero nel caso in cui il destinatario si senta a disagio nel rivolgersi al suo diretto superiore per effettuare la segnalazione, ne riferisce all'Organismo di Vigilanza.

7.2 Controlli interni

Per "controlli interni" si intendono tutti gli strumenti necessari ad assicurare il conseguimento degli obiettivi Societari, con il fine di garantire il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, di proteggere i beni aziendali, di gestire efficientemente le attività sociali e di fornire con chiarezza informazioni veritiere e corrette sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria della Società nonché di individuare e prevenire i rischi in cui la Società possa incorrere.

È compito della Società diffondere, a tutti i livelli, una cultura interna caratterizzata dalla consapevolezza dell'esistenza dei controlli ed orientata all'esercizio del controllo stesso. Nell'ambito delle loro funzioni e competenze, i responsabili di Direzione e di Servizio di CTM sono tenuti a partecipare alla realizzazione ed all'attuazione di un sistema di controllo aziendale efficace e a renderne partecipi i loro collaboratori.

I destinatari del Codice devono, per quanto di loro competenza:

- contribuire al corretto funzionamento del sistema di controllo;
- custodire responsabilmente i beni aziendali, siano essi materiali o immateriali, strumentali all'attività svolta e a non farne un uso improprio.

8. Antiriciclaggio

I destinatari del presente Codice non devono, in alcun modo e in alcuna circostanza, ricevere pagamenti o accettarne la promessa o correre il rischio di essere implicati in vicende relative al riciclaggio di denaro proveniente da attività illecite o criminali. La Società si impegna a rispettare tutte le norme e disposizioni, sia nazionali che internazionali, in tema di antiriciclaggio.

9. Rapporti con i terzi

CTM si impegna a richiedere alle controparti contrattuali/partner commerciali il rispetto dei principi del Codice e l'impegno a non porre in essere alcun comportamento che induca in alcun modo CTM a violare i principi specificati nel Codice stesso. Il rispetto dei principi del Codice da parte di soggetti legati alla Società da un rapporto contrattuale dovrà essere previsto da una apposita clausola del relativo accordo che formerà oggetto di accettazione del contraente.

10. Rapporti con i cittadini/utenti

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con gli utenti ai principi di cui al paragrafo 6, impegnandosi a favorirne la soddisfazione nel rispetto degli impegni assunti nella Carta dei Servizi.

In particolare, i destinatari del Codice devono:

- osservare scrupolosamente le disposizioni del presente Codice e le procedure interne relative alla gestione dei rapporti con gli utenti;
- assicurarsi della qualità ed affidabilità dei servizi offerti, impegnandosi nell'erogazione di un servizio che garantisca standard più elevati di servizio e/o la ricerca di soluzioni innovative volte a migliorare la qualità della vita del territorio.
- attenersi a verità nelle comunicazioni pubblicitarie, rifuggendo qualsiasi pratica ingannevole garantendo informazioni chiare, tempestive e complete sui livelli tariffari e sui contenuti del servizio reso.
- nella definizione del piano tariffario, considerare le aspettative delle diverse categorie di utenti, realizzando il giusto bilanciamento tra prezzo ed esigenze di specifiche categorie di utenti;
- adoperarsi perché il servizio e le strutture preposte siano accessibili a tutti, senza alcuna distinzione.
- impegnarsi nella rendicontazione economica, sociale ed ambientale della propria attività (anche attraverso la pubblicazione di un bilancio di sostenibilità).

10.1 Integrità e trasparenza nei rapporti con i clienti

Per garantire la massima trasparenza ed integrità del processo di vendita, CTM predispose ed attua:

- un adeguato sistema di deleghe;
- la separazione dei ruoli tra l'unità che produce il servizio, l'unità che vende o che intrattiene rapporti commerciali con i clienti e l'unità che effettua l'incasso della prestazione effettuata (c.d. "Segregazione delle funzioni");
- istruzioni operative che regolamentino il dovere di documentare adeguatamente le modalità di esecuzione e rendicontazione della produzione;
- la conservazione delle informazioni e dei documenti ufficiali di gara, nonché dei documenti contrattuali per i periodi stabiliti dalle normative vigenti e per i periodi richiamati nelle procedure interne di vendita (c.d. "tracciabilità");
- un flusso informativo periodico verso la Direzione sulle prestazioni effettuate (c.d. "Monitoraggio");
- istruzioni operative che regolamentino i casi in cui i pagamenti possano essere effettuati da soggetti diversi rispetto a quelli che hanno acquistato le prestazioni offerte dalla Società.

11. Rapporti con i fornitori

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con i fornitori ai principi di cui al paragrafo 6.

Nei rapporti di appalto, di approvvigionamento e, in genere, di fornitura di beni e/o servizi è fatto obbligo ai destinatari di:

- osservare e rispettare le disposizioni di legge applicabili e le condizioni contrattualmente previste;
- osservare le procedure interne per la selezione e la gestione dei rapporti con i fornitori;
- non precludere ad alcuna azienda fornitrice, in possesso dei requisiti richiesti, la possibilità di competere per aggiudicarsi una fornitura alla Società, adottando nella selezione criteri di valutazione definiti secondo modalità dichiarate e trasparenti;
- mantenere un dialogo franco e aperto con i fornitori, in linea con le buone consuetudini commerciali;
- ottenere la collaborazione dei fornitori nell'assicurare il soddisfacimento delle esigenze dei clienti in termini di qualità, costo e tempi di consegna dei beni o di prestazione dei servizi;
- osservare i principi di trasparenza e completezza di informazione nella corrispondenza con i fornitori garantendo una informazione chiara, corretta e completa sui termini contrattuali (in particolare: livelli di prestazione richiesti, tempi di pagamento, ecc.);
- non ricevere denaro o altra utilità o beneficio da parte di chiunque diverso dalla Società per l'esecuzione od omissione di un atto del proprio ufficio, ovvero per l'esecuzione di un atto contrario al proprio ufficio;
- non subire qualsiasi forma di condizionamento da parte di terzi estranei alla Società per l'assunzione di decisioni e/o l'esecuzione di atti relativi alla propria attività lavorativa;
- non abusare della propria posizione dominante per non ottemperare ai "doveri" contrattuali previamente concordati, specialmente ove fosse necessaria una riformulazione/rinegoziazione del contratto di fornitura (ad

esempio, tentando di imporre ritardi nei pagamenti o cercando di abbassare i prezzi arrecando così un danno al fornitore).

Il destinatario che riceva omaggi, o altra forma di beneficio, non direttamente ascrivibili a normali relazioni di cortesia, deve rifiutare detto omaggio o altra forma di beneficio ed informarne per iscritto il proprio diretto superiore o l'Organismo di Vigilanza.

CTM porta a conoscenza dei fornitori il contenuto del presente Codice, mediante consegna dello stesso.

I processi di acquisto sono improntati alla ricerca della massima convenienza per CTM e alla tutela dell'immagine della Società stessa.

A tal fine, le funzioni che partecipano a detti processi devono:

- riconoscere ai fornitori in possesso dei requisiti necessari, pari opportunità di partecipazione alla selezione, creando per ogni gara leali condizioni di concorrenza;
- assicurare la partecipazione alla gara di più di due fornitori, salvo casi eccezionali adeguatamente documentati e previa autorizzazione formale del titolare del processo;
- verificare, anche attraverso idonea documentazione, che i fornitori partecipanti alla gara siano idonei dal punto di vista professionale, finanziario, organizzativo e morale.

Le relazioni con i fornitori sono regolate dai principi etici di CTM e sono oggetto di un costante monitoraggio da parte delle strutture di CTM all'uopo dedicate.

In particolare:

- nei contratti stipulati la Società dovrà pretendere che i fornitori comunichino i casi in cui i rapporti con essa intrattenuti superino il 50% del volume d'affari del fornitore stesso;
- devono essere evitati i progetti vincolanti di lungo periodo basati su contratti a breve termine che necessitano di continui rinnovi con revisione dei prezzi, oppure contratti di consulenza senza un adeguato trasferimento di know-how;
- è fatto, inoltre, divieto di frazionare gli importi di acquisto al fine di aggirare i limiti previsti dalle disposizioni aziendali e/o dalla normativa vigente;
- non è ritenuto corretto indurre un fornitore a stipulare un contratto a lui sfavorevole lasciandogli intendere un successivo contratto più vantaggioso.

Per garantire la massima trasparenza ed efficienza del processo di acquisto, CTM predispone ed attua:

- un adeguato sistema di deleghe;
- la separazione dei ruoli tra l'unità che richiede la fornitura, l'unità che effettua la selezione e la scelta del fornitore e l'unità che effettua il pagamento (c.d. "Segregazione delle funzioni");
- istruzioni operative che regolamentino il dovere di documentare adeguatamente le modalità di formazione della volontà aziendale e delle scelte adottate;
- la conservazione delle informazioni e dei documenti ufficiali di gara o relativi alla selezione dei fornitori, comunque denominata, nonché dei documenti contrattuali per i periodi stabiliti dalle normative vigenti e per i periodi richiamati nelle procedure interne di acquisto (c.d. "tracciabilità");
- un flusso informativo periodico verso la Direzione (c.d. "monitoraggio");
- istruzioni operative che regolamentino i casi in cui i pagamenti possano essere effettuati a soggetti diversi rispetto a quelli che hanno ceduto il bene o prestatato il servizio.

12. Rapporti con le Istituzioni Pubbliche

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con le Istituzioni ai principi di cui al paragrafo 6.

I rapporti con le Istituzioni Pubbliche, volti al presidio degli interessi complessivi di CTM e collegati all'attuazione dei suoi programmi, sono riservati esclusivamente alle funzioni e alle responsabilità a ciò delegate.

È vietato offrire, direttamente o attraverso intermediari, somme di denaro o altri mezzi di pagamento a pubblici ufficiali o incaricati di un pubblico servizio al fine di influenzare la loro attività nell'espletamento dei propri doveri.

Tali prescrizioni non possono essere eluse ricorrendo a forme diverse di contribuzioni che, sotto veste di sponsorizzazioni, incarichi e consulenze, pubblicità, ecc., abbiano le stesse finalità sopra vietate.

Omaggi e atti di cortesia e di ospitalità verso rappresentanti di Governi, pubblici ufficiali e pubblici dipendenti sono consentiti quando siano di modico valore e comunque tali da non compromettere l'integrità o la reputazione di una delle parti e da non poter essere interpretati, da un osservatore imparziale, come finalizzati ad acquisire vantaggi in modo improprio. In ogni caso questo tipo di spese deve essere autorizzato dalle

persone indicate nelle procedure e documentato in modo adeguato. Allo stesso modo ciascun destinatario non può ricevere omaggi o trattamenti di favore, se non nei limiti delle normali relazioni di cortesia e purché di modico valore. Qualora riceva regali oltre i suddetti limiti dovrà restituirli e dovrà darne immediata comunicazione al diretto superiore e all'Organismo di Vigilanza.

Tale norma, relativa sia ai regali promessi od offerti, sia a quelli ricevuti, si applica anche in quei Paesi dove offrire doni di valore è una consuetudine.

I destinatari devono astenersi dal porre in essere comportamenti che possano integrare i reati nei rapporti con Pubbliche Amministrazioni di cui agli artt. 24 e 25 del D. Lgs. 231/01, tra cui i reati di corruzione nelle sue varie forme, concussione, truffa in danno dello Stato o altro Ente Pubblico, indebita percezione di contributi, finanziamenti o altre erogazioni da parte dello Stato o di altro Ente Pubblico, ecc..

Al fine di prevenire la commissione dei predetti reati è fatto tassativo divieto di indurre Pubbliche Amministrazioni in errore, con artifici o raggiri, per procurare alla Società un ingiusto profitto, diretto o indiretto, consistente nell'ottenimento o nell'utilizzo di contributi, finanziamenti o altre erogazioni comunque denominate concesse dallo Stato, da un Ente Pubblico o dalle Istituzioni Comunitarie.

In particolare è vietato:

- utilizzare o presentare dichiarazioni o documenti falsi o attestanti cose non vere, ovvero omettere informazioni dovute, per conseguire contributi, finanziamenti o altre erogazioni comunque denominate concesse dallo Stato, da un Ente Pubblico o da Istituzioni Comunitarie;
- destinare contributi, finanziamenti o altre erogazioni comunque denominate, concesse dallo Stato, da un Ente Pubblico o da Istituzioni Comunitarie, ad iniziative diverse da quelle dirette alla realizzazione di opere od allo svolgimento di attività di pubblico interesse per i quali sono stati ottenuti.

13. Rapporti con organizzazioni politiche, sindacali e diverse

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con le organizzazioni politiche, sindacali e diverse ai principi di cui al paragrafo 6.

CTM non finanzia partiti e sindacati sia in Italia che all'estero, loro rappresentanti o candidati e non eroga contributi ad organizzazioni con le quali può ravvisarsi un conflitto di interessi e si astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta ad esponenti politici.

È tuttavia possibile cooperare, anche finanziariamente, con le sopra indicate organizzazioni per specifici progetti in base ai seguenti criteri:

- finalità riconducibile alla missione di CTM;
- destinazione chiara e documentata delle risorse;
- espressa autorizzazione da parte delle funzioni preposte alla gestione di tali rapporti nell'ambito di CTM.

I destinatari non possono svolgere attività politica durante l'orario di lavoro, o utilizzare beni o attrezzature della Società a tale scopo, salvo diversa autorizzazione di CTM SpA ai sensi degli accordi aziendali vigenti; dovranno inoltre chiarire che le eventuali opinioni politiche da loro espresse a terzi sono strettamente personali e non rappresentano, pertanto, l'opinione della Società.

Nei rapporti con le associazioni portatrici di interessi (es. associazioni di categoria, organizzazioni ambientaliste, enti religiosi ecc.) nessun destinatario deve promettere o versare somme, promettere o concedere beni in natura o altri benefici a titolo personale per promuovere o favorire interessi di CTM, anche a seguito di illecite pressioni.

14. Rapporti con i mass-media

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con i mass-media ai principi di cui al paragrafo 6.

L'informazione verso l'esterno deve essere veritiera e trasparente.

CTM deve presentarsi in modo veritiero e trasparente nella comunicazione con i mass-media. I rapporti con i mass media sono riservati esclusivamente alle funzioni e alle responsabilità aziendali a ciò delegate.

È vietato fornire informazioni a rappresentanti dei mass-media o impegnarsi a fornirle senza l'autorizzazione delle funzioni competenti.

15. Rapporti con gli enti controllati e/o collegati ai sensi dell'articolo 2359 C.C.

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con gli enti controllati e/o collegati ai principi di cui al paragrafo 6.

I rapporti tra la Società e gli enti da questa controllati e/o a questa collegati ai sensi dell'articolo 2359 del Codice Civile sono ispirati ai principi della trasparenza e della correttezza ed ai valori etici espressi dal presente Codice. A tale proposito CTM dà indicazioni affinché gli enti controllati e/o collegati adottino il presente Codice.

La Società realizza un modello di gestione e controllo per regolare i rapporti tra CTM e gli enti da essa controllati e/o ad essa collegati, assicurando, in tal modo, il rispetto dei principi etici stabiliti dal presente Codice anche da parte degli enti da essa controllati e/o ad essa collegati. Saranno oggetto di specifica regolamentazione i rapporti economici, patrimoniali, finanziari e contabili tra la Società e gli enti da questa controllati e/o a questa collegati, le modalità di nomina dei rappresentanti di CTM in seno agli enti da questa controllati e/o a questa collegati ed il relativo rapporto giuridico, i flussi informativi dalla Società verso gli enti controllati da questa o a questa collegati e da questi verso CTM, nonché le eventuali cause di conflitto di interesse, anche potenziali.

16. Politiche del personale

La Società uniforma la propria condotta nei rapporti con il personale ai principi di cui al paragrafo 6.

Le risorse umane sono elemento indispensabile per l'esistenza della Società. La dedizione e la professionalità dei dipendenti sono valori e condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi della Società.

A tal fine CTM si impegna a sviluppare le capacità e le competenze di ciascun dipendente.

La Società si attende che i dipendenti, ad ogni livello, collaborino a mantenere in azienda un clima di reciproco rispetto della dignità, dell'onore e della reputazione di ciascuno.

16.1 Selezione del personale

La selezione del personale è effettuata in base alla corrispondenza dei profili degli aspiranti rispetto alle esigenze di CTM, garantendo le pari opportunità.

16.2 Costituzione del rapporto di lavoro

Le assunzioni avvengono con regolare contratto di lavoro nel pieno rispetto della legge e/o del CCNL di categoria, favorendo l'inserimento del lavoratore nell'ambiente di lavoro.

16.3 Gestione del personale

CTM pone in essere un sistema di gestione e sviluppo delle risorse umane che permette di offrire a tutti i propri collaboratori, a parità di condizioni, le medesime opportunità di miglioramento e di crescita professionale. Il presupposto essenziale per l'attribuzione di incarichi di responsabilità all'interno dell'organizzazione aziendale e per una crescita progressiva della professionalità e della carriera, è la valutazione delle competenze espresse e del potenziale di competenze possedute, in stretta e coerente correlazione con le esigenze aziendali. A tal fine l'azienda definisce protocolli di organizzazione del lavoro che rendano chiari e condivisi i ruoli, le responsabilità e i livelli di qualità attesi, creando momenti strutturati di confronto capo/collaboratore che favoriscano il passaggio delle informazioni rilevanti e la condivisione delle aspettative reciproche, pianifica periodicamente azioni di formazione e coinvolgimento che accrescano il senso di responsabilità e favoriscano la partecipazione in azienda, stabilisce e rende "pubblici" i criteri di selezione del personale, di avanzamento di carriera e di attribuzione delle promozioni.

16.4 Molestie sul luogo di lavoro

CTM esige che nelle relazioni di lavoro interne ed esterne non venga dato luogo a molestie, intendendo come tali:

- la creazione di un ambiente di lavoro intimidatorio, ostile o di isolamento nei confronti di singoli o gruppi di lavoratori;
- la ingiustificata interferenza con l'esecuzione di prestazioni lavorative altrui;
- l'ostacolo a prospettive di lavoro individuali altrui per meri motivi di competitività personale.

La Società previene, per quanto possibile, e comunque combatte il mobbing e le molestie personali di ogni tipo e quindi anche sessuali.

Inoltre, CTM vieta:

- la consumazione durante l'orario di lavoro e/o l'assunzione prima di svolgere l'attività lavorativa di sostanze alcoliche, stupefacenti, allucinogene o che comunque influenzino il regolare svolgimento dell'attività lavorativa;
- il fumo nei luoghi in cui è vietato fumare.

Colui che ritiene di essere stato oggetto di molestie o di essere stato discriminato per qualsivoglia motivo può segnalare l'accaduto all'Organismo di Vigilanza.

CTM si impegna a realizzare periodicamente ricerche, con l'ausilio di tecniche statistiche, in base alle quali sia possibile accertare l'esistenza o meno di discriminazioni sistematiche verso particolari categorie di lavoratori.

È proibito qualsiasi atto di ritorsione nei confronti del dipendente che rifiuta, lamenta o segnala tali fatti incresciosi.

17. Tutela del patrimonio aziendale

Ciascun destinatario è responsabile della protezione delle risorse a lui affidate ed ha il dovere di informare tempestivamente i propri diretti superiori di eventi potenzialmente dannosi per CTM.

In particolare ciascun destinatario deve:

- operare con diligenza per tutelare i beni aziendali, attraverso comportamenti responsabili e in linea con le *policy* aziendali;
- evitare utilizzi impropri dei beni aziendali che possono essere causa di danno o riduzione di efficienza o, comunque, in contrasto con l'interesse dell'azienda.

La crescente importanza della tecnologia informatica, richiede di assicurare la disponibilità, sicurezza, integrità e massima efficienza di questa particolare categoria di beni.

Tale esigenza sorge, in particolar modo, in relazione all'offerta di prodotti multimediali, con l'introduzione di avanzati strumenti informatici nell'organizzazione interna, nei rapporti con fornitori e *partner*, nell'interazione on-line con il pubblico e gli altri Enti.

A tal fine ciascun destinatario è tenuto a:

- non inviare messaggi di posta elettronica ingiuriosi e minatori, non ricorrere a linguaggio di basso livello, non esprimere commenti che possano recare offesa alla persona e/o danno all'immagine aziendale;
- evitare lo "*spamming*" che può generare un traffico di dati, informazioni e processi all'interno della rete telematica aziendale tale da ridurre sensibilmente l'efficienza della rete con impatti negativi sulla produttività;
- non navigare su siti internet dal contenuto pornografico, indecoroso, offensivo o comunque non strettamente connesso all'attività lavorativa (ad es. *chat line* o siti di svago, musicali, ecc...);
- adottare scrupolosamente quanto previsto dalle politiche di sicurezza aziendali, al fine di non compromettere le funzionalità e la protezione dei sistemi informativi;
- non fare copie non autorizzate di programmi su licenza per uso aziendale o per terzi.

L'utilizzo anche involontario di questi beni per qualunque fine al di fuori dell'attività aziendale può provocare seri danni alla Società con l'aggravante che un uso improprio può comportare per la stessa potenziali sanzioni penali ed amministrative per eventuali illeciti e l'opportunità di intraprendere provvedimenti disciplinari nei confronti dei collaboratori.

18. Salute, sicurezza ed ambiente

Nell'ambito delle proprie attività, CTM è impegnata a contribuire allo sviluppo ed al benessere delle comunità in cui opera perseguendo l'obiettivo di garantire la sicurezza e la salute dei dipendenti, dei collaboratori esterni, dei clienti e delle comunità interessate dalle attività stesse e di ridurre l'impatto ambientale.

La Società contribuisce attivamente nelle sedi appropriate alla promozione della protezione ambientale, alla salvaguardia ed all'uso ottimale delle risorse.

CTM si impegna a gestire le proprie attività nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione.

La gestione operativa deve fare riferimento a criteri avanzati di salvaguardia ambientale e di efficienza energetica, perseguendo il miglioramento delle condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro.

La ricerca e l'innovazione tecnologica devono essere dedicate in particolare alla promozione di prodotti e processi sempre più compatibili con l'ambiente e caratterizzati da una sempre maggiore attenzione alla sicurezza ed alla salute degli operatori.

19. Riservatezza

Le attività di CTM richiedono costantemente l'acquisizione, la conservazione, il trattamento, la comunicazione e la diffusione di notizie, documenti ed altri dati attinenti a negoziazioni, procedimenti amministrativi, operazioni finanziarie, know how (contratti, atti, relazioni, appunti, studi, disegni, fotografie, software), etc..

Le banche-dati di CTM possono contenere:

- dati personali protetti dalla normativa a tutela della privacy;
- dati che per accordi negoziali non possono essere resi noti all'esterno;
- dati la cui divulgazione inopportuna o intempestiva potrebbe produrre danni agli interessi aziendali.

È obbligo di ogni destinatario assicurare la riservatezza richiesta dalle circostanze per ciascuna notizia appresa in ragione della propria funzione lavorativa.

CTM si impegna a proteggere le informazioni relative ai propri dipendenti ed ai terzi, generate o acquisite all'interno e nelle relazioni d'affari, ed ad evitare ogni uso improprio di queste informazioni.

Le informazioni, conoscenze e dati acquisiti o elaborati da amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori durante il proprio lavoro o attraverso le proprie mansioni appartengono alla Società e non possono essere utilizzate, comunicate o divulgate senza specifica autorizzazione del superiore o della funzione competente.

Fermo restando il divieto di divulgare notizie attinenti all'organizzazione ed ai metodi di produzione dell'impresa o di farne uso in modo da poter recare ad essa pregiudizio, è necessario:

- acquisire e trattare solo i dati necessari ed opportuni per lo svolgimento delle proprie funzioni;
- acquisire e trattare i dati stessi solo all'interno di specifiche procedure;
- conservare i dati stessi in modo che venga impedito che altri non autorizzati ne prendano conoscenza;
- comunicare i dati stessi nell'ambito di procedure prefissate e/o su esplicita autorizzazione delle posizioni superiori e/o funzioni competenti e comunque, in ogni caso, dopo essersi assicurato circa la divulgabilità nel caso specifico dei dati;
- assicurarsi che non sussistano vincoli assoluti o relativi alla divulgabilità delle informazioni riguardanti i terzi collegati a CTM da un rapporto di qualsiasi natura e, se del caso, ottenere il loro consenso;
- associare i dati stessi con modalità tali che qualsiasi soggetto autorizzato ad avervi accesso possa agevolmente trarne un quadro il più possibile preciso, esauriente e veritiero.

20. Contributi e sponsorizzazioni

CTM può aderire alle richieste di contributi limitatamente a proposte provenienti da enti di qualsiasi tipo e associazioni non profit oppure che svolgono attività di elevato valore culturale o benefico.

Le attività di sponsorizzazione possono riguardare:

1. iniziative/attività provenienti da enti locali e istituzioni pubbliche di carattere umanitario;
2. iniziative/attività provenienti da organismi che svolgono la loro attività nel settore della mobilità collettiva e, più in generale, dei servizi pubblici;
3. iniziative/attività provenienti da altri organismi a rilevanza sociale che siano giudicati interessanti per la promozione dell'immagine della Società con particolare riferimento ai giovani e agli anziani.

In ogni caso, nella scelta delle proposte cui aderire, CTM presta particolare attenzione verso ogni possibile conflitto di interessi di ordine per Codice etico CTM SpA personale o aziendale.

21. Modalità ed attuazione del programma di vigilanza

Il compito di valutare la concreta osservanza del Codice, di verificarne l'attualità e di determinarne l'aggiornamento è demandato all'Organismo di Vigilanza, istituito dalla Società ai sensi del D. Lgs. 231/01.

In particolare competono all'Organismo di Vigilanza i seguenti compiti:

- monitorare le iniziative per la diffusione della conoscenza e della comprensione del Codice, monitorando, altresì, lo sviluppo delle attività di comunicazione e formazione etica;

- monitorare costantemente l'applicazione del Codice da parte dei soggetti interessati attraverso l'attività di *ethical auditing*, che consiste nell'accertare e promuovere il miglioramento continuo dell'etica attraverso un'analisi e una valutazione dei processi di controllo dei rischi etici ed anche attraverso l'accoglimento delle eventuali segnalazioni;
- segnalare alle funzioni aziendali competenti le eventuali violazioni del Codice, al fine di adottare i necessari provvedimenti correttivi;
- effettuare, ove richiesta, una funzione consultiva nel corso del procedimento disciplinare;
- esprimere pareri in merito all'eventuale revisione delle politiche e procedure aziendali, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice;
- proporre, ove necessario, una revisione del Codice.

22. Segnalazioni all'Organismo di Vigilanza

Tutti gli interlocutori aziendali di CTM possono segnalare, per iscritto ed in forma non anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico all'Organismo di Vigilanza di CTM, che provvede ad un'analisi della segnalazione, ascoltandone eventualmente l'autore e il responsabile della presunta violazione. Le segnalazioni possono essere inviate tramite lettera al seguente indirizzo:

CTM SpA
Organismo di Vigilanza
Via Vittorio Veneto , 13
CASTELFRANCO VENETO

L'Organismo di Vigilanza di CTM agisce in modo da garantire i segnalanti circa la riservatezza dell'identità e contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di discriminazione o penalizzazione.

Il Presidente del
Consiglio di Amministrazione
Dott. Giancarlo Manzonetto

